



BOLETIM

A INTERNET COMO POTENCIALIZADORA DAS PRODUÇÕES MUSICAIS



O ambiente digital surge como uma oportunidade para diferentes mercados do segmento da economia criativa.

Dentre as chances de visibilidade dos trabalhos, o setor da música é um dos que mais apresentou mudanças no que diz respeito a produção, crítica e consumo.

Com o avanço das ferramentas e plataformas, que tornam possível o compartilhamento, o cenário musical foi modificado consideravelmente. Agora, novos protagonistas assumem os papéis de influência nos gostos e o mercado fonográfico toma um novo ritmo. Para propagar esses materiais, a internet se torna essencial. Novas ferramentas estão disponíveis, bem como novas abordagens de conquista do público.

Com a chegada de megaeventos, como a Copa do Mundo da FIFA de 2014, a divulgação dos conteúdos musicais pode iniciar desde já em um espaço democrático e de grande alcance.



Cenário da música atual

A venda de CDs diminuiu consideravelmente com o passar dos anos. De acordo com [dados da Associação Brasileira de Produtores de Discos \(ABPD\)](#), no período de seis anos (compreendidos entre 2000 e 2006), a venda dos álbuns musicais e o faturamento das gravadoras apresentaram uma queda de 50%. Hoje, novas maneiras de abordagem do público surgem e, com elas, a possibilidade de visibilidade e lucro. As gravadoras já apostam em novas alternativas além dos produtos musicais físicos.

/ Vendas totais do mercado físico (CDS+DVDS+BLU-RAYS)

EM R\$



FONTE: ABPD (COM BASE NOS VALORES APRESENTADOS PELAS MAIORES COMPANHIAS FONOGRAFICAS DO PAÍS)



Com a queda gradativa anual, as gravadoras investem no mercado digital e nele conquistam novos consumidores.



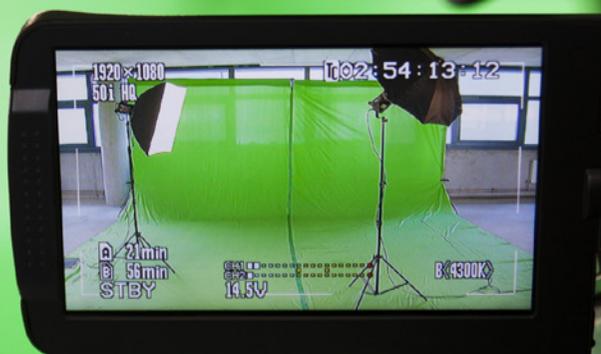
/ Vendas totais no mercado digital

	2012 R\$	PARTICIPAÇÃO %	2011 R\$	PARTICIPAÇÃO %	VARIÇÃO % (2011-2012)
Downloads Internet	23.747.219,68	21,3	2.353.255,28	3,9	+909
Telefonia Móvel	28.952.106,81	26	15.092.750,45	24,8	+91,8
Subscrição para Streaming	28.199.247,92	25,3	34.640.325,06	56,9	-18,6
Streaming de vídeos musicais remunerado por publicidade (YouTube e Vevo)	30.537.267,26	27,4	8.766.638,76	14,4	+248,3
Total	111.435.841,67	28,37	60.852.969,55	16	+83,1

FONTE: ABPD



O consumo da música no formato digital se propagou com o passar dos anos. Hoje, as gravadoras têm nessa opção a maior parte de sua lucratividade. Somente em 2012, a receita do mercado digital teve um acréscimo de 83,1%, conforme dados da ABPD. Com a mudança de paradigma de consumo, as oportunidades neste setor são ampliadas.



Ferramentas de propagação das produções musicais

YouTube

Produzir um vídeo para a divulgação dos trabalhos musicais tornou-se uma das alternativas mais procuradas pelos artistas. Os que já possuem fama se beneficiam para promover novas produções. E os que buscam a fama têm nessa ferramenta o caminho para a conquista de admiradores e consumidores do trabalho. Diversos cantores e bandas trilharam o caminho virtual para, finalmente, conquistarem contratos com grandes gravadoras e o YouTube foi a porta de entrada para que isso fosse possível.

No site é possível o *upload* de vídeos. E, apesar de um canal democrático e aberto, são também resguardados os direitos autorais. Os artistas que postam seus vídeos podem também optar pela solicitação do ID de Conteúdo para, assim, preservar os conteúdos e receitas relacionados a eles. A qualidade de resolução disponível também se mostra como destaque, em relação aos demais sites que hospedam vídeos *on-line*. De acordo com informações do [site](#), a qualidade pode ir de 240 ou 360 pixels (definição padrão) à alta definição (720 ou 1080 pixels), de acordo com a velocidade da conexão de internet. O YouTube desponta também como um dos recursos mais utilizados pelos artistas consagrados, os quais mantêm seus canais exclusivos na página. Para inserir os vídeos, é necessário que o usuário faça um cadastro.

DISPONÍVEL EM: [HTTP://GLO.BO/1JN6FX4](http://glo.bo/1JN6FX4). ACESSO EM 20/01/2014



/ Streaming musical

Disponibilizar álbuns completos em uma ferramenta passível de *download* e que possibilita a centralização dos conteúdos musicais, a fim de facilitar a vida dos consumidores/usuários. As ferramentas de *streaming* musical colaboram para que a música seja difundida de maneira ainda mais democrática e acessível aos consumidores. A partir daí, uma forma diferenciada de aquisição dos álbuns e, conseqüentemente, de consumo deles. A visibilidade de artistas que não possuem contrato firmado com gravadoras também pode ser alcançada por meio dele. Abaixo, alguns dos principais serviços de streaming musical disponíveis no Brasil:



Rdio

Oferece ao usuário mais de 18 milhões de músicas, sem que seja necessário *download* para que ele as ouça. É possível também seguir amigos, artistas e conferir as opiniões relacionadas aos conteúdos. Algumas informações de como proceder podem ser conferidas [aqui](#).



Deezer

Ferramenta que estreou em 2013 no Brasil, o Deezer disponibiliza mais de 20 milhões de faixas. Outra possibilidade é a interação com o usuário: podem ser enviadas as faixas que não estão disponíveis na plataforma para, assim, completar os álbuns. Veja [o que fazer](#) para inserir sua música.



Rara

O Rara.com chegou ao País em 2012. Em seu acervo podem ser encontradas mais de 14 milhões de músicas. As faixas disponíveis são licenciadas das gravadoras Sony, Universal, Warner e EMI e de selos independentes.

FONTE: REVISTA EXAME, COM ADAPTAÇÕES



/ Mídias sociais

As mídias sociais são as principais ferramentas de compartilhamento das informações no ambiente digital. Além dos internautas interagirem com sua rede de seguidores/amigos/fãs, há possibilidade de compartilhar e divulgar o que se consome como mais uma oportunidade de divulgação das produções musicais.

Fique atento!

Disponibilizar os conteúdos musicais em locais passíveis de compartilhamento se torna uma chance de alcançar um público diferenciado.



Estas produções chegam até o internauta que não necessariamente precisa estar conectado a um site destinado às produções musicais. As mídias sociais apresentam aí uma de suas principais características: o protagonismo de seus usuários. Uma pessoa verá o compartilhamento do conteúdo como uma recomendação de um contato já estabelecido, confiável e que compartilha interesses em comum. As chances deste conteúdo ser acessado é consideravelmente maior.



Cuidados ao produzir conteúdo musical para a internet

Todo e qualquer trabalho deve ser feito com seriedade e profissionalismo. Apesar do ambiente virtual apresentar um perfil mais democrático e a inserção dos conteúdos se dar de maneira menos burocrática, a produção deve ser planejada. Afinal, ela será o “cartão de visita” do músico, a ferramenta de divulgação de um trabalho.

De acordo com informações publicadas no portal [Tecmundo](#), todo e qualquer conteúdo/informação (sejam elas virtuais ou não) produzido no Brasil é protegido pela legislação vigente. Essas determinações estão contidas na [Lei 9.610/98](#).

O ambiente digital pode parecer livre, mas o uso de suas ferramentas deve ser feito de forma consciente e ética.





/ Plágio

De acordo com o portal JusBrasil, “o plágio é o ato de assinar ou apresentar uma obra intelectual de qualquer natureza (texto, música, obra pictórica, fotografia, obra audiovisual, entre outras) contendo partes de uma obra que pertença a outra pessoa sem colocar os créditos para o autor original”. Essa violação é considerada crime. No ambiente digital, o plágio é mais comum do que se imagina. Deve-se estar atento à autoria das canções gravadas e outros aspectos que estejam relacionados à propriedade intelectual. Um descuido pode comprometer a credibilidade de seu trabalho.



/ Distribuição do conteúdo na internet

A disponibilização do conteúdo para *download* não implica em seu uso livre e indiscriminado. Conforme reportagem da [Tecnundo](#), a compra de uma faixa musical ou de um CD corresponde à aquisição do direito de uso, mas não da reprodução, comercialização ou alteração da obra. Quem produz o conteúdo é quem tem direito sobre ele. Sendo assim, músicos e produtores podem manter canais de interação com o público e que possibilitem o compartilhamento e divulgação dos materiais produzidos. Músicos independentes e consagrados disponibilizam em seus sites faixas musicais e clipes, sejam eles para *download*, execução ou venda.



Fique atento!

De acordo com o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad), são resguardados pela lei do direito autoral obras musicais sejam elas compostas por letra e música, ou somente música. Uma música instrumental também é uma obra musical, mesmo não possuindo letra.

Com a realização dos megaeventos no país e o aumento significativo no fluxo de pessoas nas cidades, músicos e produtores que desde já se atentarem a preservar suas produções, evitarão incômodos posteriores.

Oportunidades para músicos e produtores

Disponibilizar os conteúdos traz vários benefícios. Além do grande alcance dos conteúdos, por estarem acessíveis a pessoas de todos os lugares do mundo, hoje, a internet é a porta de entrada para artistas dos mais diferentes estilos musicais. Nela, há espaço para produções que dificilmente teriam se não fosse por intermédio das grandes gravadoras ou empresários. Ela também é o caminho para que se alcance contratos com essas gravadoras. A divulgação no ambiente digital foi explorada por diferentes artistas, sejam eles nacionais ou internacionais. Confira abaixo algumas das carreiras que surgiram ou se consolidaram nesta perspectiva:



Fresno

A banda Fresno é uma das representantes dos que utilizaram a internet como ferramenta de difusão de seu trabalho. De acordo com o vocalista da banda, Lucas Silveira, a internet se mostrou um importante caminho para divulgação no início da carreira. Hoje, a banda possui contrato com a gravadora Universal Music.

Katy Perry

A cantora fez o caminho inverso de muitos dos que potencializam suas carreiras no ambiente digital: usou das ferramentas não para conquistar um contrato com gravadora, que já possuía. Ela explorou os recursos disponíveis para a divulgação do trabalho produzido e para se aproximar de seus fãs.



Mallu Magalhães

O Brasil tem uma representante emblemática do sucesso conquistado essencialmente pela internet: a cantora Mallu Magalhães. Nascida em São Paulo, aos 15 anos a jovem gravou em estúdio suas primeiras músicas e as disponibilizou da rede social MySpace. Seu último álbum, denominado Pitanga, leva o selo da Sony BMG.

O Teatro Mágico

Com dez anos de carreira, o grupo explora além da música, diferentes manifestações artísticas. Em suas apresentações são incorporados elementos do circo, da poesia e da literatura. Fernando Anitelli, líder da “trupe”, acredita que a música livre é uma forma de democracia. Em entrevista ao blog SWU, Anitelli afirmou que “defende o compartilhamento, o streaming, o trabalho com personalidade”. Para ele, este é o caminho para a existência musical.





- O ambiente digital está acessível para bilhões de usuários, sejam eles consumidores ou produtores de conteúdo. Busque diferenciação. Com a infinidade de produtos disponíveis na rede, prezar pelo profissionalismo e seriedade nas suas produções é essencial. Com isso, as possibilidades de fidelizar o público são ainda maiores. E conquistar parcerias/contratos também;
- A disponibilização da música na internet deve ser feita de maneira consciente. Estar atento à legislação que resguarda os direitos autorais é essencial para evitar problemas futuros;
- A aproximação com o novo consumidor é uma das principais vantagens do uso da internet para a difusão da música. A interação com o artista e o *feedback* instantâneos possibilitam melhorias que levam em conta os anseios reais do público. Buscar essa aproximação torna-se uma oportunidade para aprimorar seu trabalho e colher bons frutos. As redes sociais também surgem como uma importante ferramenta para a viralização de suas produções;
- Para ampliar a divulgação, blogs ou sites que centralizem as informações e conteúdos de seu trabalho podem ser alternativas. Neles, informações como trajetória profissional, anseios da carreira e contato podem estar registrados. Mais um caminho que colabora para a fidelização do público e torna-se uma vitrine para possíveis parcerias/contratos.

Fique atento!

Saiba que as produções postadas na internet ganham um alcance inestimável. Uma proposta acertada se torna oportunidade para a conquista de mercados que podem avançar as fronteiras nacionais.



Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!



SEBRAE SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UACS – Unidade de Atendimento Coletivo – Serviços
Conteúdo: Francine Ribeiro

WWW.SEBRAE2014.COM.BR

FACEBOOK.COM/SEBRAE2014

TWITTER.COM/SEBRAE_2014

