

## Relatório MIDEM 2014 – SEBRAE/MG

### Atuais e potenciais mercados para MG:

Pudemos perceber que existe um mercado potencial para a música mineira, mas, que até este momento, a música mineira (especificamente), não existe para maioria do mercado exterior. Apenas se conhece a música brasileira, porém, de forma muito estereotipada e limitada ao Samba, Bossa Nova e coisas do gênero. Portanto, existe um mercado em potencial para qualquer tipo de música, desde que se faça um trabalho de divulgação apropriado.

### Atuais e potenciais concorrentes:

Existem inúmeros concorrentes, pois, artistas de todo planeta buscam sua promoção e seu posicionamento na indústria da música, porém, o que nos enfraquece perante a concorrência é não conseguir estabelecer uma conexão realmente forte entre nossos artistas e a identidade do produto musical mineiro. .

### Atividades realizadas:

- Foram realizadas reuniões diárias com os organizadores da feira pra sabermos como é a produção da mesma.
- Reuniões (speed meetings) com representantes de selos, gravadoras, editoras e outras empresas do ramo musical de vários países como Japão, Canadá, Espanha, Brasil, Alemanha, entre outros. Nessas reuniões apresentávamos o nosso trabalho e deixávamos o material de divulgação com cada representante.
- Assistimos palestras com especialistas de várias áreas da indústria da música, abordando temas como: “Como entrar no mercado musical Japonês”, “Como vender sua música na internet”, “Como expor sua música no YouTube”, “Como ganhar dinheiro com as visualizações de seus vídeos no YouTube”.

### Oportunidades geradas aos participantes:

Tivemos a oportunidade de contato com representantes de setores importantes do ramo da música tanto no exterior como do Brasil. Destaco aqui as principais oportunidades que vislumbro através dos contatos feitos:

- Festival SXSW (representante: Tracy Mann): Considerado o maior e mais importante festival de música de todo o mundo
- One RPM (Arthur Fitzgibbon): Empresa que faz a distribuição e venda digital de músicas na internet, em todo mundo, em sites com iTunes, Amazon e muitos outros. Eles gerenciam as vendas e repassam o lucro aos artistas. Também fazem a “monetização” dos vídeos no YouTube. Esta é a maior empresa do setor no mundo. Esta é uma fonte de renda muito importante para os artistas nos dias de hoje.
- SESC (Wagner Palazzi): representante do selo do Sesc de São Paulo que também já foi responsável pela programação dos Sesc. Os equipamentos culturais do Sesc de São Paulo são os lugares mais interessantes e disputados para se vender shows hoje no Brasil, pois oferecem estrutura de palco som e luz de altíssimo nível e pagam os bons cachês, além de levar o trabalho dos grupos as periferias de SP.

### Pontos fracos da missão:

O ponto mais fraco da missão, ao meu ver, foi a preparação. Tudo foi decidido muito em cima da hora e não tivemos tempo suficiente para preparar a viagem, fazer os agendamentos e estudar a feira. Acho fundamental, num evento deste tipo, que se faça uma preparação específica para o evento (como ele funciona e como aproveitá-lo melhor). Esta preparação

deve ser feito por pessoas que já tenham ido a feira, pois existem pontos muito específicos a se abordar. Outro ponto fraco foi o fato de não termos a oportunidade de tocar e mostrar nosso trabalho ao vivo. Como muitos que foram, são músicos, não há melhor maneira de vender nosso trabalho do que tocando. De qualquer forma, a maneira como os shows musicais foram dispostos na feira também não beneficiou muito os artistas que tocaram e este é um ponto a ser tratado com muito cuidado caso se faça um investimento neste sentido. Não basta apenas tocar, tem que se fazer um trabalho para que o público de fora do Brasil compareça aos shows.

Resultados alcançados:

Conseguimos através desta missão, mais uma vez, afirmar para o mercado internacional que a música mineira existe e está preparada para atuar no mercado internacional.

Outro ponto importante foi o fortalecimento do grupo que após a viagem está mais mobilizado para enfrentar desafios em comum.

Oportunidades geradas aos participantes:

A missão deverá r frutos na medida em que as conversas os participantes e os representantes se desenvolvem no pós-Midem. Existem oportunidades concretas para fechamento de shows, venda de músicas na internet, participação em grandes festivais e aumento da renda dos artistas através do comercio na Web.

Conclusão ( sugestões, perspectivas, etc):

A participação em feiras como esta é muito importante pois nos dá a oportunidade da concretização de negócios. É fundamental que participemos de eventos como este. Contudo seria muito importante a realização de um evento deste porte no Brasil para ampliar a oportunidade à um número maior de micro e pequenas empresas brasileiras.

Regina Vieira de Faria Ferreira  
Analista do Núcleo de Economia  
SEBRAE/MG