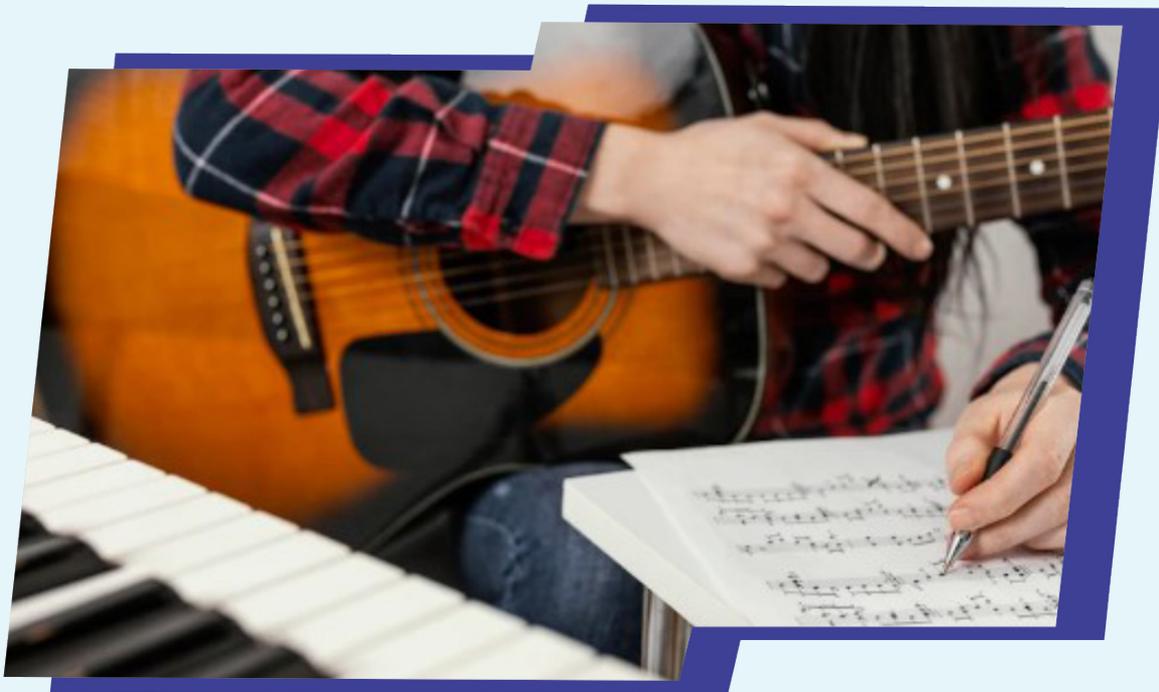




>> e-book

Novas oportunidades no setor da música



Sumário

Introdução.....	03
Streaming – do estúdio para as plataformas digitais.....	05
Marcas como aliadas de mercado.....	06
Shows ao vivo.....	07
Editais.....	07
Festivais, eventos e casas de show.....	08
Videoclipes.....	09
Música regional.....	09
Direito autoral.....	10
Algumas curiosidades desse mercado.....	11
Conclusão.....	12
Referências.....	13



Introdução

O primeiro formato de gravação e reprodução sonora surgiu em 1877: o fonógrafo inventado por Thomas Edison. Desde então, os formatos para reproduzir e distribuir conteúdos sonoros não param de evoluir e, com isso, os modelos de negócio nessa área.

Já passamos pela época do vinil, da fita cassete, do disquete, do CD (disco compacto), do MP3 e, atualmente, do streaming. Cada evolução traz junto uma série de facilidades relacionadas, principalmente, à forma de reprodução e à distribuição dos conteúdos.

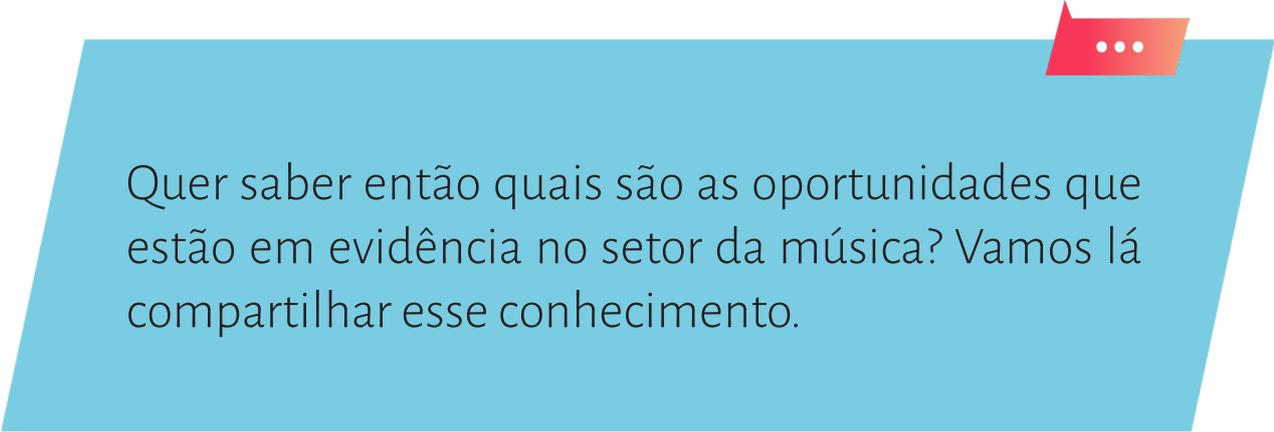
Do ponto de vista do usuário, a evolução do vinil para a fita cassete permitiu a qualquer pessoa gravar sua própria seleção musical com certa facilidade.

Da fita cassete para o disquete e para o CD, o processo de gravação se tornou mais rápido, os formatos mais compactos e o computador entrou facilitando o processo.

Já o MP3 evoluiu para um formato em que não é mais necessário um dispositivo físico para armazenar a música, que passa a ser reproduzida a partir de um formato digital. Junto com o MP3, veio o Napster, o primeiro programa de compartilhamento de músicas pela internet. Nesse momento, teve início uma verdadeira revolução no mercado da música, principalmente por parte das gravadoras, que começaram a perder sua hegemonia de mercado.

O streaming trouxe uma facilidade de acesso aos conteúdos digitais pelo fato de poderem ser obtidos por meio de uma conta. Isso também possibilitou ao usuário conectar-se a um imenso acervo de conteúdo digital (filmes, séries e músicas) a um custo acessível.

A facilidade de distribuição que o streaming possibilita popularizou rapidamente essa tecnologia. A indústria do audiovisual, de olho nesse mercado e sempre em busca de elevar seu faturamento, contribuiu para a abertura de novas janelas de oportunidades.



Quer saber então quais são as oportunidades que estão em evidência no setor da música? Vamos lá compartilhar esse conhecimento.



Streaming – do estúdio para as plataformas digitais

Você sabe o que é streaming? É a tecnologia que permite assistir a filmes e séries e ouvir músicas por meio da internet sem precisar baixar os arquivos. Basta acessar uma plataforma como, por exemplo, Netflix ou Spotify.

O streaming provocou uma revolução na forma de consumir e ouvir música. A venda em formato físico, como o CD, caiu estrondosamente. O fato de essa tecnologia permitir que a distribuição dos conteúdos seja feita por meio de plataformas digitais trouxe algumas vantagens para os artistas. Antes do streaming, eles precisavam da gravadora para fazer a distribuição de seus conteúdos. Na era do streaming, o próprio artista pode produzir sua obra e fazer a distribuição por meio de plataformas e lojas de música digital.

Você deve estar se perguntando: mas que vantagem isso tem? Bem, esse fato contribuiu para diminuir as barreiras de entrada para o mercado da música e acelerou o percurso do artista para encontrar o seu público. O caminho para o sucesso agora pode ser muito mais rápido!

Marcas como aliadas de mercado

As facilidades de compartilhamento e acesso aos conteúdos, decorrentes da tecnologia do streaming, fizeram com que as marcas entendessem que a música é um dos pilares mais importantes para atingir o consumidor.

A música é um dos meios mais eficazes para despertar sensações e sentimentos nas pessoas. Além disso, entre as artes, a música é a linguagem que tem mais facilidade de reprodução e propagação. Sabendo disso, as marcas usam cada vez mais a música para fortalecer a relação com seus clientes, gerando fidelização e satisfação com o conceito de Brand Experience.

As grandes empresas criaram áreas específicas para pensar novos formatos de negócio, voltados a associar marcas com artistas. A Sony, por exemplo, uma das maiores empresas do setor, abriu uma área na América Latina dedicada aos novos negócios.

Observa-se um movimento das marcas elegendo alguns produtos como prioritários. Vamos ver que produtos são esses.



Shows ao vivo

As marcas começaram a investir mais nos shows ao vivo, pois entendem que esse formato retém mais o público, além de possibilitar uma experiência customizada como parte do show.

Editais

Diante do interesse das empresas sobre o efeito da música no posicionamento da marca, elas lançam projetos voltados para o setor. Os editais se tornam um mecanismo usado para viabilizar projetos musicais, que graças às vantagens das leis de incentivo fiscal, são bem interessantes e vantajosos para as empresas.

Os editais abrem oportunidades não só para os artistas, como também para toda a cadeia produtiva. Empresas como a Natura, por exemplo, mantêm como parte de sua estratégia uma política de financiamento específica, voltada para os artistas do setor da música.

Além disso, a empresa implanta uma espécie de observatório para acompanhar as tendências do setor da música e a mecânica da indústria criativa para analisar se o que está sendo proposto pela marca continua sendo relevante ao longo do tempo.

Festivais, eventos e casas de show

As empresas também mudaram a estratégia em relação ao objeto de financiamento dos editais. No período anterior ao streaming só financiavam artistas por meio de projetos.

Em função das possibilidades que o streaming trouxe, essa visão também mudou. Pelo fato de a digitalização abrir outras frentes de conexão, além de novas formas de comunicação, interação e interatividade, as marcas ampliam seus modelos de investimento.

Elas passam então a financiar festivais, eventos, casas de show como novos formatos de criar conexão emocional com seus clientes. E, com isso, atraem novas oportunidades de negócio para o setor da música. Para o setor criativo da música, quanto mais as marcas se movimentam para inovar os seus modelos de negócio em busca de expandir e fortalecer a relação com seus clientes, mais o setor da música se beneficia.

As empresas passam então de uma visão de branding que se atinha apenas à presença da marca num evento para uma visão que vê a música como uma plataforma de engajamento.



Videoclipes

Videoclipes também são alvo de interesse dos investimentos feitos pelas marcas. Assim, torna-se um produto a mais com oportunidades para o artista receber investimentos por parte das empresas.

Música regional

As empresas já começaram a entender que a escolha do artista para associá-lo às suas marcas vai além do critério de se tratar de alguém com reconhecimento nacional. É necessário mais do que isso; é importante saber com quem seus clientes se conectam, o que pode não significar, necessariamente, que sejam os artistas mais famosos.

Alguns artistas regionais têm um engajamento tão grande quanto os artistas de reconhecimento nacional.

Com isso, o horizonte de oportunidades se amplia para os artistas regionais.

É possível ver um contexto favorável que estimula as grandes marcas a pensarem em campanhas regionais. Isso também tem a ver com o momento atual, sob a influência da economia criativa, que chama a atenção, cada vez mais, para o valor da identidade local relacionado à inovação.

Direito autoral

Com o streaming também foi possível apurar os mecanismos de controle de direito autoral para os artistas, o que sempre foi motivo de discussão e controvérsia entre artistas e gravadoras.

As empresas vão em busca de criar mecanismos mais transparentes e mais eficientes de controle do direito autoral. Isso não só é um fator favorável e que contribui na relação entre editoras, cantores e gravadoras, como também se torna um segmento a mais dentro das empresas.

O Spotify, por exemplo, criou o site Loud & Clear, onde compartilha informações para que os profissionais do setor da música, assim como o público, possam entender melhor o funcionamento do setor, passando pelo sistema de royalties, players e com dados sobre o contexto de streaming da música.

Para se ter uma ideia do tamanho desse mercado, de acordo com os dados apresentados neste site, só em 2021 o Spotify pagou mais de US\$ 30 bilhões em royalties para a indústria da música. E você ainda tem dúvidas sobre as oportunidades desse setor?



Algumas curiosidades desse mercado

Você sabia que:

- O funk é o gênero mais ouvido no Spotify?
- No Brasil temos mais de 300 gêneros musicais ligados à MPB, isso sem falar nas variações dos gêneros criadas nos estados?
- Embora o Spotify lidere o mercado mundial de plataformas de streaming, apenas 1% do que as pessoas ouvem no Brasil é por este meio?
- O artista no Brasil que mais faz show é um pagodeiro, chamado Ferrugem, que tem 8,5 milhões de seguidores no Instagram?
- Rádios ainda continuam sendo o meio mais eficaz de fazer um hit estourar? A rádio ainda é um meio importante de popularização da música.
- O sertanejo continua sendo o gênero mais tocado nas rádios?
- O streaming tem gerado receitas recordes para a indústria da música?



Conclusão

Sem dúvida o mercado da música é um dos que mais se beneficiou com a evolução das tecnologias.

Não faltam oportunidades para você, que quer empreender nesse setor. Portanto, mãos à obra para tirar seu plano de negócio do papel. Ou, se você já empreende nesse setor, vá em busca de novas oportunidades, como as que foram apresentadas aqui, para expandir seu negócio.

Referências

Brêda, L., Mercado da Música no Brasil dobra faturamento em três anos. Folha de São Paulo, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/03/mercado-de-musica-no-brasil-gera-r-21-bilhoes-e-dobra-faturamento-em-tres-anos.shtml>. Acesso em: 28 de set. de 2022

De Marchi, L. A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos. E-compós, 2005. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/29>. Acesso em: 28 de set. de 2022.

Gogoni, R. O que é streaming? Tecnoblog, 2019. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-streaming/>. Acesso em: 28 de set. de 2022.

Moschetta, P. H.; Vieira, J. Música na era do streaming: curadoria e descoberta musical no Spotify. SciELO Brasil, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/5XZxPbPwL7VhPdhdLgbmzfF/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 27 de set. de 2022.

Música & Negócios | EP 1: Evolução do consumo. YouTube, 2019. Disponível em: <https://youtu.be/Gg9yaD9FWXM>. Acesso em: 26 de set. de 2022.

Música & Negócios | EP 2: Além do estúdio de gravação. YouTube, 2019. Disponível em: <https://youtu.be/Gg9yaD9FWXM>. Acesso em: 26 de set. de 2022.

Música & Negócios | EP 3: Plataforma para marcas. YouTube, 2019. Disponível em: <https://youtu.be/Gg9yaD9FWXM>. Acesso em: 27 de set. de 2022.

Música & Negócios | EP 4: Valor regional. YouTube, 2019. Disponível em: <https://youtu.be/JfJFFB2YOPk>. Acesso em: 27 de set. de 2022.

Spotify. Loud & Clear. Página inicial. Disponível em: <https://loudand-clear.byspotify.com/>. Acesso em: 28 de set. de 2022.

