

CD BABY APRESENTA:

Ganhando dinheiro com música digital

Uma introdução à nova indústria musical
para o artista independente



 **cdbaby**TM

Ganhando dinheiro com música digital

Uma introdução à nova indústria musical para o artista independente

As coisas mudam rapidamente no mundo da música hoje em dia. Graças à internet, conceitos que pareciam fundamentais há apenas dez anos foram virados completamente de ponta-cabeça. O objetivo desse guia é dar a você, o músico sem gravadora, um panorama do cenário da música digital, e de como você pode ganhar dinheiro (e ter uma carreira) com a sua música online.

E, acredite em nós, tem como ganhar muito dinheiro com a música digital. Eis aqui só uma demonstração rápida:

- Downloads e streaming, juntos, correspondem à maior fonte de receita com gravações de música no mundo (e alcançam mais de 50% do mercado de música gravada em 19 países), sendo que a porcentagem das vendas físicas na receita total da indústria musical encolhe a cada ano;
- A adesão rápida às plataformas de streaming pelo mundo mais do que compensou a queda nos downloads e vendas de CD. A América Latina é hoje a região que cresce mais rápido na indústria musical, com uma receita que aumentou quase 12% em 2015 devido à adoção do streaming. No mesmo ano, a atividade do streaming na América Latina gerou US\$ 192,5 milhões, e o México se tornou um dos cinco maiores mercados do Spotify.
- A Apple Music, em seus primeiros nove meses, conquistou 13 milhões de inscritos com contas pagas. O Spotify agora ostenta mais de 30 milhões de contas pagas. Esses dois números vão continuar a crescer rapidamente.
- A monetização do YouTube se tornou uma fatia parte importante da receita dos artistas. A CD Baby em breve terá pago mais de US\$ 10 milhões para artistas independentes assim como você, derivados de anúncios no YouTube.

Então o mercado de música digital está aí. Mas como se inserir nele?

Vamos começar com alguns conceitos importantes...

Pense em si mesmo como músico E empreendedor

Sonhos diferentes: os benefícios da independência

Sonhar no séc. 20 consistia em: ter muita sorte, assinar um contrato com uma gravadora, tentar de alguma maneira ficar rico ganhando alguns centavos de cada dólar de vendas (enquanto sua gravadora embolsava o resto)...

Os velhos tempos, quando você precisava de um acordo com uma gravadora para conquistar fãs o suficiente para se sustentar, acabaram. Os tempos em que uma gravadora gerenciava toda sua carreira para você também. Agora, grandes gravadoras esperam que os artistas que elas contratam tenham tomado a dianteira, saibam fazer uma turnê de sucesso e vender produtos, já tenham conquistado seguidores nas redes sociais e em suas newsletters — e mais um pouco, tudo isso enquanto aperfeiçoam seu ofício criativo. Se o seu maior objetivo é garantir um contrato com uma gravadora, vai acabar tendo que se provar em todas essas áreas, porque os selos não estão dando sorte para o azar hoje em dia.

Mas se você já está construindo sua carreira assim, por que não continuar a administrá-la de forma independente e se aproveitar do retorno financeiro?

Quando você se livra dos intermediários e assume o controle da sua própria carreira, você pode:

- Ganhar mais dinheiro em cada venda
- Tomar suas próprias decisões de negócios — baseadas no que for melhor para VOCÊ
- Ter completo controle criativo de sua música
- Ter domínio do seu relacionamento com os fãs e se comunicar diretamente com eles
- Ser o líder de um time (com empresário, assessor de imprensa, agente de shows etc.) que trabalha de acordo com o seu orçamento — em vez de estar à mercê de uma gravadora que gasta com o que você não precisa, e depois te passa a conta

Portanto, não espere para assinar com uma gravadora. Tome controle da situação e faça seu próprio sucesso acontecer.

Diferentes caminhos para o sucesso

Outra coisa que os artistas ganharam com a internet é a capacidade de redefinir o que significa, afinal, o sucesso.

Para alguns, pode ser gravar apenas discos de vinil, vendê-los diretamente aos fãs em shows na casa dos seus amigos, economizar no orçamento de turnês, ganhar o suficiente para ter um padrão de classe média e viver na estrada.

Para outros, pode significar ganhar todo seu dinheiro sem nem sair de casa, se concentrando em licenciar o uso de sua música e fazer vídeos no YouTube ao invés de shows.

Há ainda alguns que querem combinar várias fontes de renda: shows ao vivo, downloads, streaming, direitos autorais fonomecânicos, vendas de álbuns e outros.

Não há um jeito CERTO de fazer sucesso, e não há um jeito CERTO de definir o sucesso. Você tem que decidir o que ele significa para você.

Dito isso, esse guia se propõe a abordar as principais áreas de atuação em que muitos artistas independentes estão fazendo sucesso com música em plataformas digitais.

Diferentes portas de entrada

As portas de entrada na indústria da música têm seus “guardiões”, pessoas que têm as chaves para o seu sucesso. Sim, o sucesso é possível sem uma gravadora — mas isso não significa que você não tenha que passar por certas pessoas. Elas ainda existem. A questão é que os “guardiões” importantes não são mais os executivos e representantes de gravadoras. E os guardiões de hoje não estão fora do alcance de artistas sem contratos.

Quem são os novos guardiões? Eles incluem:

- ❑ Blogueiros com muitos seguidores, que podem disseminar sua música
- ❑ Criadores de playlists populares no Spotify
- ❑ Responsáveis por trilhas sonoras que podem colocar suas músicas em produções de filme e TV, rendendo um bom dinheiro de direitos de sincronização para você
- ❑ Caça-talentos em casas de shows relevantes e festivais
- ❑ Apresentadores de programas de rádio influentes, o que inclui serviços de rádio online, como o Beats 1
- ❑ E mais

Claro, pode não ser FÁCIL comover todas as pessoas acima, mas o mais importante é que é possível. Hoje, você pode falar diretamente com essas pessoas, sendo que, há algumas décadas, você não teria a menor chance de chamar a atenção de alguém sem o apoio de uma gravadora.

Indie significa rápido: controle todos os seus direitos para ser mais ligeiro

De novo, graças à internet, muitos dos guardiões acima não só estão abertos a conversar com músicos sem gravadoras, como muitas vezes os PREFEREM. Isso porque artistas independentes são os donos de todos os direitos sobre suas músicas e têm uma boa compreensão de quais são suas obrigações na carreira, então podem tomar decisões rápidas.

Sendo um músico independente, você não precisa ligar para um monte de gente e pedir permissões de terceiros. Só marque um show! Ceda sua música! Autorize um lançamento em um blog!

Que direitos?

Se você lançou seu próprio álbum ou single, VOCÊ é a gravadora. VOCÊ é o dono da gravação masterizada e pode autorizar ou negar o uso das faixas em comerciais, videogames, programas de televisão, filmes, vídeos na internet e outros. Você também pode ceder ou recusar “samples” para uso de terceiros.

Com os programas de Licença de Sincronização e Monetização no YouTube da CD Baby, você ganha dinheiro com esses usos.

Você também tem o direito de receber direitos autorais pelo download e streaming das suas gravações. Geralmente são pagos através do seu distribuidor (esperamos que seja a CD Baby!), que, por sua vez, os recebe de plataformas de música digital como o iTunes, Apple Music, Amazon e Spotify.

Direitos de representação pública: Sem uma gravadora, sendo um artista que toca seu próprio material, você também tem o direito de ganhar quando alguém interpreta sua música no meio digital, seja via internet ou rádio satélite. Esses direitos autorais podem ser reivindicados e coletados através do ECAD.

Direitos de uso de terceiros: Se você produziu material original, e ainda não cedeu os direitos dessas músicas para uma editora ou gravadora, VOCÊ é o dono da sua música. Você tem direitos de execução pública, quando as músicas são tocadas em rádios ou casas de shows; direitos fonomecânicos, quando sua música é baixada, ouvida no streaming ou comprada fisicamente; e direitos de sincronização, quando sua música é usada em filmes, em jogos ou na televisão.

Se você está começando a consolidar uma carreira que se sustenta na música, é importante controlar todas as fontes de receita possíveis. Os direitos fonomecânicos, de execução e sincronização são muito importantes nessa composição financeira.

Registre suas músicas na entidade reguladora de direitos autorais da sua região:

Argentina – SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música)

Brasil – ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição)

Chile – SCD (Sociedad Chilena del Derecho de Autor)

Colômbia – SAYCO (Sociedad de Autores y Compositores de Colombia)

Equador – SAYCE (Sociedad de Autores del Ecuador)

México – SACM (Sociedad de Autores y compositores de México)

Peru – APDAYC (Asociacion Peruana de Autores y Compositores)

Venezuela – (Sociedad de Autores y Compositores de Venezuela)

Se o seu país não está listado acima, confira essa lista de instituições de defesa dos direitos autorais ao redor do mundo, e encontre uma que esteja perto de você:

https://en.wikipedia.org/wiki/Performance_rights_organisation#International

A Mudança da compra de música para o acesso digital

Uma das maiores mudanças na indústria musical foi a transformação dramática do consumo de música, saindo de um modelo em que fãs eram donos do material, comprando CDs, vinis ou downloads, para um em que eles pagam para ter acesso à música. Às vezes, isso significa que o fã é assinante de um serviço de streaming como o Spotify ou o Apple Music, ou que ele está ouvindo sua música com anúncios (no YouTube, ou em uma conta gratuita no Spotify).

Na economia da música digital, o cerne da sua renda não será necessariamente de VENDAS — no sentido tradicional — mas de permitir que seus fãs USEM sua música.

Não é uma questão de transferir a propriedade, e sim do que seus fãs podem FAZER com a sua música, incluindo:

- Compartilhar em redes sociais;
- Criarem seus próprios vídeos no YouTube;
- Incluir as músicas nas suas playlists favoritas;
- E mais.

Quanto mais possibilidades seus fãs tiverem com as suas músicas, mais dinheiro você ganha. Então conceda isso a eles! Garanta que a música está disponível em qualquer lugar através do serviço de distribuição global da CD Baby.

Seu público é global...

Você pode achar que é um artista local ou regional, mas assim que colocar sua música na internet, seu alcance é o mundo todo. E já que os guardiões — como, por exemplo, os programadores das playlists mais ouvidas do Spotify — se tornaram acessíveis para artistas independentes, você pode construir uma base de fãs em países em que nunca esteve, ao mesmo tempo em que conquista ouvintes perto de casa.

... mas ser seletivo não funciona para artistas independentes

Uma recomendação ao disponibilizar sua música na internet que pode parecer pouco intuitiva é que, já que temos tantas opções para o consumo de música, você deve colocar suas músicas em TODAS as grandes plataformas. A técnica usada por alguns artistas, de lançar músicas seletivamente, em só algumas plataformas, geralmente é um erro para músicos independentes. Grandes astros têm o poder de direcionar seus fãs para a plataforma que os beneficie mais. Artistas menos conhecidos não podem se dar a esse luxo.

Um ouvinte que prefere o Spotify e paga por uma assinatura premium provavelmente não vai procurar sua música na Amazon ou na Apple Music. Às vezes, quem só consome música pelo YouTube vai esperar que você tenha músicas disponíveis lá, acompanhadas só da capa do álbum ou das letras. Você não pode esperar que os fãs venham até você. Você precisa ir até eles. Se as suas faixas não estão nos lugares em que eles já estão procurando por música, eles vão ouvir algum outro artista. Não perca a chance de ganhar esse fã; esteja em todos os lugares (incluindo iTunes, Apple Music, Spotify, Amazon, Google Play, YouTube e muitos outros).

Conte uma história interessante (porque ninguém fica curioso com uma mensagem dizendo “ouça minha nova música”)

O marketing musical é baseado em contar uma história. Você pode postar nas redes sociais o dia inteiro, mas se não tiver uma mensagem clara, com um gancho interessante, você está se apagando na multidão.

Descubra O QUE você quer comunicar primeiro. Essa é a parte difícil. Qual a história por trás da sua música? O que te impulsiona? Você tem um som, um visual ou uma história única? Assim que você achar o diferencial da sua história, o resto — estratégias de marketing em redes sociais e newsletters, campanhas de RP, etc. — são só detalhes e trabalho burocrático.

Se você precisa de ajuda para descobrir ou contar a SUA história, confira <http://somosmusica.com.br/como-fazer-marketing-da-sua-musica-modulo-1-como-chamar-atencao-da-imprensa/>.

Sua música é sempre novidade para alguém

Se o mundo todo é seu público em potencial, até sua música mais velha pode virar a favorita de algum novo fã.

Há três importantes lições nisso:

- 1) Você NUNCA deve negligenciar seu catálogo mais antigo quando for se promover.
- 2) Agradando a um nicho restrito, seu público em cada país pode ser uma parcela pequena da população, que, somada em escala global, vira uma comunidade expressiva de fãs.
- 3) Quanto maior for seu catálogo de álbuns e músicas, mais oportunidades você terá para conquistar fãs e ganhar dinheiro com licenças de sincronização, direitos de execução e vendas.

Uma estratégia de música digital que pode funcionar para artistas independentes

Agora que já abordamos os principais conceitos por trás de administrar a sua própria carreira, vamos falar de estratégia. Como construir seu público e ganhar dinheiro com sua música online?

Distribuição de música global

Não basta colocar sua música no SoundCloud ou Bandcamp. Esses serviços podem ser muito úteis, mas não cumprem o papel de disponibilizar a sua música em TODOS os sites de música mais usados, como Spotify, Deezer, Apple Music, iTunes, Amazon e outros. Como dissemos acima, você precisa estar em todos os lugares para que os ouvintes te encontrem nas suas plataformas preferidas.

Assim que você gravou, mixou e masterizou sua música, é hora de organizar sua distribuição com a CD Baby. (Obs.: você pode programar uma data de lançamento para o futuro, se ainda não está pronto para que sua música entre “ao vivo”).

Como distribuir sua música digital através da CD Baby

1. Crie sua conta em <https://pt.members.cdbaby.com>.
2. Preencha as informações de seu álbum ou single (para um tutorial passo a passo de como inserir esses dados, [clique aqui](#).)
3. Faça upload de suas faixas e da arte da capa.
4. Selecione os países e plataformas de música digitais onde gostaria de disponibilizar suas faixas.
5. Pague uma taxa única de inscrição (SEM TAXAS DE RENOVAÇÃO ANUAL!).

Em questão de dias, sua música estará disponível no mundo todo!

O que você precisa preparar quando estiver se inscrevendo na distribuição da CD Baby:

- **Arquivos de áudio** – faça upload em alta qualidade, nos formatos WAV ou FLAC. Os arquivos devem ser estéreos, com taxa de amostragem de 44.1kHz e 16bit.
- **Capa** – A imagem da capa de seu álbum deve ser um arquivo JPG com pelo menos 1400x1400 pixels, 72-300dpi, menos que 25mb e um esquema de cores RGB (não CMYK).
- **Para cada faixa, informações sobre o compositor e eventual gravadora** – Para a CD Baby e para todos os nossos parceiros de música digital, é importante que os direitos autorais sejam distribuídos apropriadamente. É por isso que pedimos informações sobre o compositor e a gravadora em todas as músicas que distribuimos.

UPCs e ISRCs: o que são e por que você precisa deles!

Você também vai precisar de um código de barras UPC válido para o seu álbum, e um código ISRC para cada uma das músicas, antes que elas possam ser distribuídas.

O UPC é um número de identificação de produto de 12 dígitos (semelhante aos códigos de barras que você encontra em embalagens nas lojas) e é o que diferencia seu álbum de todos os outros à venda. Se você está gravando CDs, deve incluir o código de barras na capa traseira do seu encarte. (Obs.: o código UPC talvez já tenha sido gerado pelo seu fabricante de discos.)

Mais importante do que ter o código de barras impresso no disco em si, no entanto, é inserir o número de 12 dígitos na sua conta da CD Baby quando estiver se inscrevendo. Nós enviamos os números de UPC para todas as nossas empresas parceiras, para que elas possam rastrear corretamente as vendas digitais e contabilizar os pagamentos corretamente.

Se você ainda não tem um UPC, não se preocupe; a CD Baby pode atribuir um para você por apenas US\$ 20! (Você até terá a possibilidade de imprimir uma imagem do gráfico em barras, se quiser incluir nos seus CDs).

O ISRC, semelhante ao UPC, é um código de identificação usado para rastrear o download e streaming de faixas individuais. Cada música deve ter seu próprio ISRC. Se seu álbum foi masterizado por um engenheiro de som profissional, ele talvez já tenha atribuído ISRCs às suas músicas. Caso contrário, a CD Baby as gera DE GRAÇA. Você pode optar por isso quando estiver criando seu cadastro. Contudo, se você já está afiliado, ou planeja se afiliar a uma das associações de arrecadação de direitos do ECAD, é recomendável que gere seus ISRCs juntamente à sua associação de escolha. Visite o site do ECAD ou contate sua associação para saber mais sobre isso: <http://www.ecad.org.br/>

Promover sua música

[A estratégia para promover sua música é um assunto amplo, e nós o cobrimos com profundidade no nosso Blog Somos Música. Aqui, por outro lado, vamos dividir só algumas dicas rápidas de como se promover na esfera digital].

OK, agora sua música está solta no mundo, mas isso não significa que alguém saiba que ela existe. É hora de se promover. Na verdade, pensando bem, a hora de planejar sua auto-promoção já passou há alguns meses. Então vamos voltar no tempo e imaginar que você estava pensando nisso na hora em que lançou o seu álbum.

Você precisa do seu próprio site

Uma página do Facebook NÃO é um site. Você precisa de um quartel-general virtual para sua carreira, onde você pode pôr em destaque tudo que um fã, blogueiro ou promotor musical precisaria saber — tudo em um lugar só, e com o SEU nome artístico no domínio. Um lugar em que você controle a experiência. Um lugar em que você possa construir facilmente uma lista de emails.

Seu site deve ter, no mínimo:

- ❑ Um reprodutor de música com suas melhores canções
- ❑ Vídeos e fotos
- ❑ Uma biografia do artista, que conte sucintamente sua história
- ❑ Datas de shows
- ❑ Informação de contato
- ❑ Links para seus perfis nas redes sociais
- ❑ Um formulário para se inscrever na sua lista de emails
- ❑ Algumas citações favoráveis da imprensa sobre você (se tiver)
- ❑ Uma loja de música (a CD Baby oferece um reprodutor de música e uma loja gratuitos, embedáveis, bonitos e fáceis de usar)

A auto-promoção começa na hora em que você começa a criar novas músicas

A melhor maneira de criar uma expectativa pelas suas músicas é conversar com os fãs ENQUANTO o processo criativo está acontecendo. Compartilhe fotos, vídeos, demos e mais material. Vá desde quando a música é escrita, passando por quando é gravada, até a concepção de arte do álbum e outras etapas.

Confira essas dez maneiras de colocar sua música na imprensa, que não dependem de um lançamento de álbum: <http://diymusician.cdbaby.com/musician-tips/10-ways-to-get-your-music-in-the-press-besides-the-usual-album-release-and-tour-pr/>

Case seus objetivos com a janela de oportunidade apropriada para se promover

Para capturar o máximo de atenção da imprensa, você precisa chegar cedo (ANTES do lançamento oficial da sua música), dando tempo o suficiente para que a mídia possa te cobrir. Aqui estão os prazos aproximados para tentar se promover na mídia, de acordo com o escopo do seu lançamento.

Lançamento local: 1 - 2 meses.

Lançamento regional: 2 - 3 meses.

Lançamento nacional: 3 - 4 meses.

Lançamento internacional: 5 - 6 meses.

Precisa de ajuda para aperfeiçoar a arte de vender uma pauta? Baixe nossos guias:

Guia Básico De Marketing Para Sua Música

http://pt.members.cdbaby.com/campaigns/request-music-marketing-101.aspx?Source=MARK101-MEM-WEB&Dest=https://www.pages04.net/discmakers-cdbaby/CDBabyProspects_MASTER/Marketing_Your_Music_101_PT

10 Truques de Publicidade na Música que Você Pode Usar Agora Mesmo

http://pt.members.cdbaby.com/campaigns/request-10-music-publicity-hacks.aspx?Source=10HACKS-MEMWEB&Dest=https://www.pages04.net/discmakers-cdbaby/CDBabyProspects_MASTER/Ten_Music_Publicity_Hacks_PT

Fale com blogs famosos para fazer um lançamento exclusivo em vídeo ou áudio

Lançamentos em blogs se tornaram uma forma onipresente de promover músicas novas. Durante 24-48 horas, o blog se torna o ÚNICO lugar em que os fãs podem ouvir a nova faixa ou assistir a um vídeo. Você manda seus fãs para conferir o conteúdo no site, e, em troca, o blog também compartilha sua música com seus leitores assíduos.

Confira “Como arranjar um lançamento em blog para sua música ou vídeo”.

<http://diymusician.cdbaby.com/music-promotion/blog-premiere-for-your-song/>

Diga aos fãs onde podem ouvir sua música, mas os direcione para o lugar certo

No site da sua banda e nos emails enviados para sua lista, insira com destaque links de todas as plataformas mais relevantes onde seus fãs podem acessar suas músicas: iTunes, Apple Music, Spotify, YouTube Music, Amazon etc.

MAS... mesmo que você queira dar opções aos fãs, é importante deixar claro como você prefere que eles acessem sua música.

Por exemplo, na CDBaby.com, você pode ganhar MAIS dinheiro com downloads — e seu fã poderá optar por arquivos de alta qualidade (incluindo arquivos FLAC com qualidade de CD). Então os ouvintes pagam o mesmo preço do iTunes, obtêm um produto com um som melhor, e você ganha mais com a venda.

Faz sentido, então, priorizar a CD Baby nas suas mensagens, e até chegar a pedir explicitamente aos fãs para comprar da CD Baby, pelas razões mencionadas acima.

Você pode sugerir que os fãs entrem em contato pela primeira vez com suas músicas na Apple Music ou Spotify, mas explicar que, se eles realmente gostarem do que ouvirem, o melhor é apoiar seu trabalho comprando downloads da CD Baby (ou iTunes, Amazon, etc.).

Embede uma loja de música no seu site

O que é ainda melhor do que direcionar seus fãs para seu serviço preferido? Dar a possibilidade de comprar seus CDs, vinil e downloads direto do seu site! A CD Baby te dá uma forma simples e atraente de colocar uma loja de música no seu site com o nosso [Reprodutor de Música embedável](#).

É fácil. Você só precisa:

- ❑ Entrar na sua conta da CD Baby.
- ❑ Clicar em “Ferramentas e Promoção” para selecionar o estilo do seu reprodutor de música.
- ❑ Customizar o reprodutor.
- ❑ Copiar o código de HTML e colar no seu site.

Daí em diante, seus fãs podem comprar música diretamente do seu site, e a CD Baby vai administrar a entrega do produto, o atendimento aos clientes e a contabilidade. Você ganha uma porcentagem maior por venda do que em qualquer outra loja de downloads, e os fãs podem até compartilhar o reprodutor de música com seus amigos e seguidores na internet!

O poder das playlists

As playlists se tornaram uma das principais maneiras de ouvintes descobrirem seus novos artistas favoritos, na Apple Music, Spotify e outros. Alguns serviços de playlist (como o Soundrop.fm) conseguem até unir fontes de áudios de vários sites (Spotify, YouTube, Deezer) para tornar a playlist acessível em múltiplas plataformas.

As músicas de uma playlist bem montada são agrupadas para atrair um público muito específico — e isso significa mais reproduções, mais shares, mais receita para os donos dos direitos autorais e uma chance de fazer sua música chegar em quem trabalha no setor audiovisual, ou seja, em quem ouve playlists procurando as músicas certas para produções de filme e televisão em desenvolvimento.

Um dos artistas da CD Baby, Perrin Lamb, conseguiu que uma de suas músicas aparecesse em uma playlist proeminente do Spotify. As reproduções daquela única faixa renderam US\$ 56 mil, sem nem mencionar o crescimento de sua receita quando os fãs descobriram mais de suas músicas.

Mas quem está criando playlists? Como conseguir que sua música seja incluída? E quais oportunidades de playlists fora do radar você está deixando passar? Confira “Como botar sua música em uma playlist do Spotify ou Apple Music.”

<http://diymusician.cdbaby.com/music-promotion/how-to-get-your-music-in-a-playlist-on-spotify-or-apple-music-2/>

E não esqueça que VOCÊ também pode criar playlists no Spotify. Aqui seguem algumas ideias de playlist:

- ❑ Seus setlists
- ❑ Suas influências, além de suas próprias músicas que refletem essas influências
- ❑ Música de acordo com um humor ou tema (com algumas de suas músicas no meio)
- ❑ Música da sua região ou cena musical

Monetização do YouTube

O YouTube é a maior plataforma para descoberta de música no mundo, com mais de um bilhão de usuários globais. A receita dos anúncios do YouTube tem se tornado uma fatia cada vez mais importante dos ganhos totais de um artista.

No fim de 2016, a CD Baby terá pago mais de US\$ 10 milhões advindos do YouTube a seus músicos, sendo que alguns deles ganharam quase US\$ 100 mil com a receita de anúncios.

Muito disso é gerado pelo que é conhecido como “conteúdo gerado pelo usuário”, ou seja, vídeos que usam sua música, criados por fãs.

Esse não é conteúdo postado por você, no seu canal, mas o programa de monetização da CD Baby te dá uma forma de ganhar dinheiro com vídeos assim.

Através da tecnologia do Content ID do YouTube, sempre que sua música aparecer em qualquer lugar no universo do YouTube, ela é identificada e o vídeo é marcado com os seus direitos autorais, através da CD Baby. Assim, você ganha uma parcela de toda a receita de anúncios gerada por aquele vídeo. Os rendimentos para um só vídeo monetizado podem ser pequenos, mas se somam rapidamente, especialmente se você tem uma música que se adequa às necessidades de outros criadores de vídeos.

Aqui estão 5 dicas para te ajudar a ganhar mais dinheiro com música no YouTube

1. Inscreva todo o seu catálogo no programa de Monetização do YouTube da CD Baby

A primeira etapa para ganhar dinheiro com música no YouTube é, obviamente, se organizar para ganhar dinheiro com a sua música no YouTube!

Na era digital, suas músicas não têm um prazo de validade — e você nunca sabe quando uma delas vai encontrar um público. Então inscreva TODAS as suas músicas, velhas e novas.

2. Incentive fãs a criar conteúdo

Uma de suas músicas pode ser a trilha sonora perfeita para o vídeo bobo dos gatos de alguém, ou para acompanhar um típico vídeo caseiro de família.

Aqui estão algumas maneiras de fazer as pessoas usarem sua música:

- ❑ Mandar email para seus fãs avisando que eles têm a liberdade de usar as músicas nos vídeos (ou apresentações de slides) de férias, casamento, reunião de família, apresentações da firma, projetos da escola, etc.
- ❑ Organizar um concurso de vídeo, pedindo para que os fãs criem vídeos musicais com suas faixas preferidas. Seja uma animação stop-motion, uma festa em que dançam com sua música ou um monte de adolescentes fazendo “lip sync”, esse tipo de vídeo pode acumular uma receita de anúncios bem razoável. Além disso, você poderá compartilhar os seus resultados favoritos no seu site, newsletter e mídias sociais.

3. Coloque os seus links mais importantes no topo das descrições do YouTube

Nos vídeos que você subir para o seu próprio canal, coloque sempre a URL de sua loja de música de preferência ou de seu site no topo da descrição. A ideia é que quem está assistindo poderá clicar no link sem ter que descer a página ou apertar o botão “mostrar mais”.

4. Crie e suba vídeos para TODAS as suas músicas

Além de tudo que o YouTube se tornou, também é, sem controvérsias, a plataforma preferida por jovens fãs de música para ouvirem suas bandas favoritas. Se quiser que ouçam sua música, facilite para eles. Quanto mais vídeos você disponibilizar, mais oportunidades você terá de ganhar dinheiro com anúncios.

Se você não tem tempo ou orçamento para criar tantos videoclipes “de verdade”, pelo menos faça upload das músicas com a capa do seu álbum.

[Importante: se a sua distribuição pela CD Baby incluir serviços de streaming, vamos postar vídeos acompanhados da arte do álbum no YouTube para você!]

5. Use estratégias de chamadas para ação e cartões inteligentes

O YouTube oferece uma série de ferramentas para melhorar seus vídeos e aumentar ainda mais o engajamento. Lembre-se de explorar todas as opções dentro do seu canal do YouTube, incluindo cartões nos seus vídeos, que vão encorajar compras, bombar as inscrições no canal, aumentar as visualizações e muito mais.

Licenças de sincronização

Provavelmente, a fonte de receita mais importante hoje para um músico independente são as licenças de sincronização, ou seja, o pagamento pelo uso de suas músicas em filmes, TV, comerciais, videogames e outros. Artistas da CD Baby que pagaram pela distribuição Padrão podem, por nenhum custo extra, optar pelo nosso programa de licenças de sincronização e deixar suas músicas disponíveis para oportunidades como essa. Já colocamos músicas de nossos artistas em produtos da NBC, HBO, Bravo, CW TV, Crossfit, Eddie Bauer, entre outros.

O melhor de tudo é que, para uma licença de sincronização, a idade não importa! É importante lembrar que, quando alguém está procurando a música perfeita para uma cena em um filme, programa de TV ou comercial, a ÚNICA coisa que importa é que a música combine bem com a ação da narrativa.

Diferente de outros aspectos do negócio da música e da mídia, o sucesso com as licenças não depende da idade, do frescor, da data de lançamento ou da “relevância” do material. Depende do uso e da necessidade.

O que diz a letra da música? Como é a sonoridade? Encaixa com o clima ou o tema da cena? A faixa precisa ser útil para a produção. E só.

Até suas músicas mais velhas — músicas que pode ter parado de tocar muito tempo atrás — podem render direitos de sincronização. E, como você nunca sabe o que os diretores e produtores de audiovisual estão procurando, é melhor colocar todo o seu material em um catálogo de licenças para sincronização.

Outras ferramentas para aumentar o engajamento dos fãs

A internet te dá infinitas maneiras de interagir com os fãs que você já tem e de fazer novos, sem nunca sair de casa. Aqui estão algumas:

- ❑ Fazer o livestream de um show no ConcertWindow, Periscop, etc.
- ❑ Organizar um crowdfunding em plataformas como o PledgeMusic ou Kickstarter
- ❑ Gravar vlogs, videoclipes, vídeos com letras das músicas e resenhas dos seus equipamentos no YouTube.

Deixe rolar!

Assim como a promoção do seu álbum deve engrenar no minuto em que você começar a escrever ou gravar as músicas, ela também deve continuar até o seu próximo lançamento.

Muitos músicos perdem o fôlego depois da primeira ação promocional, mas construir uma conversa sobre você demora. Não se prive de oportunidades que só vêm depois que você criou um burburinho.

Aqui estão algumas formas de continuar promovendo sua música nos 12 meses depois do lançamento:

1. Crie um novo vídeo musical a cada um ou dois meses. Assim você tem novas chances de fazer lançamentos exclusivos em blogs, mesmo depois que a notícia do seu álbum já estiver embrulhando peixe.
2. Preencha as informações de seu álbum ou single (para um tutorial passo a passo de como inserir esses dados, clique aqui.)

3. Faça turnê! Não é exatamente uma atividade de música digital, mas pegar a estrada é uma das melhores formas de chamar a atenção da imprensa e apresentar sua música para novos públicos.

Sabemos que tem muita informação nesse guia. Se lançar música no mercado independente é um empreendimento novo para você, esse processo pode parecer avassalador — mas não precisa ser. A CD Baby assume todo o trabalho maçante na empreitada de monetizar sua música no domínio digital. Da distribuição às licenças de sincronização, passando pela receita do YouTube e vendas de música online, nós resolvemos para você. Inscreva-se na CD Baby para começar ainda hoje.

E se tiver qualquer pergunta sobre como construir sua própria carreira na indústria musical contemporânea, entre em contato conosco! Estamos aqui para ajudar.

portugues@cdbaby.com | 0800-762-5281 (Brasil) | 1-503-595-3000 (Internacional)

Confira aqui mais dicas pragmáticas sobre como promover sua música no Somos Música:
<http://somosmusica.com.br/>