

O boom dos produtos e serviços de entretenimento nos celulares e o impacto sobre a produção e distribuição da música neste contexto

Marcio Tonelli

Introdução

A atual geração dos celulares, chamada pelo mercado de tecnologia 2,5G (tecnologia que permite conteúdo multimídia, porém com restrições de banda), bem como o aumento de oferta de conexões em banda larga, propiciou o aparecimento de inúmeros serviços de entretenimento, oferecidos pelas operadoras de telefonia celular de todo o planeta.

Entretenimento no celular refere-se a serviços de *download* de imagens, vídeos, jogos, *ring tones* (as músicas de campainhas personalizadas), bem como receptores de FM e TV e *players* MP3 construídos em celulares mais sofisticados. Excluem-se desta classificação serviços tradicionais de voz e SMS – *short messages services*, ou serviços de mensagens de texto.

Os celulares preparados para os serviços de entretenimento, os quais contam com telas coloridas, linguagem JAVA (para os jogos) receptores de TV e FM embutidos, câmeras digitais, *players* de músicas MP3, *players* de vídeo MPEG4, link de comunicação de dados, WI-FI (redes sem fio) e BlueTooth (protocolo de comunicação sem fio a distâncias de até 10 metros), estão se tornando cada vez mais popularizados no mundo, a medida que os preços caem.

Este movimento pode ser explicado pelo fato de que toda a cadeia de valor do mercado, composta entre outros pelos fabricantes, provedores de conteúdo e operadoras, tem um grande interesse no crescimento da oferta de produtos e serviços de entretenimento, uma vez que tais serviços demandam uma conexão de dados - e por sua natureza, um maior tempo de conexão com a operadora, significando assim um aumento significativo de receitas.

Em alguns países da Europa e nos EUA, as operadoras estabeleceram um valor fixo mensal para os serviços de voz e SMS, uma vez que tais serviços já são considerados “commodities”, numa clara indicação de que as maiores receitas virão dos produtos de entretenimento.

Os produtos de entretenimento disponíveis no mercado são inúmeros: *ring tones*, mensagens com fotos (multimídia), fotonovelas, jogos, vídeos e fotos temáticos disponibilizados pelas operadoras, *wallpapers*, mensagens multimídia divertidas, conteúdo adulto. Praticamente todos os produtos são desenvolvidos por empresas denominadas provedoras de conteúdo e disponibilizados aos usuários através de contratos com as operadoras.

A Música e os celulares

Atualmente, através dos celulares polifônicos, um usuário pode sair do show de sua banda preferida, acessar o menu de *downloads de ring tones* e solicitar uma determinada faixa da banda, tornando-a sua campainha para, digamos, o chamado de seu melhor amigo.

Comparados aos celulares monofônicos, que podem reproduzir somente uma melodia, os celulares polifônicos representaram um grande avanço tecnológico, já que suas reproduções simultâneas de várias melodias tornam as músicas mais próximas do real.

Porém, mais novidades estão a caminho: os novos celulares poderão reproduzir músicas com qualidade de CD, chamadas *tru tones*. Nenhuma operadora tem acordos fechados de direitos autorais até o momento, razão pela qual esta nova tecnologia não está ainda disponível no mercado.

Tamanho de mercado e suas oportunidades

O mercado de ringtones é bastante pulverizado no mundo. Algumas fontes estimam em 3 bilhões de dólares, outra chega em 5 bilhões.

Os maiores mercados concentram-se na Europa e no Japão, onde os serviços começaram a ser oferecidos em 1999. Na Inglaterra, em 2003, a venda de ringtones superou a venda de singles. No Japão, são cobradas mensalidades que dão direito a um número ilimitado de *downloads*. O mercado brasileiro estima para 2004 um valor total de R\$ 250 milhões, ou 100 milhões de ringtones vendidos.

Atualmente, grandes fornecedoras de ringtones como a TakeNet, empregam centenas de músicos que têm como missão transformar músicas reais em sons e toques. Ou ainda criar ringtones inéditos, o que significa um novo mercado para compositores.

Personalização é a chave de sucesso para o mercado de sons e toques para celulares principalmente quando se constata que o público jovem, sempre ávido por novidades, é o grande consumidor de ringtones.

O mercado de jogos, por exemplo, exige a criação de um grande número de sons originais, desde toques até a trilha sonora. As mensagens multimídia atuais já podem incorporar sons e imagens. Animações especiais e mensagens musicais também representam um mercado crescente, a medida que os celulares com funcionalidades mais avançadas têm seus preços reduzidos. No Japão, uma empresa oferece ao usuário a possibilidade de personalizar seus ringtones, através de um mixador rudimentar.

Cenários futuros

Quando o serviço de música por celulares com a qualidade de CD's começar a ser oferecido pelas operadoras, após os acordos de direitos autorais estabelecidos, poderemos perceber uma rápida transformação do mundo dos celulares em direção a um novo veículo de mídia.

Em primeiro lugar, celulares com novas interfaces poderão substituir os populares walkman, PC's e eventualmente CD players domésticos.

Por outro lado, as listas de músicas mais ouvidas, disponíveis nos sites das operadoras, será semelhante às aquelas dos rádios. Na verdade, no cenário atual este fato já é praticamente uma realidade.

Mas a grande questão refere-se aos direitos de distribuição de **músicas reais pelos celulares**.

De modo geral, as pessoas passam mais tempo conectadas à Internet, a banda larga torna-se uma realidade mais acessível e democrática, e a familiaridade com os ambientes de redes (Internet e *mobile*) é cada vez maior, fazendo com que as pessoas demandem por novos serviços em seus *mobile devices*.

Assim sendo, as oportunidades de distribuição de músicas pelos celulares passa a ser um mercado altamente potencial e lucrativo para a indústria da música (gravadoras) e as operadoras (distribuidoras).

No entanto, muitas discussões se seguirão entre as partes envolvidas: como se resolvem as questões de pirataria, preços por faixa, gerenciamento de direitos autorais, assinatura de contratos para distribuição em novas mídias, licenciamento para operadoras, etc.

Comparativamente, a Internet quebrou a espinha dorsal do mercado de produção / distribuição ao democratizar os downloads de músicas de milhares de artistas em sites específicos tais como Napster e Kazaa, sendo que os maiores prejudicados foram, de certa forma, os próprios artistas, ainda que muitos tenham se tornado conhecidos no mercado justamente por causa da Internet.

Por outro lado, já surgiram grupos como a banda alemã Panda Babies, que acaba de lançar um disco somente com toques polifônicos para celulares, pela gravadora de música digital **Go Fresh Mobile Music**. Suas músicas somente poderão ser compradas através de serviços de celulares na Europa por 1,99 euros. Este fato representa uma ruptura total com os processos tradicionais de distribuição de música.

Também, o software XingTone promete fazer no mercado de celulares o que o Napster fez pela música na Internet: transforma uma música real em um ringtone, que depois poderá ser disponibilizada para os usuários, o que já deixou a indústria da música em estado de alerta.

