INDEPENDENT MUSIC COMPANIES ASSOCIATION

Traduzido por:

WORLDWIDE INDEPENDENT NETWORK

Um bilhão de assinantes e contando...

Um momento de ambição, experimentação e colaboração



IMPALA | Plano de Musica Digital 2026

INTRODUÇÃO

O mercado da música digital está em uma encruzilhada. Mais pessoas ouvem cada vez mais música, e estamos prestes a alcançar um bilhão de assinantes em serviços de streaming. Isso é motivo de celebração. Ao mesmo tempo, há um potencial significativo para que o mercado digital se torne maior, mais justo, mais diverso e mais transparente. Nosso foco aqui é o streaming, pois ele representa atualmente a maior fonte de receita da música gravada, mas estes pontos se aplicam para além do streaming, a todo o mercado digital.

Em espírito de parceria, e com objetivos comuns de ampliar e desenvolver mercados de música digital que realizem seu potencial cultural, financeiro e sustentável, chegou o momento de trabalharmos juntos com um novo nível de ambição.

As propostas da IMPALA destinam-se tanto aos serviços digitais quanto aos selos e distribuidoras, grandes e pequenos, independentes e majors.

Identificamos cinco prioridades:

1. Aumentar as receitas e compartilhá-las de forma justa, eliminando as lacunas de valor
2. Potencializar o apoio à música nova, emergente e diversa
3. Estabelecer confiança por meio de uma rotulagem de procedência adotada por todo o setor
4. Combater a fraude e a diluição causada pela IA, adotando modelos responsáveis
5. Reduzir o impacto climático e fortalecer a inovação coletiva

CONTEXTO

O novo plano de música digital da IMPALA resulta de uma análise de dois meses, durante o qual pedimos às partes interessadas que compartilhassem suas prioridades. Também fomos orientados por contribuições de especialistas de diferentes segmentos de nossa base associativa, além de análises recentes e exemplos de avanços já existentes no setor. Agradecemos a todas as pessoas que contribuíram.

Partimos de recomendações anteriores que continuam pertinentes, bem como de análises recentes, entre elas as avaliações de Dan Fowler sobre a evolução de uma economia de streaming de dois níveis e sobre a importância da diversidade e da independência no setor musical, além do recente relatório da União Europeia sobre a capacidade de descoberta na Europa, que destaca diversas barreiras enfrentadas pelo repertório europeu diverso nos serviços digitais.

Acolhemos o amplo reconhecimento, no setor, de que a fraude e a IA exigem colaboração e maior atenção. Um mercado que funcione bem, no qual a música autêntica prospere e todas as tentativas de manipular o sistema sejam eliminadas, é essencial para todos os agentes legítimos. Ao mesmo tempo, outras prioridades são igualmente importantes e, em nossa avaliação, têm potencial para transformar todo o mercado.

Por isso, nossas propostas reúnem diversos elementos, todos voltados às profundas mudanças sistêmicas necessárias para gerar melhores resultados para todos os participantes e construir um futuro saudável. Questionamos certas ideias preconcebidas sobre como o mercado da música digital deveria funcionar. Também olhamos para além do streaming, considerando o mercado digital de música como um todo, como fizemos em nossas propostas anteriores. Algumas recomendações podem avançar rapidamente; outras exigirão esforço contínuo.

O momento é decisivo, pois aumentam os apelos por abordagens completamente diferentes, inclusive por mais regulação. Vemos nisso uma oportunidade de revisar e aprimorar mecanismos, buscando ambição, experimentação e colaboração para assumirmos a liderança. Avaliaremos os avanços em doze meses e pediremos aos nossos parceiros de todo o ecossistema que nos ajudem nessa tarefa.[1]
Na base da visão de nossos associados está a convicção de que as conexões entre artistas e fãs são o

[1] Isso inclui propostas de diferentes segmentos do setor musical e de outros setores culturais para aplicar regimes semelhantes aos dos serviços audiovisuais (que impõem 30% de conteúdo europeu, destaque e outras obrigações destinadas a assegurar diversidade e pluralismo), tributos sobre streaming, exceções ou modelos de compensação obrigatória para IA, direitos adicionais de remuneração, entre outras medidas. A legislação europeia sobre mercados digitais também se aplica, assim como as normas de concorrência. Ambas são relevantes em mercados concentrados, com poucos agentes de grande porte, como o mercado musical e os serviços digitais de música. Garantir que esses mercados sejam abertos, competitivos e apoiem a renovação constante e o crescimento de empresas independentes fortes é crucial, pelas razões apresentadas no relatório de Dan Fowler sobre o fortalecimento de um ecossistema musical independente e culturalmente diverso.

centro da música digital. Acreditamos que as cinco prioridades apresentadas aqui são essenciais para o crescimento efetivo de todo o mercado da música digital, fortalecendo o pluralismo, justiça, diversidade, confiança, inovação e sustentabilidade. No anexo, mostramos o que a adoção de nossas recomendações significaria, na prática, para os serviços digitais de música e também para selos e distribuidoras.

1. AUMENTAR AS RECEITAS E COMPARTILHÁ-LAS DE FORMA JUSTA, ELIMINANDO AS LACUNAS DE VALOR

A economia da música digital tem **enorme potencial de crescimento**. É fantástico que, em junho de 2026, a indústria da música esteja se aproximando de um bilhão de assinantes no mundo. Isso comprova a criatividade contínua de selos e artistas e o papel das plataformas de streaming na criação de novas formas de o público se relacionar com a música e apreciá-la em grande escala. Ainda há muito a fazer para compartilhar essa prosperidade e melhorar os resultados para artistas talentosos, começando pela **eliminação das atuais lacunas de valor**, entendidas como situações que apresentam problemas estruturais de remuneração. No mercado atual, isso inclui não acompanhar a inflação, diluir os royalties da música com conteúdo não musical, impor limites mínimos de pagamento e remunerar de forma inadequada o uso de música em plataformas de vídeo, redes sociais e conteúdo gerado pelo usuário (UGC), enquanto a fraude e a IA também drenam valor do sistema.

Sabemos que essas questões exigem abordagens cuidadosas e que nem tudo pode mudar da noite para o dia. Como ponto de partida, sugerimos avaliar a perda causada à indústria por cada lacuna de valor, definir metas para o resultado desejado e estabelecer prioridades de acordo com elas. Como princípio inicial, os serviços devem assegurar condições realmente equitativas, sem discriminação na remuneração nem em outros termos relevantes, como compromissos promocionais.

Como apontamos em nossos planos anteriores, **não acompanhar a inflação tem um custo**. Nos mercados maduros, apoiamos aumentos nos preços das assinaturas que representem adequadamente o valor da música. Nas assinaturas musicais que incluem audiolivros, podcasts, áudio funcional ou outras formas de conteúdo, não deve haver diluição em prejuízo da música. É necessária maior transparência sobre a distribuição do valor. O crescimento não melhorará os resultados de artistas e selos se a música não participar, desde o início, da distribuição desse aumento. Quando houver pacotes combinados, **a música deve participar de todos os reajustes de preço**.[2]

Acreditamos que há espaço para experimentar mais ofertas de alto valor, como **planos premium para superfãs** e recursos como espaços de conexão direta entre artistas e fãs. Acolhemos o fato de algumas plataformas estarem testando essas possibilidades e, paralelamente, vemos um interesse comum em **repensar os planos gratuitos**, especialmente nos mercados maduros. O acesso gratuito pode ajudar a atrair assinantes quando bem administrado, e é muito importante em certos mercados para estimular o uso de serviços legítimos. Em outros mercados, porém, a oferta gratuita pode concorrer com as assinaturas pagas, especialmente quando o mesmo conteúdo está disponível com poucas restrições, prejudicando os preços das assinaturas, a penetração de mercado e o valor geral da música.

Os serviços já fazem muito ao experimentar continuamente maneiras de melhorar suas plataformas, e esse espírito de experimentação também deve alcançar os **modelos de negócio e a distribuição de royalties**. Testar modelos alternativos de distribuição de receitas é uma oportunidade para que os serviços digitais de música (DSPs) se diferenciem. Modelos como crescimento do artista, pro rata temporis e participação dos fãs já foram propostos, mas ainda não foram testados de forma efetiva, embora algumas plataformas adotem diferentes modalidades centradas no usuário. Também gostaríamos que os adicionais de remuneração recompensassem inovação, investimento e risco, por meio de mecanismos como **pagamentos ampliados para novos lançamentos, repertório diverso, artistas locais emergentes e música independente**. À medida que o mercado amadurece e novos participantes adotam práticas diferentes, reconhecemos que os serviços têm suas próprias ideias para promover melhorias que apoiem a música diversa, os artistas locais e os novos lançamentos. Incentivamos os serviços a **competir abertamente nesse campo** e a comunicar suas intenções.[3]

[2] Reconhecemos que isso talvez não seja possível em mercados nos quais uma base legítima de assinantes ainda esteja em formação ou onde circunstâncias excepcionais, como guerras, imponham desafios significativos.
[3] Por exemplo, parcialmente pela SoundCloud e pela Lissen, e também pela Cantilever como seu modelo central; a Deezer (proponente original do modelo centrado no usuário) aplica ajustes para se aproximar desse modelo.

Os limites mínimos de monetização baseados no número de reproduções ou ouvintes constituem outra lacuna de valor. São fundamentalmente injustos e devem ser eliminados. Toda música reproduzida deve ser remunerada. Caso se demonstre que esses limites ajudam a combater fraudes, eles devem ser reformulados e reduzidos, especialmente à medida que novas ferramentas eficazes de detecção sejam desenvolvidas. Onde existirem limites de monetização, artistas legítimos devem poder se qualificar por **mecanismos de verificação**, com ajustes na forma de distribuir os **royalties retidos**. Atualmente, o valor é redistribuído em benefício de quem já recebe os maiores pagamentos. Em vez disso, deve-se considerar primeiro quem provavelmente foi afetado pelo limite. Em qualquer caso, mudanças relevantes precisam ser livremente pactuadas com os independentes à mesa de negociação, e **obrigações de entrega integral do catálogo não devem ser aplicadas a músicas com pouca probabilidade de remuneração ou de atendimento adequado**.[4] Para além dos serviços tradicionais de streaming, a indústria precisa de uma estratégia para outras áreas do mercado digital em que a música é consumida, como as **redes sociais, o conteúdo gerado pelo usuário (UGC), a economia dos criadores de forma mais ampla e as plataformas de vídeo**, nas quais a receita que retorna a artistas e selos é mínima (veja, por exemplo, o relatório recente da CMU sobre o tema). Já destacamos essa lacuna de valor em nossas recomendações anteriores, e ela continua sendo, sob muitos aspectos, a mais significativa, pois os problemas são mais complexos do que aumentar o preço das assinaturas e conter vazamentos. Com o crescimento do consumo, a lacuna de valor continuará a aumentar. **Soluções de licenciamento coletivo, como a Merlin, devem ser respeitadas** sempre que os selos quiserem utilizá-las; essa também foi uma das recomendações de Dan Fowler para desenvolver um setor independente forte. Isso ajuda a garantir que a música seja devidamente valorizada e que os pequenos agentes não sejam prejudicados, além de gerar eficiência para licenciados e licenciadores.

Todos os agentes têm um papel no compartilhamento justo das receitas. **Selos e distribuidoras, majors e independentes**, devem aplicar os princípios da Declaração de Acordos Digitais Justos da WIN. Isso significa **compartilhar adiantamentos, garantias e receitas com a venda de participações societárias** com todos os artistas representados e selos distribuídos. O mesmo se aplica aos compromissos relativos a playlists e outras ferramentas de descoberta. **Os termos digitais devem ser justos e atuais**, com a revisão de percentuais e deduções obsoletas, acompanhados de **relatórios transparentes** que expliquem claramente as receitas dos artistas e apresentem demonstrativos de royalties com um resumo e detalhes suficientes para sua compreensão. Parte vital do ecossistema, os **músicos de estúdio devem receber remuneração adequada por seu trabalho**, inclusive por meio de negociações nacionais do setor, quando apropriado e onde ainda não existirem.

2. POTENCIALIZAR O APOIO À MÚSICA NOVA, EMERGENTE E DIVERSA

Um ecossistema musical vibrante e saudável promove a música diversa em todas as suas formas. Propomos trabalhar em conjunto para responder positivamente às conclusões do relatório da Comissão Europeia sobre a capacidade de descoberta de repertório diverso. É crucial ajudar o público a descobrir música nova em um mercado inclinado para o catálogo. Como afirmamos em nosso primeiro plano, cinco anos atrás, os serviços que enxergarem a diversidade como oportunidade serão os que mais ganharão. Cinco anos depois, isso não é apenas uma oportunidade de fortalecer as relações entre artistas e fãs, mas uma necessidade crescente diante das preocupações dos órgãos reguladores. Trata-se de uma **oportunidade comum a todos os serviços digitais**, sejam eles plataformas de streaming por assinatura, serviços de UGC ou redes sociais. A resposta é **potencializar, de forma mensurável, o apoio a artistas emergentes, à música diversa e aos novos lançamentos, locais e internacionais**.[5]

Por isso, esperamos que todos os serviços digitais, independentemente da área do mercado em que atuem, **maximizem o conhecimento local e o apoio editorial**, além de **reverem o funcionamento de seus algoritmos**. Acreditamos que a participação humana na curadoria e no trabalho editorial é vital, com **presença forte em todos os territórios**, principalmente nos mercados sub-representados (a Europa

[4] Esse modelo é aplicado por algumas entidades de gestão coletiva, como a PPL, às receitas não atribuíveis de execução pública e radiodifusão.

[5] A diversidade inclui diferentes fatores como cultura, gênero musical, idioma, geografia, diversidade e inclusão, entre outros aspectos. Alguns enfrentam barreiras estruturais. O estudo da Comissão Europeia sobre capacidade de descoberta constatou que as recomendações de repertório no idioma local caem para 0% quando o algoritmo recebe dados de entrada não locais; mercados menores que compartilham idiomas com mercados maiores também são sistematicamente diluídos. O desequilíbrio geográfico e linguístico amplia outras lacunas de diversidade. Também se menciona a tendência chamada "glocalização", segundo a qual o repertório em idioma local teria bom desempenho; isso, porém, não constitui uma tendência geral, pois beneficia sobretudo artistas no topo.

Central, Oriental e Meridional é um exemplo, e outros territórios europeus, do norte ao sul), apontam o mesmo problema. Incentivamos os DSPs com participação de mercado relevante a garantir uma base mínima de conhecimento editorial local (editores com domínio do idioma e do mercado) em cada país onde operam. Os serviços que valorizam e demonstram orgulho de sua curadoria se destacam. Naturalmente, isso deve caminhar junto com ferramentas tecnológicas e algoritmos, que podem favorecer a descoberta quando recebem os estímulos adequados. Essas ferramentas devem ser administradas para ajudar a superar os problemas identificados no relatório da União Europeia sobre descoberta.[6]

Comprometer-se com a diversidade e com a descoberta é uma **oportunidade para os serviços celebrarem a boa música e competirem por muito mais do que simplesmente oferecer todo o repertório**. Promover artistas emergentes locais e internacionais, novos lançamentos e repertório diverso exige **ações ativas e mensuráveis, capazes de inspirar e criar conexões**. Fundamentar essas ações nas características da música e na experiência humana, ajustar algoritmos e eliminar vieses financeiros ou ligados aos titulares de direitos produzirá melhores resultados de engajamento. **O desempenho deve ser informado anualmente e de forma mensurável**, com indicadores como a participação nas playlists editoriais, as recomendações algorítmicas e o uso de ferramentas promocionais, por país e idioma, além de outros fatores relevantes, como gênero musical, gênero e medidas mais amplas de diversidade.[7]

Fortalecer as conexões entre fãs e artistas também contribui para ampliar a diversidade e representa uma oportunidade de competição entre os serviços. Já mencionamos os **planos para superfãs**, que consideramos um investimento bem-vindo, além dos **espaços de conexão direta entre artistas e fãs** e de mais oportunidades para que o público satisfaça sua curiosidade. Os associados também mencionaram a importância de manter as playlists atualizadas, utilizar ferramentas como rankings e ampliar o **controle do usuário sobre preferências, recomendações e recursos de busca**. Fornecer aos titulares de direitos **mais dados sobre os fãs**, a maneira como se relacionam com a música e o uso de recursos adicionais é outra parte importante da equação. Reconhecemos que os relatórios dos DSPs alcançaram um nível impressionante de precisão e incentivamos todos os serviços a continuar avançando. Nossos associados ressaltam reiteradamente que poderiam ser disponibilizados mais dados sobre a interação dos fãs e querem participar desse desenvolvimento.[8][9]

Selos e distribuidoras devem continuar investindo no **desenvolvimento de artistas, na diversidade de repertório e no relacionamento com o público**, inclusive em novos recursos de conexão direta entre artistas e fãs, garantindo ao mesmo tempo que a música conte com metadados precisos e práticas que maximizem sua descoberta.

3. ESTABELECER CONFIANÇA POR MEIO DE UMA ROTULAGEM DE PROCEDÊNCIA ADOTADA POR TODO O SETOR

Todo o ecossistema tem a **oportunidade de adotar a procedência com orgulho** e utilizá-la como elemento de diferenciação, como já fizeram outros setores, a exemplo dos mercados de alimentos e vinhos. Na música, procedência significa identificar diferentes categorias de conteúdo, entre elas artistas contratados por selos ou gravadoras (independentes ou pertencentes a majors), artistas que lançam por conta própria, conteúdo de bibliotecas musicais, conteúdo gerado por IA (incluindo as ferramentas utilizadas) e outras.

Um novo modelo ajudaria a **identificar, promover e celebrar a música autêntica em meio a um oceano de conteúdo**, apoiar a escolha e a filtragem pelos usuários e melhorar a descoberta e a conexão com os fãs.

Acolhemos o trabalho já em andamento, e os exemplos apresentados recentemente constituem um ótimo ponto de partida. Este é o momento certo para elevar o tema à condição de imperativo comercial, além

[6] A curadoria humana é um recurso central de serviços como Qobuz e Cantilever, por exemplo, e a Apple também enfatiza esse aspecto.
[7] Isso deve ir além do uso de ferramentas pagas para impulsionar reproduções, que criam condições desiguais e, com a ampliação do uso, tornam-se menos eficazes devido a um efeito de "corrida para o fundo".
[8] Por exemplo, os recursos Song Credits, About the Song e Song DNA do Spotify oferecem aos ouvintes mais informações sobre músicas e artistas.
[9] O Flow da Deezer proporciona aos ouvintes maior controle sobre os algoritmos de recomendação; a Apple permite buscar por selo e por outras categorias.

de exercício técnico. Isso inclui, naturalmente, um acordo sobre o que constitui conteúdo materialmente gerado por IA (veja mais abaixo), mas vai muito além. Ao melhorar a qualidade dos metadados, a transparência e a rotulagem, o setor musical pode apoiar escolhas informadas. Consumidores, criadores e empresas devem conseguir compreender com que conteúdo estão interagindo, de onde ele vem, como foi criado e como é apresentado e monetizado.

A procedência vai além da rotulagem. Um modelo comum de procedência criaria uma **infraestrutura compartilhada de transparência, descoberta e responsabilização** em toda a economia da música digital. Funcionaria como um selo de qualidade, ajudando os serviços a identificar e promover repertório diverso, apoiar a música independente e ampliar a transparência de forma geral.

Para selos e distribuidoras, trata-se de uma **oportunidade concreta de fortalecer a visibilidade da música independente**. Esse trabalho é urgente. Depois de implementado, o modelo dependerá de ampla adesão e da inserção de informações precisas. Quando bem elaborados, os **padrões de procedência se tornarão a base** para novas ferramentas de descoberta, experiências para fãs, soluções de licenciamento e oportunidades comerciais em toda a economia da música digital.

4. COMBATER A FRAUDE E A DILUIÇÃO CAUSADA PELA IA, ADOTANDO MODELOS RESPONSÁVEIS

A confiança no streaming também depende da cooperação entre plataformas, distribuidoras, titulares de direitos e associações setoriais para aplicar iniciativas antifraude em toda a cadeia de valor. Precisamos de **medidas rigorosas contra todas as práticas destinadas a explorar os sistemas de remuneração e recomendação**. Reconhecemos os esforços realizados até aqui e saudamos a percepção crescente de que é necessária uma **colaboração em todo o setor**. Essa abordagem é mais eficaz e evita soluções conflitantes.[10]

As empresas independentes estão particularmente expostas por terem menos recursos e, além disso, consideram que a **integridade do mercado da música digital está em risco**. São necessárias **ações coordenadas e mais rigorosas contra a fraude**, adotadas no nível correto antes que gerem problemas para os titulares de direitos. Isso inclui, por exemplo, conteúdo produzido por ferramentas de IA não licenciadas, faixas aceleradas ou desaceleradas e faixas inseridas indevidamente em perfis de artistas. Agir de forma coordenada e explicar os motivos demonstra a seriedade dos agentes do ecossistema na proteção da música que os artistas lhes confiaram. A mensagem é clara e, por sua vez, fortalece o significado e a conexão para os fãs, além da proposta de valor. Naturalmente, o mesmo vale para outros serviços, não apenas para o streaming.

A **verificação de artistas**, procedimentos robustos de KYC ("conheça seu cliente") e **sistemas de prevenção a fraudes** têm seu papel, assim como medidas financeiras que desestimulem a manipulação, a exemplo de taxas de distribuição direcionadas e penalidades severas para infratores reincidentes, em conjunto com os esforços das plataformas para detectar contas falsas e streaming artificial. Algumas políticas já foram implementadas, mas precisam ser mais rigorosas. Também devem existir salvaguardas adequadas, transparência e comunicação clara para que artistas e selos legítimos disponham de **mecanismos de contestação** quando necessário, por exemplo, se o repertório deles for usado para disfarçar fraudes ou for identificado incorretamente, como a IMPALA já reivindicava em 2023. Devemos atualizar o código de práticas adotado inicialmente por todo o setor para refletir os desafios atuais e dar clareza às medidas tomadas. Iniciativas como a Music Fights Fraud Alliance e as informações produzidas por fornecedores especializados em sistemas de detecção também desempenham papel importante.[11]

A infraestrutura subjacente também precisa ser robusta para impedir que agentes mal-intencionados se estabeleçam. Esperamos que todas as distribuidoras, majors e independentes, adotem **ferramentas de referência no mercado e processos de boas práticas** para verificar todos os clientes e conteúdos antes que qualquer música ou material relacionado passe por seus sistemas de entrega - em outras palavras, para "limpar os canais".

A manipulação de streaming também é uma **questão concorrencial**: responder a ataques constantes consome muitos recursos, tornando as empresas independentes alvos mais fáceis e afetando-as de maneira desproporcional diante da enorme escala do problema. Remetemos nossos associados às

[10] Por exemplo: streams falsos, artistas falsos, fãs falsos, faixas falsas, faixas aceleradas ou desaceleradas e manipulação do público.
[11] Como o novo selo de verificação do Spotify destinado a artistas reais.

orientações da IMPALA sobre o tema. Para evitar barreiras estruturais, é essencial agir no nível correto, como observado acima; as **novas ferramentas devem ser disponibilizadas simultaneamente a todos os titulares de direitos**, acompanhadas das salvaguardas já mencionadas.

Ferramentas de IA podem melhorar a detecção de fraude e manipulação, e incentivamos esse uso em nossas recomendações anteriores. Entretanto, o conteúdo gerado por IA também auxilia fraudadores e representa um desafio estrutural. Deve ser política do setor impedir a diluição da música criada por seres humanos, gerar segurança em todo o ecossistema e estabelecer espaços distintos para ferramentas de IA licenciadas. Há dois aspectos: padronizar as definições e decidir como o conteúdo materialmente gerado por IA deve ser tratado.

Como mencionamos acima em relação à procedência, são fundamentais **definições padronizadas de conteúdo materialmente gerado por IA**, bem como a **divulgação das ferramentas utilizadas**. Acolhemos os esforços de rotulagem já realizados, inclusive pelos DSPs, e apoiamos a aceleração do trabalho rumo a um marco adotado por todo o setor. Isso **vai além de uma atividade de identificação**. Também precisamos decidir como o conteúdo materialmente gerado por IA deve ser tratado. Os serviços adotam abordagens diferentes, que devem ser padronizadas. A proposta da IMPALA tem duas partes: i) o uso de **ferramentas não licenciadas** torna automaticamente o conteúdo infrator, que deve ter **bloqueados o envio, a remuneração e a participação nos sistemas de descoberta**; ii) o conteúdo de IA generativa produzido por **ferramentas licenciadas** deve ser devidamente **controlado, rotulado e passível de filtragem**. Mantê-lo em espaços separados é coerente, pois se trata de um produto diferente da música humana, que **não deve integrar os fundos de royalties da música nem os sistemas de recomendação.**[12][13]

Quando selos e artistas tiverem interesse em colaborar com modelos responsáveis e licenciados de IA, devem ter liberdade para fazê-lo, inclusive quando esses modelos forem oferecidos como recurso adicional aos serviços de streaming. Entendemos que selos independentes estão optando por discutir essas questões com seus artistas antes de firmar acordos para o uso de gravações sonoras. Além disso, o uso de voz, imagem, nome ou aparência normalmente exige consentimento do artista, e incentivamos ferramentas que ajudem a administrar isso na prática. Acolhemos a experimentação com experiências responsáveis para fãs impulsionadas por IA, desde que os consentimentos adequados estejam assegurados. Atualmente, esses modelos são prejudicados porque ferramentas não licenciadas criam condições desiguais de competição.[14]

Proteger os interesses da música sob a perspectiva dos direitos é essencial. Exige-se autorização específica antes de qualquer uso. Devemos deixar muito claro que **o silêncio não equivale a consentimento** para treinamento ou qualquer outro uso relacionado à IA, assim como não o fazem **exceções de direitos autorais nem termos e condições padronizados**. Recomendamos que todos os titulares de direitos sigam a orientação da IMPALA de declarar publicamente, e perante todos os parceiros, que seus direitos estão reservados, e remetemos também aos Princípios de IA da WIN. Os selos devem **verificar seus acordos com serviços digitais e distribuidoras** para assegurar que seus direitos sejam respeitados.[15]

5. REDUZIR O IMPACTO CLIMÁTICO E FORTALECER A INOVAÇÃO COLETIVA

Um mercado digital saudável prospera com práticas inovadoras que melhorem o ecossistema e apoiem novos modelos e práticas de negócio. A inovação exige que o setor **teste continuamente novas abordagens, aprenda com outros setores, aperfeiçoe padrões e colabore** diante de desafios comuns.

As empresas independentes têm liderado as mudanças de forma consistente, desde a justiça na remuneração dos artistas e os princípios para IA até a sustentabilidade, a diversidade e as práticas

[12] Por exemplo: o sistema de detecção e rotulagem de IA da Deezer; as etiquetas de transparência de IA da Apple; a divulgação de IA nos Song Credits do Spotify; e a rotulagem do YouTube para conteúdo criado com ferramentas de IA do Google - os criadores também devem declarar conteúdo sintético, que será removido se violar as diretrizes da comunidade.
[13] A Deezer, por exemplo, impede que esse conteúdo participe dos sistemas de recomendação. A Tidal acaba de anunciar que não pagará qualquer royalty por ele.
[14] Por exemplo, a política do Spotify contra personificação e as novas ferramentas do YouTube destinadas a ajudar criadores a administrar o uso de sua aparência.
[15] Marcos regulatórios adequados, que respeitem direitos autorais e outros direitos, também são essenciais e constituem outra frente do trabalho da IMPALA - veja, por exemplo, nossa política industrial. Aqui tratamos apenas das melhores práticas do setor.

empresariais éticas. A contribuição dos independentes em diferentes áreas é apresentada no relatório da ORCA sobre o valor do setor independente e no relatório de Dan Fowler sobre o ecossistema, mencionado acima.

No ecossistema digital, temos interesse comum em eficiência de dados, redução do número de formatos, diminuição da duplicação de catálogos, combate à proliferação de envios e promoção de escolhas mais sustentáveis em todos os pontos da cadeia, a fim de reduzir o consumo de energia, o uso de água e outros impactos. A colaboração é fundamental para identificar pontos críticos e conciliar estratégias de redução e padrões de divulgação, com métricas como emissões por faixa armazenada, por reprodução e o impacto da fraude e do conteúdo gerado por IA.

Selos e distribuidoras independentes podem estabelecer metas e reduzir seu próprio impacto com as ferramentas gratuitas da IMPALA, entre elas capacitação, orientações e a calculadora de carbono. O Music Climate Pact dispõe de diretrizes específicas para o ambiente digital, que abrangem as emissões até o momento da entrega aos serviços; os DSPs assumem a responsabilidade quando a música passa ao seu controle operacional. Também estão disponíveis mecanismos de investimento climático, como a Murmur. É importante dialogar com artistas, **fãs**, DSPs e fornecedores para apoiar escolhas sustentáveis e **desenvolver metas e ações comuns**.[16][17]

A inovação em todas as práticas empresariais sustenta o mercado digital. Dar continuidade à longa tradição de liderança inovadora do setor independente, com apoio e parceria das plataformas, melhorará o ecossistema musical para criadores, empresas e públicos.

POR QUE ESTAS PROPOSTAS SÃO IMPORTANTES

Os selos independentes oferecem disposição essencial para assumir riscos, conhecimento especializado e alcance, além de serem os principais investidores em música nova, emergente e diversa em todas as suas formas. Atuam em todas as regiões, gêneros musicais e públicos e respondem por uma parcela substancial dos novos lançamentos e da diversidade que tornam os serviços de música atraentes. O setor da música independente está no centro da indústria, reunindo paixão, princípios e investimento para construir carreiras artísticas sustentáveis de longo prazo em um amplo espectro musical, das cenas locais ao sucesso global.

Isso confere peso considerável a estas propostas e à necessidade de desenvolver mudanças sistêmicas que apoiem e fortaleçam a independência e a diversidade de forma significativa. No anexo, explicamos o que isso representa, na prática, para os serviços digitais de música e também para selos e distribuidoras.

TRABALHO CONJUNTO E REVISÃO EM 12 MESES

Valorizamos nossas relações de longa data com as partes interessadas e com outros segmentos do setor e reconhecemos os **avanços já em curso no enfrentamento de desafios como a fraude e a IA**. São questões importantes e, ao mesmo tempo, **é essencial ampliar o foco das discussões**. Não existe uma solução única para desafios que atingem todo o ecossistema; diferentes aspectos precisam fazer parte da equação.

Se formos bem-sucedidos em nossa ambição comum, as conexões com os fãs serão mais fortes e **mais artistas e selos em atividade, nos diferentes níveis do ecossistema, conseguirão viver de sua arte**.

A economia da música oferecerá oportunidades maiores e mais sustentáveis. Isso estabelecerá um novo padrão para o mercado digital, reduzirá ao mínimo a necessidade de regulação e ressaltará o **papel de liderança do setor musical** em matéria de confiança e transparência.

Estamos preparados para o trabalho que temos pela frente e para colaborar na **avaliação dos avanços daqui a um ano**.

[16] Segue o Padrão Corporativo do Protocolo de Gases de Efeito Estufa, a estrutura de divulgação mais utilizada no mundo, e abrange os Escopos 1, 2 e 3. A ferramenta é desenvolvida pela Julie's Bicycle e apoiada pela Merlin por meio do Weidenmüller Sustainability Fund, além da Murmur.

[17] O padrão da IMPALA delimita as responsabilidades de selos, distribuidoras e DSPs, em consonância com a avaliação do MICC. O trabalho do Music Climate Pact contribui para o compartilhamento de conhecimento entre diferentes áreas prioritárias. A IMPALA copreside o grupo de trabalho digital. Também estão disponíveis dicas para que fãs reduzam seu impacto durante o streaming, além de orientações para diminuir o impacto do vinil.

ANEXO

PLANO DE MÚSICA DIGITAL 2026 DA IMPALA

O que estas recomendações significam para os serviços digitais

Aumentar as receitas e proteger a parcela da música: elevar preços e repensar os planos gratuitos; desenvolver planos para superfãs; impedir a diluição dos royalties da música ou dos reajustes de preço por outros conteúdos; e criar novas estratégias de royalties para a economia dos criadores.[18]
Tornar o pagamento justo: eliminar limites mínimos; quando mantidos, pagar artistas verificados e distribuir de outra maneira os valores retidos; testar modelos alternativos de receita que apoiem artistas emergentes e a diversidade.
Dar flexibilidade à entrega: permitir que a música seja retida sem penalização quando não for monetizada ou atendida adequadamente e promover recursos especiais que ampliem a concorrência.
Construir conexões mais fortes: contratar curadores e editores humanos; usar espaços de conexão direta entre artistas e fãs e outros recursos para engajar o público e compartilhar dados; fortalecer a presença em países sub-representados.
Comprometer-se com a diversidade: promover novos lançamentos, artistas emergentes e a diversidade em diferentes dimensões: cultural, fatores de equidade, diversidade e inclusão, idioma, geografia e gênero musical; e informar anualmente as ações concretas.
Assegurar uma descoberta genuína: garantir autenticidade, auditabilidade e transparência dos fatores que afetam preferências e recomendações e eliminar vieses financeiros e ligados aos titulares de direitos.
Aplicar a rotulagem de procedência: acordar um sistema setorial para diferenciar artistas contratados por selos ou gravadoras (majors ou independentes), artistas que lançam por conta própria, conteúdo de bibliotecas musicais, conteúdo gerado por IA (com indicação da ferramenta utilizada) e outras categorias.
Eliminar a fraude: colaborar com os titulares de direitos em KYC, verificação de artistas, metadados, multas e taxas de distribuição e em salvaguardas que promovam condições equitativas; combater reproduções artificiais; revisar o código do setor.
Proteger a criação humana: impedir a diluição causada por conteúdo de IA generativa (sem royalties nem descoberta); trabalhar com titulares de direitos em recursos responsáveis de IA para fãs, como DJ e mixagem; impedir o envio de faixas produzidas por IA não licenciada.
Colaborar pela sustentabilidade: analisar formas de reduzir o impacto de maneira colaborativa e transparente e informar diferentes métricas - carbono por faixa armazenada, por reprodução e impacto da fraude e do conteúdo de IA generativa.

O que estas recomendações significam para selos e distribuidoras

Estabelecer um marco de procedência: a rotulagem é uma oportunidade para a descoberta e a integridade - artistas contratados por selos ou gravadoras, majors ou independentes; lançamentos próprios; conteúdo de bibliotecas musicais; conteúdo gerado por IA, com indicação da ferramenta utilizada; entre outros.
Limpar os canais: verificar todas as músicas e todos os clientes; trabalhar com todo o setor para atualizar o código sobre fraude e manipulação; ajudar a desenvolver incentivos, com salvaguardas, que removam os agentes mal-intencionados e protejam os legítimos.
Aplicar uma política de IA em várias camadas: confirmar publicamente que os direitos estão reservados para treinamento; dialogar com os artistas; acordar uma definição e um tratamento setoriais para o conteúdo materialmente gerado por IA; adotar ferramentas responsáveis.
Promover diversidade e conexões: continuar investindo em novos lançamentos e diversidade; usar recursos que engajem os fãs; solicitar dados aos serviços; usar o novo conjunto de ferramentas de EDI da IMPALA para realizar medições como empresa.
Pagar royalties justos: pagar percentuais digitais justos e atuais, em conformidade com a Declaração de Acordos Digitais Justos da WIN; reavaliar contratos antigos; revisar as relações com redes sociais e a economia dos criadores.
Compartilhar participações societárias e outros termos: adiantamentos, garantias, venda de participações em DSPs e outros valores devem ser compartilhados com os artistas representados e os selos distribuídos; o mesmo vale para compromissos relacionados a playlists e outras ferramentas.

[18] Reconhecemos que essa não é uma opção em países que enfrentam dificuldades para estabelecer ou manter mercados legítimos ou que precisam responder a problemas como guerras, pois os serviços necessitam de estratégias distintas (inclusive de preço e oferta gratuita) para ampliar o número de assinantes.

Assegurar transparência: as receitas dos artistas devem ser explicadas claramente nos acordos e demonstrativos de royalties, com um resumo e detalhes suficientes para sua compreensão.
Apoiar músicos de estúdio: onde não existirem acordos setoriais locais para a contribuição de músicos e intérpretes não destacados, incentivar negociações sobre remuneração e condições.
Apoiar escolhas sustentáveis: estabelecer metas e seguir diretrizes para reduzir o carbono e outros impactos; medir com a calculadora da IMPALA; comunicar-se com fãs, artistas e fornecedores; utilizar mecanismos de investimento climático.
Liderar a inovação no setor: continuar atuando em áreas nas quais práticas inovadoras possam melhorar o ecossistema, apoiar novos modelos e práticas de negócio e demonstrar a liderança do setor.