

Brasil entra no top 3 do mercado digital

João Bernardo Caldeira

Distante do epicentro da recessão econômica mundial, o Brasil é um dos mercados mais promissores para a indústria fonográfica e a música digital. A expansão das redes de banda larga e de telefonia móvel garante um aumento contínuo de consumidores. "Trata-se hoje de um mercado-chave", diz sobre o país Gabriela Lopes, diretora de marketing da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), que, recentemente, divulgou um relatório anual em tom otimista para as gravadoras.

Depois de mais de uma década de declínio, o estudo traz esperanças de recuperação. O crescimento de 8% do segmento digital, em 2011, foi recebido com entusiasmo, já que o prejuízo total de 3%, somadas as receitas físicas e digitais, é o menor nos últimos anos.

Nesse cenário, o setor no Brasil fecha o ano com faturamento de cerca de 25% superior a 2010, o que representa 20% do mercado, segundo a Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD). "Estamos no mesmo patamar dos mercados emergentes", afirma Cláudio Vargas, VP de novos negócios da Sony Music. A partir de 2011, Estados Unidos, Coreia do Sul e China são os primeiros a obter mais da metade de suas receitas com o segmento digital, puxando a média mundial para 32%.

Os singles digitais mais vendidos em 2011

O cantor Bruno Mars é o campeão em vendas, com três músicas na lista



Bruno Mars

Just the Way You Are

Americano de 26 anos nascido no Havaí, o cantor tem apenas um disco, "Doo-Wops & Hoologans" (2010), em que mistura pop, r&b e soul. Ganhou um Grammy em 2011 na categoria cantor pop

12,5
milhões
de cópias

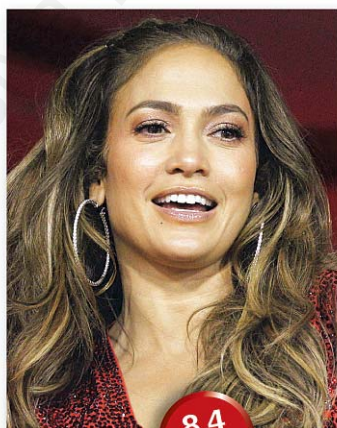


LMFAO

Party Rock Anthem

Formado em 2006 em Los Angeles (EUA), a dupla de electro pop geralmente aborda temas como festas e bebedeiras. O sucesso de "Party Rock Anthem" começou como um viral na internet, via YouTube

9,7
milhões
de cópias



Jennifer Lopez

On the Floor

A cantora e atriz de 42 anos tem uma sonoridade que transita entre hip-hop, dance, r&b e pop. Ela também canta em espanhol e, em 2010, tornou-se parte do júri do programa de talentos "American Idol"

8,4
milhões
de cópias

Bruno Mars 10,2 milhões	Grenade
Adele 8,2 milhões	Rolling in the Deep
Lady Gaga 8,2 milhões	Born This Way
Pitbull ft. Ne-Yo, Afrojack & Nayer 8,2 milhões	Give me Everything
Black Eyed Peas 7,3 milhões	The Time (Dirty Bit)
Maroon 5 7 milhões	Moves Like Jagger
Bruno Mars 6,5 milhões	The Lazy Song

Fonte: IFPI (Federação Internacional da Indústria Fonográfica)

"O Brasil é a coqueluche mundial porque está em ascensão, com mobilidade social, poder aquisitivo e uma população com celular na mão e apaixonada por música", diz Felipe Llerena, diretor-executivo do iMusica, pioneiro no país. Apesar da chegada tardia ao Brasil, em dezembro, os resultados iniciais do iTunes têm animado o setor. Pela primeira vez, as vendas pela internet deverão estar à frente do segmento mobile (telefonia móvel), as duas vertentes do digital. A liderança só não será folgada pelo estouro, no ano passado, do ringback tone, a música contratada para tocar enquanto a ligação não é atendida. O crescimento de 20% no número de linhas de celulares ativas, um total de 247 milhões no ano passado, demonstra a força deste mercado.

E é nele que o Oi Rdio, serviço americano lançado recentemente ano Brasil em parceria com a operadora, aposta. Apesar da base de 42,9 milhões de clientes de telefonia móvel, no entanto, "apenas" 10 milhões deste total possuem smartphones, com acesso à internet. "Mas 60% dos aparelhos hoje vendidos são smart phones", diz Roberto Guenzburguer, diretor de produtos móveis da Oi.

O crescimento do mercado digital deve acompanhar também o gradativo cumprimento da meta do Ministério das Comunicações de ampliar, até 2015, de 30% para a 70% o percentual de domicílios com internet. "Existe um leque de oportunidades enorme para empreendimentos nacionais ou estrangeiros", diz Paulo Rosa, presidente da Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD).

Além do iTunes, o estrangeiro Rdio também veio disputar o mercado que tinha a atuação isolada do Terra Sonora e iMusica. Ainda em 2012, Spotify e Deezer prometem iniciar as atividades por aqui. O número de assinantes do serviço de streaming (que permite ao usuário ouvir quantas músicas desejar, sem que possa transferi-las em definitivo para o seu computador) do Terra Sonora chegou a 500 mil em 2011, 40% a mais que no ano anterior, somados os seis países latinos onde atua. "No futuro, ficará comprovado que o modelo por streaming é o mais bem-sucedido", afirma Paulo Castro, diretor-geral do Terra.

Baseado no sistema de download (acesso somente aos fonogramas comprados, que podem ser transferidos para outros aparelhos), o iTunes brasileiro surpreendeu a própria Apple, em seu primeiro mês. "É impressionante verificar que um disco de 1974, 'Elis & Tom', encontra-se nas paradas dos mais vendidos da loja", diz José Éboli, presidente da Universal Music.

Com a diversificação dos produtos, há consumidor que está finalmente se acostumando com a ideia de pagar por música na rede. "Pela primeira vez, o consumo legal de música digital está mais atraente que o produto pirata", afirma Marcelo Soares, presidente da Som Livre. A qualidade inferior do arquivo digital não afeta as vendas. "A primeira parte da revolução digital foi composta pela tríade acesso, disseminação e portabilidade. Agora, é preciso acrescentar a excelência ao acorde", ressalva o músico e empresário João Marcello Bôscoli.

O relatório da IFPI afirma que legislações mais duras referentes à pirataria deram resultado na França, Coreia do Sul e Nova Zelândia. No Brasil, o índice de pirataria digital, de 44%, é bem superior ao da média mundial, de 28%. "O principal concorrente do mercado ainda é o pirata", diz Paulo Castro, do Terra.

A cargo da Associação Antipirataria Cinema e Música (APCM), a fiscalização no país concentra-se em rastrear e retirar da rede conteúdo ilegal. Porém, propostas de mudanças na legislação inexistem. Um grupo de discussão sobre o tema chegou a funcionar sob a coordenação do Ministério da Cultura, até o ano passado, sem resultados. "Pensamos em criar um sistema de alertas que informaria ao internauta quando uma infração de direito autoral estivesse ocorrendo", diz Paulo Rosa, da ABPD. "Mas acredito que temos de buscar outros modelos mais eficazes."

Ainda assim, o consumo ilegal não abala a confiança depositada na perspectiva positiva da economia brasileira, no crescimento de 7% em valores do mercado físico nacional em 2011 e na aprovação da PEC da Música, que dará isenção fiscal à atividade. Mesmo o setor independente começa a colher frutos.

"Nosso catálogo já possui nomes como Chico Buarque, Maria Bethânia e Erasmo Carlos, o que aumenta nosso poder de barganha junto aos serviços de música", afirma Luciana Pegorer, presidente da Associação Brasileira da Música Independente (ABMI). Pelo lado das majors, a expansão implicam na revisão de estratégias. "Desde 1999, me especializei em fazer cortes. Nos últimos anos, voltamos a investir, porque agora temos um horizonte", afirma Éboli, da Universal.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 28 fev. 2012, Eu & Investimentos, p. D5.