

## 7 Conclusões e recomendações

### 7.1 Conclusões

O objetivo deste trabalho foi avaliar como deve ser o cenário da indústria fonográfica nos próximos anos, diante de mudanças que estão ocorrendo no ambiente competitivo.

Para isto é preciso compreender como cada uma das inovações e mudanças são percebidas, tanto com relação aos motivos que fizeram com que se tornassem realidade, quanto no que tange a ações que possam ser feitas para reduzir o seus impactos.

Além disso também existe uma necessidade de avaliar, ainda que através de um trabalho qualitativo, o desenvolvimento do impacto destas ameaças no futuro da indústria. E por último buscou-se entender como as gravadoras e o governo devem se posicionar nos próximos anos diante das rupturas do mercado.

#### 7.1.1 Avaliação das mudanças: música digital

Ao analisar as duas principais rupturas sofridas pelo ambiente competitivo, o crescimento acelerado da venda de CDs piratas e o surgimento de tecnologia que permite obtenção de música através da Internet digitalmente, ficou bastante claro que a música digital não é percebida como uma ameaça, apesar de modificar a estrutura atual da indústria.

Como já havia sido constatado durante o levantamento histórico da indústria, a música digital é percebida como uma inovação, que permite o surgimento de um novo canal de vendas e divulgação. Ao verificar o que já havia sido publicado sobre o tema, foi possível verificar que pesquisas indicam que o consumidor que atualmente utiliza a Internet como meio de acesso à música não deixou de comprar o produto físico, o CD. Na realidade o perfil da maioria dos usuários de *sites* de música na Internet é de pessoas que consomem um volume considerável de música, estão em busca de novidades e em sua maioria usam os programas de *download* para conhecer o que há de novo no mercado musical para posterior compra dos álbuns que forem interessantes e eventualmente obter fonogramas cujos CDs não tenham mais nenhuma música que lhes interesse.

Os resultados obtidos no estudo indicam que a análise publicada inicialmente pelas gravadoras, de que o surgimento da música digital estaria desestruturando a indústria e levando as gravadoras a uma crise, já está sofrendo alterações. As próprias gravadoras estão começando a tratar a Internet como uma oportunidade e com isso estão ganhando um novo mercado, desenvolvido a partir da evolução tecnológica. Os especialistas que participaram do estudo mostram uma tendência de tratar as rádios virtuais como meios de divulgação de artistas e músicas e de criação de estruturas para comercializar a música, seja através de *download* ou da posterior entrega do CD físico. A percepção, que pode ser comprovada pelos acontecimentos recentes no setor como o sucesso do iTunes, é que o consumidor está interessado neste novo canal de vendas e apesar de existirem *sites* de *download* gratuito, vai ocorrer no médio prazo uma migração para as opções legais de obtenção de música na Internet.

### **7.1.2 Avaliação das mudanças: pirataria**

A pirataria, ao contrário da música digital, é efetivamente percebida por todas as entidades relacionadas com a indústria fonográfica como uma ameaça. Existe uma avaliação bastante estruturada, que se remete inclusive a uma situação semelhante ocorrida com as fitas cassete, para explicar o crescimento desta economia paralela e ilegal. Tanto o governo, os consumidores e artistas quanto a indústria demonstram compreender que não existe uma razão isolada, e sim uma série de fatores que levam ao desenvolvimento do sistema de pirataria.

No entanto, a solução para o problema não é encontrada diretamente. A pirataria claramente não é um incômodo que pode ser resolvido com pequenos ajustes no modelo de negócio das gravadoras nem com a simples repressão policial. Sem dúvida a repressão é a ação esperada dos governantes, e já vem ocorrendo não só no Brasil como em diversos países do mundo, como foi observado no histórico recente da indústria. Porém, a prática da pirataria já tomou proporções muito grandes para que a coibição seja uma atitude suficiente para eliminá-la.

Existe uma expectativa, observada neste trabalho, de que as gravadoras e até mesmo os artistas se dediquem a ações que propiciem ao menos a redução da prática da pirataria. Ao contrário do que foi verificado ao avaliar o setor

fonográfico, as gravadoras não devem ficar restritas a auxiliar a polícia na busca por falsificadores e procurar tecnologias para dificultar a cópia dos CDs. As principais empresas do segmento estão percebendo a necessidade de procurar soluções alternativas e se conscientizando de que a eliminação da pirataria é uma meta muito difícil de alcançar, por isso estão endereçando seus esforços para a busca de novas oportunidades de receita.

### **7.1.3 Avaliar o impacto das mudanças no ambiente: música digital**

A estimativa feita a partir do estudo é que o volume de músicas obtidas por *download* cresça consideravelmente nos próximos anos, isto em se tratando tanto de *downloads* gratuitos quanto de vendas de fonograma pela Internet. Esta tendência corrobora o que vem sendo anunciado pelo mercado, que prevê uma continuação do aumento de consumo de músicas no formato digital, principalmente por causa da popularização do uso da Internet, e por isso vem buscando formas de processar os usuários de modo a inibir o *download* gratuito. O mercado também indica um crescimento no *download* legal, uma vez que diversas empresas estão investindo no desenvolvimento de *sites* de venda de fonogramas e as avaliações dos programas já disponíveis são de um sucesso de vendas muito superior ao esperado.

### **7.1.4 Avaliar o impacto das mudanças no ambiente: pirataria**

Com relação à previsão de volume de vendas de produtos piratas houve duas opiniões diferentes, uma parcela acreditando na redução do percentual de CDs falsificados vendidos e outro grupo apostando na continuidade do crescimento visto até o momento. As diferenças de expectativa corroboram o que os representantes da indústria têm manifestado, uma vez que as estimativas são feitas com base na expectativa de sucesso ou fracasso das ações atuais de combate à pirataria, e as opiniões publicadas dos representantes com relação às atividades de combate aos falsificadores são bastante diversificadas. Existem grupos que acreditam no potencial das ações policiais e no desenvolvimento de tecnologias para dificultar a cópia. Enquanto que outros grupos criticam a postura reativa da indústria demandando que ela se posicione de forma mais inovadora e realista, considerando que a pirataria é um mal já instalado e de difícil combate nos

modelos atuais, e que a busca por modelos de negócio inovadores seria a única maneira de desenvolver o setor e mantê-lo economicamente atraente.

#### **7.1.5 Verificar se meios de veiculação legal de música pela Internet são percebidos como ameaça ou oportunidade**

A música digital de forma geral não é vista como uma ameaça apenas, e sim como uma oportunidade, por possibilitar a distribuição através da Internet e assim um contato mais próximo com o consumidor e uma forma de personalização dos produtos.

A disponibilização da música digital em *sites* de troca gratuita de arquivos é um problema para a indústria, no entanto a expectativa é que os usuários que estão interessados apenas na música digital optem pelos *sites* oficiais de comercialização de arquivos digitais. E os *sites* de troca gratuita, se não extintos, fiquem servindo como meio de pesquisa de músicas para compradores de CDs físicos, já que atualmente esta é uma das utilidades do *download* gratuito segundo os usuários.

As rádios virtuais são percebidas completamente como oportunidade, tanto de divulgação de música quanto de distribuição, caso a tecnologia de *download* a partir de *streaming* se desenvolva.

#### **7.1.6 Identificar o posicionamento das gravadoras**

O estudo indicou que as gravadoras já estão se encaminhando para um posicionamento mais pró-ativo com relação à crise atual da indústria, buscando novas alternativas, analisando a origem do problema da pirataria e buscando combatê-la através destes fatores, contatando outras entidades para que em conjunto possam desenvolver ações mais eficazes de combate à falsificação e principalmente revisando a definição de negócio existente e re-avaliando o produto principal da empresa. As gravadoras pararam de objetivar a venda de CDs exclusivamente, e estão fazendo uma migração de empresas de produtos para empresas de serviços.

### **7.1.7 Identificar o posicionamento do governo**

O governo por sua vez já está também modificando seu posicionamento. Até o passado recente o governo não se envolvia no problema da pirataria e a legislação não punia os falsificadores como criminosos. Atualmente o poder legislativo tem se esforçado para auxiliar a iniciativa privada a combater o problema, já tendo votado uma pena maior para os falsificadores, que agora serão julgados por um crime contra a propriedade intelectual e tendo estruturado uma força policial especialmente para o combate à pirataria. A delegacia especializada é uma iniciativa do estado, mas que já vem sendo replicada em outras regiões e tem tido grande sucesso na repressão aos fabricantes e revendedores de produtos falsos.

O interesse do governo não é apenas assegurar uma estabilidade no setor fonográfico, com a qual pode-se ter maior segurança de que os empregos serão mantidos, mas também capturar um volume significativo de tributos que não estão sendo arrecadados pois os CDs vendidos são cada vez mais de origem ilegal. No entanto, o que é realmente relevante é que cada segmento afetado pela pirataria está se conscientizando das ações necessárias para reduzir seus prejuízos e tomando as providencias para ajustar o equilíbrio da indústria.

### **7.1.8 Cenário da indústria fonográfica nos próximos anos**

Com base nos resultados foi possível avaliar não só o cenário mais provável para este setor como também identificar que ações precisarão ser feitas para que este cenário se concretize.

A mudança prevista para as gravadoras é principalmente no seu produto. Até o momento a indústria trabalhava com o conceito de que o produto das gravadoras era o CD. Elas eram empresas que buscavam novos talentos, gravavam a música, produziam o CD e muitas vezes distribuía.

Isto aos poucos está mudando e, portanto o posicionamento das gravadoras diante do mercado e da crise no setor. As gravadoras mais preocupadas com soluções para o futuro e em gerar novas origens de receita já começam a se definir não como gravadoras, mas como empresas fornecedoras de entretenimento ligado à música.

Estas empresas já sabem que CD não é produto, e sim parte dele. O produto na realidade é muito mais que um bem material, é a sensação proporcionada por ele, a satisfação de uma necessidade do consumidor.

A música em si é parte deste novo produto, e por ser um bem com grau de tangibilidade bastante baixo, pode ser obtida de diversas formas. Pode ser a música já colocada em uma mídia física ou simplesmente o acesso a ela, seja por meio de arquivo eletrônico ou até mesmo *streaming*.

Porém, além da música existem outros componentes do produto, os shows feitos pelo artista, os produtos com seu nome e marca, contratos com empresas para associar suas marcas ao artista, desenvolvimento e gerenciamento de fã clube e desenvolvimento de outras formas de entretenimento como jogos e vídeos. A gravadora passa na verdade a agregar papéis que antes eram executados por agentes, empresas de marketing pessoal e produtores.

Com esta mudança de definição do negócio da gravadora, problemas como a pirataria não deixam de existir, mas o seu impacto na receita das empresas é bastante minimizado.

A pirataria continua sendo foco de combate da indústria, mas agora já com apoio do governo e buscando uma conscientização da sociedade, e não mais esperando que esta prática ilegal desapareça por completo para que seja possível a sobrevivência do setor.

## **7.2 Proposições para estudos futuros**

1 – Entender as razões que levam o consumidor a comprar produtos piratas. Neste trabalho foram avaliados os motivos pelos quais a pirataria conseguiu se desenvolver, e se supôs que a demanda pelo produto pirata está relacionada com a baixa renda da população. No entanto, não foi verificado junto ao consumidor se esta é realmente a principal razão da compra ou se existem outros fatores.

2 – Avaliar que mudanças na situação atual fariam com que o atual comprador de CDs piratas passasse a comprar o produto original. Esse estudo possibilitaria desenvolver um planejamento de marketing voltado para reconquistar o cliente perdido para o produto pirata.

3 – Verificar se o consumidor de CDs piratas é também consumidor de outros produtos piratas e qual a correlação existente entre a venda dos diversos produtos falsificados.

4 – Avaliar a responsabilidade da indústria e do governo na proliferação da pirataria.

5 – Analisar como a pirataria evolui em comparação com as movimentações tecnológicas. A tendência observada é dos fabricantes de produtos piratas seguirem a evolução tecnológica da indústria. Porém, existem tecnologias que facilitam a cópia no médio prazo, e outras que provavelmente dificultam, assim seria importante conhecer o comportamento dos falsificadores para definir se às vezes não seria mais interessante se manter em um patamar mais antigo tecnologicamente mas que torna a cópia ilegal um processo mais complexo.