

O lucro na era digital ainda está para ser descoberto

Tainã Bispo

De que forma a música, os livros e os filmes serão consumidos no futuro? Essa é uma das perguntas-chaves que o setor de entretenimento terá que responder - e rápido. Nesse novo contexto, em que o conteúdo digital está a um clique do consumidor, o modo de produção tradicional fica cada dia mais obsoleto. É hora de empresas como gravadoras e exibidores de filmes se reinventarem. A consultoria Deloitte pesquisou a fundo o setor no trabalho *Media Predictions - TMT Trends 2008* e sugeriu mudanças para que as companhias se adaptem a essa realidade.

No caso da música, o processo de digitalização intensificou a pirataria. Ficou fácil e barato fazer downloads ilegais da internet ou copiar um CD para vendê-lo na rua. Desde 2004, o setor encolheu 28,9%. No ano passado, as vendas físicas de música mundiais totalizaram US\$ 15 bilhões.

Para a Deloitte, os fãs de música não se importam em pagar centenas de dólares por um tocador de MP3 ou uma quantia similar para assistir a um show ao vivo. Mas os mesmos fãs são incapazes de comprar música digital. Eles preferem fazer o download ilegal. "A relutância em gastar dinheiro com downloads pode ocorrer porque é difícil para os consumidores darem valor a produtos intangíveis."

Para a pesquisa, a indústria pode mudar esse cenário tornando a música algo tangível de novo. Segundo Marco Antônio Brandão Simurro, sócio-líder para o atendimento às indústrias de Tecnologia, Mídia e Telecomunicações da consultoria, algumas ações já estão sendo feitas nos EUA e na Europa. As gravadoras têm fechado acordos com as fabricantes de tocadores de MP3 para que o equipamento já chegue na loja com determinado álbum gravado em sua memória. Como a tecnologia desse aparelho tem evoluído rapidamente, o executivo diz ser provável que os consumidores troquem-no com mais frequência. "Ter um aparelho pré-gravado pode se tornar uma vantagem competitiva", diz. "Algo semelhante pode ser feito no celular também." Outra solução seria oferecer a quem compra downloads a cópia física do álbum que está sendo adquirido, junto com um livro ou uma camiseta.

As redes de cinema também precisam aproveitar o momento para rever seu modelo de negócio. Segundo a Deloitte, o advento do projetor digital - há cerca de 150 salas com esse tipo de equipamento no Brasil - trouxe novas possibilidades. Os filmes podem dividir as salas de cinema com outro tipo de programação, como a exibição de um show ou um evento corporativo. A brasileira Rain Network, por exemplo, já trabalha dentro desse conceito. Além de prestar serviços para os exibidores, como digitalizar os filmes (da película para um arquivo digital), a Rain já organizou um campeonato de video game, o *Fifa Soccer 2006*, em uma sala de cinema. Dessa forma, as redes exibidoras elevam o índice de utilização das salas, principalmente em horários menos nobres.

Porém, a tecnologia digital não parece tão promissora quando o assunto são os livros, revistas e jornais. "Um dos principais obstáculos para a adoção em massa do e-book (livro digital) em 2008 e nos próximos anos pode estar ligado à profunda afeição que as pessoas possuem pelo livro tradicional de papel", afirma a pesquisa.

Em vez do consumidor em geral, a tendência é que o livro digital - um aparelho com uma tela especial para leitura - interesse mais a públicos específicos. Pode ser um instrumento prático de consulta para quem usa obras de referências no trabalho, como dicionários, manuais técnicos, textos acadêmicos ou títulos jurídicos. No Brasil, uma editora pequena, a Giz Editorial, tem se arriscado nesse mercado, praticamente inexistente no país - nos EUA, a Sony fabrica o e-book e a Amazon oferece um aparelho de marca própria.

Ednei Procópio, dono da Giz, trouxe um primeiro lote da China com sua marca própria, a e-BookReader, em meados do ano passado. Até agora, no entanto, o empresário vendeu apenas 30% do material importado, mesmo tendo diminuído o preço de R\$ 999 para R\$ 749. "As pessoas preferem um notebook, ainda mais após a queda do dólar, ao e-book", afirma.

Os compradores do livro digital no Brasil, diz Procópio, "são principalmente profissionais liberais ou técnicos que precisam ler manuais". Mesmo assim, ele reconhece que ainda não há grande demanda. "Não tenho pressa em vender o restante do lote. O mais importante, agora, é criar o hábito de consumo desse equipamento."

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 19 fev. 2008, Tendência&Consumo, p. B4.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.