

6 Resultados

Os resultados serão apresentados na sequência das perguntas feitas nos dois questionários, e posteriormente será apresentado o resultado das entrevistas complementares. Primeiro, serão mostradas as respostas da primeira rodada.

6.1 Resultados da primeira rodada

6.1.1 Pergunta 1: O que deverá ser feito pelo governo para combater o crescimento acelerado da prática da pirataria musical no Brasil?

Fiscalizar e punir: Houve um consenso sobre este tema, uma vez que o painel considera que o governo precisa fiscalizar e coibir pontos de venda de produtos falsificados e identificar e punir os fabricantes destas mercadorias. A pena não pode ser simplória, pois deve punir severamente a ponto de tornar o risco da prática da pirataria alto demais para a maior parte dos atuais criminosos.

Redução de impostos: Alguns especialistas complementaram suas avaliações sobre o que o governo deveria fazer, sugerindo que ele pode facilitar o escoamento dos produtos oficiais através da redução do custo de colocação do produto e conseqüentemente do preço praticado. Esta ajuda pode ser colocada em prática com a redução nos impostos que incidem sobre produtos fonográficos.

Educação cívica: Outro papel que pode caber ao governo é o de educar a população e criar um novo pensamento sobre direitos autorais para permitir novas formas de distribuição ou ao menos delimitar melhor o que pode ser considerado legal para que o consumidor tenha conhecimento das conseqüências de suas escolhas de consumo.

Controle da produção: O governo também pode auxiliar a indústria no combate à pirataria autorizando e fiscalizando o cumprimento de uma lei que estabeleça um mecanismo de aferição de mídias, dificultando a atuação dos falsificadores.

6.1.2 Pergunta 2: O que deverá ser feito pelas gravadoras para que daqui a cinco anos a pirataria seja insignificante?

Nesta primeira etapa não é possível afirmar que haja um consenso nesta questão, principalmente, pois os especialistas indicam mais de uma ação que as

gravadoras deveriam tomar para reverter a situação de desenvolvimento da pirataria.

As atividades mencionadas que deveriam ser praticadas pelas gravadoras são:

1 - desenvolvimento de novas formas de distribuição, como, por exemplo, a Internet;

2 - incentivo ao crescimento do número de lojas especializadas;

3 - redução no preço da música;

4 - melhoria na qualidade dos produtos vendidos e desenvolvimento de produtos de maior valor agregado dificultando a cópia, como mudanças desde a embalagem até informações contidas nos CDs. “Valorizar o produto!!! Não é lançando CDs sem esmero no acabamento, na produção e na informação que se vai criar o hábito de consumo na nova geração.” (opinião de um participante);

5 - educação do consumidor sobre a pirataria em parceria com o governo, mostrando os impactos da prática ilegal na sociedade, a sua provável ligação com o crime organizado e a crise que causa no setor fonográfico;

6 - pulverização do catálogo dificultando a pirataria de todos os produtos;

7 - implementação de uma tecnologia eficaz de combate à cópia. Já foram feitos investimentos neste sentido, no entanto, estes mecanismos quando implementados em países da Europa e nos EUA geraram opiniões controversas. Alguns consumidores se sentiram enganados ao comprarem um CD com proteção contra cópia sem saber da tecnologia (Kviar, 28 de outubro de 2002). Com isso, as gravadoras estão com receio de disponibilizar CDs com o sistema anticópia e serem retaliados pelos clientes.

Em síntese, as gravadoras precisam investir em ações que tornem a pirataria menos atraente para os falsificadores, seja através da dificuldade de produção ou de uma redução da demanda.

6.1.3 Pergunta 3: Dado que atualmente 53% dos CDs vendidos no Brasil são piratas, qual o percentual de CDs vendidos que você acredita que serão piratas em cinco anos?

O resultado desta questão apresentou uma mediana de 60%, tendo o ponto mínimo em 0% e o máximo em 90%. Estes valores mostram como as opiniões são diferentes quando se trata de confiar no sucesso das ações contra a pirataria.

Crescimento da pirataria: O painel tende a acreditar em um crescimento no volume de vendas de CDs piratas. Estes respondentes indicam uma irreversibilidade da situação atual, tendo uma expectativa de que os fatores que ocasionaram o sucesso desta indústria paralela não possam ser combatidos facilmente e acreditando na inércia das entidades capazes de tomarem atitudes para remediar o problema.

Redução da pirataria: Porém houve outras respostas demonstrando uma expectativa de que o volume de CDs falsos vendidos em relação às vendas totais de música diminua. Esta percepção pode ser interpretada como sendo uma confiança nas ações feitas atualmente pelas gravadoras e pelo governo no combate aos falsificadores (ABPD, 2001), além da conscientização da população. Os baixos percentuais de penetração de mercado esperados por alguns para produtos piratas também se baseiam na expectativa de um novo avanço tecnológico que impeça a falsificação.

Independente da estimativa dada, não foi mencionado que as gravadoras terão o seu negócio inviabilizado pelo contínuo crescimento da pirataria. Isso pode ser avaliado como uma quebra na percepção de que a pirataria é a responsável pela crise no setor e o desenvolvimento da idéia de que se as gravadoras estiverem focadas em outras coisas que não o CD físico elas não serão atingidas pelas oscilações do mercado como são hoje (Fontenay, E., 2002 / Kviar, 2 de Novembro de 2002).

6.1.4 Pergunta 4: Atualmente a obtenção de música pela Internet no Brasil ainda não tem volume significativo. Na sua opinião, qual será o percentual de músicas obtidas na Internet ilegalmente em comparação ao total de músicas comercializadas legalmente em cinco anos?

Nas respostas para esta questão foi possível encontrar uma mediana de 30%, tendo o ponto mínimo em 2% e o máximo em 80%. Considerando que o percentual atual é insignificante, pode-se dizer que o painel acredita no crescimento do consumo de música digital gratuita, no entanto, o painel considera que o crescimento será superior a 20%.

Percentual baixo (até 20%) de *download* ilegal pela Internet: O resultado dessa questão pode ser interpretado com base no conhecimento sobre a taxa de utilização da Internet. No Brasil a penetração deste meio de comunicação ainda é muito reduzida, principalmente devido à baixa renda da maioria da população. Nos países mais desenvolvidos, com distribuição de renda um pouco mais homogênea, a Internet já atingiu um grande percentual da população, e o volume de *downloads* de fonogramas já é bastante significativo (Breen, 2000). Isto indica uma correlação direta do percentual de músicas obtidas ilegalmente de forma digital e a popularização da Internet, portanto, com o crescimento do uso da Internet é esperado que o volume de obtenção de música digital gratuita também aumente.

Percentual alto (de 25 a 80%) de *download* ilegal pela Internet: Os percentuais altos de participação no mercado podem ser explicados pela expectativa de que com o aumento na utilização da Internet vai aumentar o volume de *downloads* ilegais (Jupiter Research, 1999). Atualmente, não só no Brasil mas em diversos países menos desenvolvidos, estão sendo criados programas de educação e acesso à Internet. Existem empresas empenhadas em levar a Internet para as classes menos favorecidas através de projetos na comunidade e de assegurar que todas as escolas tenham disponibilidade de conexão com a rede mundial. Desta forma, será cada vez maior a possibilidade da população buscar músicas no formato digital.

6.1.5 Pergunta 5: Qual será o percentual de músicas obtidas legalmente na Internet em comparação ao total de músicas comercializadas legalmente em cinco anos?

O painel indica que haverá um crescimento no consumo de música legalmente pela Internet, no entanto a penetração esperada para este canal de vendas não é muito grande. Isto pode ser percebido quando verificamos a mediana obtida a partir das respostas, 7%, que indica que em cinco anos menos de 10% da música comercializada será através deste novo modo de distribuição. O valor mínimo indicado foi de 0% e o máximo de 40%, dando indicações de que ainda se espera que a música digital seja obtida de forma ilegal em maior volume que legalmente, já que na pergunta anterior a estimativa era de que o equivalente a aproximadamente 30% da música comercializada fosse ser obtida de forma ilegal na Internet.

A ausência de participação no mercado da música digital obtida legalmente: pode ser explicada pela situação existente até o passado recente. Não havia nenhuma empresa de comercialização de música digital com uma infraestrutura bem montada e com um repertório representativo. Por isso, mesmo os consumidores que buscavam esta forma de distribuição não conseguiam encontrar o que desejavam na maioria das vezes, e acabavam optando pelo *download* ilegal a partir de *sites* de troca de arquivos, que provavelmente teriam o fonograma procurado.

A participação de 40% no mercado da música digital obtida legalmente: é decorrente do rápido sucesso dos novos *sites* de venda de música digital, que estão sendo construídos em sua maioria com o apoio das grandes gravadoras, e portanto, dispõe de um catálogo bastante completo (Jupiter Research, 1999 / Yahoo, 2002). Algumas pessoas que estão envolvidas com o desenvolvimento deste novo meio de distribuição acreditam na migração de usuários de *sites* de *download* ilegais para *sites* de compra de produtos oficiais.

Uma interpretação que pode ser feita a partir dos resultados desta questão é que o grupo não teve tempo suficiente para se familiarizar com o novo canal de vendas e sua repercussão no mercado musical. Os *sites* de venda de música *on line* foram estruturados e lançados recentemente. O primeiro *site* a efetivamente

desenvolver um processo interessante de venda de fonogramas foi o iTunes, que foi lançado no primeiro semestre deste ano apresentando resultados muito acima do esperado (Smith, T., 21 de agosto de 2002).

Os especialistas possivelmente teriam uma opinião diferente da atual caso estivessem fazendo a mesma avaliação em curto a médio prazo, uma vez que já estariam percebendo o efeito dos programas oficiais de venda de música digital e teriam conhecimento do potencial e da aceitação deste modelo de distribuição (Brull, 1998).

6.1.6 Pergunta 6: Quais as 3 principais razões, além das 3 citadas, para o sucesso da pirataria em CDs musicais? (1 – preço; 2 – capilaridade na distribuição; 3 – ausência de fiscalização rigorosa).

Os resultados desta questão mostram que não existe um fator específico para justificar o sucesso da pirataria, e sim uma situação que propicia a proliferação de práticas ilegais e a aceitação deste tipo de produto pelos consumidores.

As razões citadas foram:

1 - situação econômica do país (desemprego, baixo poder aquisitivo, nível educacional, etc);

2 - falta de repressão à produção e comercialização dos produtos piratas;

3 - facilidade de fabricação do produto falsificado, viabilizada pela popularização da tecnologia;

4 - falta de informação para a população sobre os impactos da pirataria para a sociedade e, portanto cultura que não coíbe a compra do produto falsificado;

5 - baixa qualidade dos produtos oficiais, que possuem pouco valor agregado (repertório ruim, material gráfico de baixa qualidade, falta de informação como letras e cifras);

6 - pequena quantidade de lojas de discos;

7 - pouca variedade de produtos nas lojas;

8 - ausência de um ídolo carismático, que proporcione a fidelidade dos consumidores;

9 - concentração da produção pirata em produtos vendedores.

Uma interpretação possível sobre estas respostas é que algumas razões citadas podem ser identificadas inclusive como consequência do avanço da pirataria. Este é o caso, por exemplo, do pequeno número de lojas de CDs e da pouca variedade de álbuns à venda. Com o crescimento da pirataria o varejo foi diretamente atingido, dado que as vendas oficiais caíram significativamente, por isso uma redução nos estoques e até a falência de alguns estabelecimentos. O que vêm acontecendo em consequência desta situação é uma penetração dos produtos piratas em revendas oficiais, que precisam oferecer produtos ilegais para sua sobrevivência financeira.

É possível especular sobre a estrutura que permite que a pirataria seja bem sucedida. A prática ilegal é iniciada por uma oportunidade de mercado diante de uma situação econômica muito ruim do país. A população não tem dinheiro para comprar o produto original, pois tem pouca ou nenhuma disponibilidade de renda para gastar com entretenimento e acabam sendo movidos pelo preço independente da origem do produto (ABPD, 2001). Além disso, existe uma grande parcela de desempregados em busca de oportunidades marginais para ganhar dinheiro, e eles percebendo esta demanda por produtos mais baratos, mesmo que sejam de qualidade inferior ou provenientes de práticas ilegais, procuram aproveitar a situação para serem os fornecedores alternativos. Com isso, a repressão se torna um assunto complexo dado que esta economia paralela permite a sobrevivência de parte da população que não teria colocação no mercado de trabalho. A eliminação desta prática ilegal aumentaria a quantidade de pessoas sem renda, dependendo do Estado para sobreviver.

A oportunidade pode ser colocada em prática porque o produto não exige muito conhecimento nem investimento para a sua produção (ABPD, 2001) e como não existe muito valor agregado no produto original o consumidor não percebe claramente a diferença do original para o falso. Além disso, as dificuldades para distribuição oficial do produto, devido às grandes extensões do país e à grande

variedade de álbuns em relação ao consumo de cada um deles, fazem com que os falsificadores consigam ter contato mais direto com o consumidor e desenvolvam uma rede de distribuição mais capilarizada (ABPD, 2001).

A distribuição é um ponto importante no sucesso dos piratas, como colocado por um dos especialistas: “Um erro fatal das gravadoras foi, junto à tendência mundial de abandonar o vinil (já que o CD era divulgado como substituto), abandonar as fitas cassetes. As fitas cassete apresentavam um lucro irrisório, mas foram fundamentais, a meu ver, para criar a rede de pirataria que hoje em dia chega a ter melhor distribuição e alcance que a rede oficial. Com o advento dos gravadores de CD, foi só incluir os CDs piratas numa rede de distribuição que já existia por conta das fitas. Só que as fitas cassete piratas não eram nem precisavam ser combatidas.”

Como citado no resultado da questão sobre como as gravadoras deveriam combater a pirataria (2), as gravadoras deveriam incentivar lojas especializadas em música a fim de atingir o público fiel e interessado em produtos menos populares. Desta forma também estariam combatendo dois dos motivos de crescimento da pirataria: a pequena quantidade de lojas de discos e a pouca variedade de CDs nas lojas existentes.

6.1.7 Pergunta 7: Como você espera que a indústria fonográfica se beneficie da música digital nos próximos cinco anos? Coloque em ordem (enumere 1 para o que trazer os maiores benefícios, 2 para o seguinte e assim por diante) os meios nos quais você vê os maiores benefícios?

Não houve nenhuma contestação de que a música digital poderia trazer benefícios para a indústria e os principais potenciais mencionados estão relacionados à comercialização através de um novo canal de distribuição. Um exemplo disso é a opinião de um dos especialistas, quando defende que o usuário da música digital não está em busca de pirataria, só está selecionando mais para ter custo menor: “Quem tem muitas MP3 no computador se interessa por música, não foi atrás à toa. Só que não paga R\$ 55 num CD, até porque quer muitos CDs.”

Benefícios mencionados em cada colocação:

1ª – Venda legal de música pela Internet (opinião de metade do painel), venda de discos pela Internet, divulgação das músicas sem *download* e venda de CDs *on demand* (feitos com músicas escolhidas pelo consumidor na hora da compra).

2ª – Venda de CDs *on demand* (opinião de metade do painel), venda legal de música pela Internet (2), desenvolvimento de B2B e B2C e atendimento direto ao consumidor, sem a necessidade de varejistas.

3ª – Venda de CDs *on demand*, venda legal de música pela Internet, maior e mais rápido acesso a novos artistas e compositores, diminuição de custos, maior divulgação, melhor comunicação entre o mercado consumidor e as empresas, venda de “álbuns digitais” inteiros, com disponibilidade de impressão de encartes e facilidade em distribuir a música através da Internet sem custos.

4ª – Disponibilização de todo o catalogo da companhia, influência e intercâmbio da música feita em outros países, eliminação de intermediários, aumento dos catálogos das gravadoras sem um aumento significativo de custos que isso representa para as empresas e divulgação de música pela Internet.

5ª - Venda de CDs *on demand* (2), aumento da capilaridade e maior segmentação.

Os resultados mostram que a venda de música e CDs e a venda de CDs *on demand* foram os benefícios mais mencionados em primeiro e segundo lugar, além da oportunidade de divulgação e de estabelecimento de uma relação direta com o público consumidor. Outras vantagens citadas são o acesso da população a novos artistas e a redução de custos de fabricação e distribuição para as gravadoras.

Em resumo, a disponibilização da música no formato digital é percebida como um novo meio de distribuição, seja para vender CDs ou música, que permite maior personalização e menor custo, além de gerar um contato mais próximo com o consumidor, o que possibilitaria um conhecimento mais profundo do seu perfil e do seu comportamento de compra (Richardson, T., 2003). Os atuais *sites* de *download* gratuito, que, a princípio, eram percebidos como uma ameaça ao

negócio da indústria, estão sendo reavaliados por alguns, uma vez que pesquisas mostram que os usuários costumam utilizar esses serviços para conhecer melhor as músicas disponíveis, mas acabam comprando o CD físico que lhes interessa (Alves, 2002).

6.1.8 Pergunta 8: As rádios virtuais têm se desenvolvido com mais velocidade e estão começando a se popularizar no Brasil. Você acha que elas podem no futuro ser uma oportunidade para divulgação e ampliação do mercado de música, ou se trata de mais uma forma de ameaça da música digital?

O painel demonstrou um consenso total de que as rádios virtuais são uma oportunidade para a indústria, elas não são vistas por ninguém como ameaça, mas os seus benefícios percebidos são dois: poder disponibilizar músicas e ter mais um espaço para divulgar músicas diretamente ao consumidor.

O benefício de poder disponibilizar música através das rádios virtuais pode ser especialmente importante para artistas que não tocam em rádios tradicionais ou que são focados em nichos de mercado, segundo a opinião de alguns dos respondentes, já que as rádios virtuais são mais segmentadas e tem um acesso menos limitado para artistas com pouco investimento em promoção (Alves, 2002). Além disso, a rádio tradicional não tem alcance nacional, enquanto que a rádio virtual está disponível não só em todo o país como também no exterior. Isso permite uma maior exposição dos artistas e um intercâmbio musical internacional.

6.1.9 Pergunta 9: Como serão as empresas hoje chamadas de gravadoras, elas estarão produzindo que tipo de produto daqui a cinco anos?

As gravadoras não serão mais empresas de produto simplesmente e sim de produtos e serviços correlacionados. O painel convergiu totalmente para a opinião de que o foco das gravadoras está deixando de ser o bem físico e passando a ser a música e o artista. O objetivo de negócio das gravadoras esperado pelo grupo é a produção de música, prestação de serviços ligados à música como: produção de shows, descoberta e divulgação de artistas, agindo inclusive como agentes dos contratados, distribuição e venda de música, seja em CDs ou qualquer outra mídia, e venda de outros produtos com a marca do artista.

Esta expectativa pode ser interpretada fazendo uma análise da situação atual da indústria, pois a percepção dos representantes de como as gravadoras precisam se posicionar está diretamente ligada ao ambiente em que estão vivendo. Dado que a pirataria vem crescendo e o seu combate não tem sido muito eficaz, as gravadoras precisam reduzir a dependência de suas receitas da venda de CDs (Fontenay, Eric., 2002). Elas precisam flexibilizar a origem de suas receitas para que mantenham o negócio lucrativo ainda que a luta contra a pirataria não seja vencida. Com a prestação de serviços, as gravadoras ganham um diferencial, passam a exercer papéis que os falsificadores não conseguem cumprir e ainda podem reduzir a importância do produto físico no formato que é consumido hoje e valorizar novos formatos e produtos agregados.

6.1.10 Pergunta 10: Qual a principal solução que as gravadoras devem buscar para resolver a crise de pirataria, para que daqui a cinco anos o problema não exista mais?

As principais soluções para resolver a crise da pirataria são:

- 1 - **diminuição do preço** dos CDs, que pode ser obtida através da redução nos gastos com divulgação;
- 2 - **coibir a pirataria** através da repressão buscando ajuda do governo;
- 3 - **esclarecimento da população** sobre o desenvolvimento da indústria fonográfica e sua importância para a cultura e sobre o impacto da pirataria para a sociedade;
- 4 - **melhoraria da qualidade do produto**, voltando a tratar música como arte e não apenas como mercadoria;
- 5 – **buscar outros canais de venda** de música como a Internet;
- 6 – **ficar menos dependente da venda de CDs**, encontrando formas alternativas de ganhar dinheiro no setor.

Ao que parece, a percepção é que a solução está em desestimular a população a comprar CDs piratas. Alguns mencionaram que na verdade não se conseguirá combater a pirataria como um todo, mas a tentativa é deixá-la em

níveis toleráveis e encontrar formas alternativas de gerar receita para as gravadoras. Em alguns países no mundo, a pirataria física não teve um histórico tão bem sucedido quanto no Brasil, mas não é inexistente. A prática foi iniciada e se mantém atendendo a uma pequena parcela da população, porém com um volume que não causa problemas de vendas para as gravadoras (ABPD, 2002). Esta pequena participação da pirataria no mercado fonográfico se deve principalmente ao fato de que a diferença de preço entre o produto original e o pirata é muito baixa, não justificando a compra do produto ilegal.

Em contrapartida, nestes países que conseguiram manter o preço do produto físico baixo a ponto de dificultar a cópia ilegal, a música digital gratuita ganhou um espaço muito grande, causando problemas para a indústria tradicional. O impacto do crescimento dos *downloads* ilegais foi tão grande que chegou a causar o fechamento de fábricas de CDs ao redor do mundo.

Fazendo uma análise entre esta pergunta e o resto das questões estudadas, pode-se perceber que a tentativa de combater a pirataria está diretamente relacionada ao motivo que a fez crescer. Na opinião dos especialistas a pirataria cresceu principalmente devido à sua facilidade e ao problema econômico do país. A coibição através da força policial tornaria a pirataria mais difícil, assim como a melhoria na qualidade dos produtos originais. A redução nos preços e o esclarecimento da população fariam com que o fator econômico não fosse um estímulo ao crescimento da prática ilegal, pois o consumidor teria capacidade de adquirir o produto original e veria os malefícios de incentivar a indústria dos falsificadores. Portanto, a melhor forma de se posicionar diante do problema na opinião do grupo é enfrentar as suas causas, fazendo com que se tornem menos intensas.

6.2 Elaboração do segundo questionário

Com a análise dos resultados da primeira rodada, foi possível identificar as principais respostas e elaborar um segundo questionário. Este foi estruturado com perguntas mais objetivas, com opções de resposta formuladas a partir das opiniões informadas na primeira rodada. A pergunta 10 foi retirada pois analisando as respostas da primeira rodada foi possível perceber que ela estava repetindo uma questão já abordada na pergunta 2. A princípio as duas perguntas tinham

finalidade diferente. Na questão 2 a expectativa era saber como combater a pirataria, e na questão 10 era perguntado que atitude as gravadoras deveriam ter para sair da crise, porém os especialistas não identificaram esta distinção, pois deram as mesmas respostas para as duas perguntas. As outras foram mantidas com estrutura bastante semelhante às do primeiro questionário, tendo sido feitos apenas alguns ajustes por se tratarem agora de questões objetivas.

O objetivo deste segundo questionário foi agrupar respostas dadas na primeira rodada, que depois de analisadas pareciam ter o mesmo ponto de vista ou até mesmo serem complementares. No caso de algumas respostas também poderia ser verificado se os especialistas consideraram todos os fatores ao elaborarem suas primeiras opiniões, e dar uma oportunidade para que reformulassem suas respostas com base nas percepções dos outros participantes.

Ao serem compiladas as respostas do segundo questionário, que por ser objetivo permitiu uma melhor consolidação de opiniões, pôde-se perceber consensos bastante claros e posicionamentos específicos em determinados assuntos. Em uma primeira avaliação fica nítido que este assunto é abrangente, e envolve mais do que um tema em quase todos os tópicos. Além disso, também é possível verificar que os tópicos tratados no questionário estão interligados e seria necessária uma análise sistemática para que uma conclusão mais completa e precisa pudesse ser obtida. O resultado do segundo questionário está expresso a seguir.

6.3 Resultados da segunda rodada

6.3.1 Pergunta 1: O que deverá ser feito pelo governo para combater o crescimento acelerado da prática da pirataria musical no Brasil?

Na primeira rodada já havia sido encontrado consenso nesta questão, pois todos mencionaram a necessidade do governo coibir a produção e o comércio de produtos falsificados com força policial. Porém, como outras ações foram citadas, a pergunta foi incluída na segunda etapa para que a atividade considerada mais importante fosse identificada.

Ao solicitar apenas uma ação para ser tomada pelo governo, foi unânime que fiscalizar e punir os falsificadores deve ser a principal meta do governo neste assunto.

O resultado desta questão está diretamente relacionado ao da questão sobre o que as gravadoras deveriam fazer para combater a pirataria (2) do primeiro questionário, que versa sobre as ações a serem tomadas pelas gravadoras. Isso porque ambos resultados indicam que a melhor forma de combater a pirataria é torná-la mais difícil e, para isso, as ações sugeridas nas duas questões se mostram complementares. Com o governo e as gravadoras direcionando seus esforços para as principais atividades mencionadas, a tendência é uma redução no volume de produtos piratas fabricados e vendidos.

6.3.2 Pergunta 2: O que deverá ser feito pelas gravadoras para que daqui a cinco anos a pirataria seja insignificante?

As ações que foram mencionadas na primeira rodada e **não apareceram nesta etapa** foram:

- incentivo ao crescimento do número de lojas especializadas;
- pulverização do catálogo dificultando a pirataria de todos os produtos;
- implementação de uma tecnologia eficaz de combate à cópia.

Incentivo ao crescimento de lojas especializadas: está diretamente relacionado ao problema de capilaridade da distribuição oficial e ao fato de que, segundo um dos especialistas, lojas não especializadas tendem a ter apenas os produtos mais comerciais, cujos consumidores são os mesmos que compram o CD pirata. No entanto esta seria uma solução que atenderia apenas a um nicho de clientes que já não tem o hábito de buscar o produto pirata e, por isso, não deve ter sido considerada tão importante quanto as outras.

Pulverização de catálogos: se esta pergunta for relacionada com a questão sobre as razões para o sucesso da pirataria (6) do primeiro questionário, pode-se compreender porque esta não seria uma forma de combate eficaz. Os falsificadores se concentram em produtos que já tenham sucesso no mercado, por isso, mesmo que as gravadoras fizessem uma quantidade grande de lançamentos,

os piratas iriam esperar o resultado das campanhas de promoção para investir nas cópias.

Implementação de uma tecnologia eficaz de combate à cópia: pode ter sido considerada menos importante pois recentemente as empresas que lançaram produtos protegidos enfrentaram a reclamação de consumidores e processos judiciais (Kviar, 28 de outubro de 2002).

As outras formas de combate à pirataria que as gravadoras deveriam adotar citadas na primeira etapa foram mantidas, e nenhuma nova opinião foi colocada.

Portanto, a **redução de preços e novas formas de distribuição** são as principais ações que as gravadoras devem tomar, tendo representado a opinião prevalecente no painel, para que os consumidores tenham acesso aos produtos originais. Este acesso é tanto físico, por isso a necessidade de novas formas de distribuição para combater a capilaridade dos piratas, quanto financeiro, pois, com a situação econômica do país, a população não consegue disponibilidade de capital para comprar o produto original ao preço atual.

A redução de preços citada nesta questão poderia ser facilitada com uma atitude do governo sugerida na pergunta sobre o que o governo deveria fazer para combater a pirataria (1) da primeira etapa, a redução das tarifas de impostos incidentes sobre os CDs originais. Dado que o aumento nas vendas de CDs falsificados reduz a arrecadação do governo, esta seria uma ação que beneficiaria o setor e o país como um todo.

Nesta rodada a educação da população continuou sendo mencionada como uma ação necessária para que a pirataria seja combatida. Se observado o resultado da questão sobre o que o governo deveria fazer para combater a pirataria (1) do primeiro questionário pode-se perceber que educar o consumidor também foi uma atitude cobrada do governo. No caso governamental esta atividade é inserida na resposta como um dever, enquanto que para as gravadoras é uma sugestão de ação para tentar reduzir a falsificação que vem gerando prejuízos ao setor.

6.3.3 Pergunta 3: Dado que atualmente 53% dos CDs vendidos no Brasil são piratas, qual aproximadamente o percentual de CDs vendidos que você acredita que serão piratas em cinco anos?

O percentual de penetração da pirataria, assim como na primeira etapa, mostra uma diferença nas opiniões. De uma rodada para a outra não houve convergência, as respostas só se agruparam em faixas, mas continuaram com as mesmas diferenças de previsão. A distribuição ficou bastante equilibrada. Isto porque a mudança nas vendas de produtos piratas depende diretamente da eficácia das ações do governo e das gravadoras, além das mudanças na situação econômica do país.

Existem pessoas mais otimistas e que acreditam no resultado das ações atuais e planejadas, e os que acreditam que a pirataria não pode mais ser combatida, que as tentativas se limitam a tentar deter seu crescimento acelerado e encontrar novas alternativas de receita para sobrevivência da indústria.

Outros acreditam na manutenção da participação de mercado de produtos piratas em um patamar de 30 a 60%. Portanto, não há consenso na estimativa de qual será o percentual de penetração do produto pirata no mercado musical em cinco anos.

Uma das ações possíveis para auxiliar na redução dos volumes de CDs piratas, segundo o resultado da primeira rodada, seria o desenvolvimento de tecnologias de impedimento da cópia, ou seja, uma tentativa de inovação tecnológica capaz de criar uma nova ruptura no mercado. Porém, como mencionado na questão sobre o que as gravadoras deveriam fazer para combater a pirataria (2) deste mesmo questionário, nos locais onde algumas gravadoras lançaram CDs protegidos contra cópia, os consumidores ficaram indignados, chegando a processar a gravadora.

De toda forma, não se espera que as ações de combate à pirataria a façam desaparecer, em especial considerando-se a complexidade dos motivos que a fizeram crescer segundo os resultados da questão sobre as razões para o sucesso da pirataria (6) da primeira etapa. Mas, caso as gravadoras seguissem o caminho indicado na questão sobre o futuro produto das gravadoras (9) do questionário 1,

elas não sofreriam tanto com a perda de receita, dependendo cada vez menos da venda do produto físico.

6.3.4 Pergunta 4: Atualmente a obtenção de música pela Internet no Brasil ainda não tem volume significativo. Na sua opinião, qual será o percentual de músicas obtidas na Internet ilegalmente em comparação ao total de músicas comercializadas legalmente em cinco anos?

Assim como na primeira rodada existe uma indicação de crescimento no volume de *downloads*, no entanto, o percentual de crescimento continua sem atingir um consenso.

Alguns avaliam que este crescimento será bastante acelerado a ponto de atingir 40% em 5 anos, enquanto que outros são mais modestos em suas previsões e indicam uma tendência de crescimento até 20%.

Como foi avaliado anteriormente, esta diferença de estimativas pode estar relacionada à percepção de penetração do uso da Internet no país. Porém, com base nos questionamentos que a própria indústria tem feito, é possível que a estimativa de consumo de música digital ilegalmente esteja relacionada com a expectativa de sucesso dos serviços de venda deste produto legalmente (Smith, T., 2003).

A baixa utilização da Internet como razão para baixas estimativas do volume de *downloads* feitos ilegalmente é corroborada pelo pequeno uso dos sistemas de *streaming*, como visto na questão sobre os benefícios ou ameaças das rádios virtuais para a indústria fonográfica (8) da primeira rodada, e pela pouca penetração no mercado de *sites* de *download* legal, como mencionado na questão sobre a participação dos *downloads* legais no total de vendas do setor (5) do mesmo questionário.

O aumento no volume de *downloads* ilegais estaria indo de encontro à teoria de que o consumidor desta mídia gosta muito de música mas não tem dinheiro para gastar em muitos CDs, e é por isso que teriam que usar *sites* de comunicação par a par. Em contrapartida, se este for o perfil correto da maioria dos consumidores de CDs, a oferta de CDs *on demand*, como mencionado na questão sobre a participação dos *downloads* ilegais no total de vendas do setor (4) da

primeira etapa, seria a solução para a ilegalidade de alguns usuários, uma vez que permite a gravação de quaisquer músicas em um mesmo CD.

6.3.5 Pergunta 5: Qual será o percentual de músicas obtidas legalmente na Internet em comparação ao total de músicas comercializadas legalmente em cinco anos?

O painel indica que vai aumentar o volume de *downloads* legais, ou seja, compra de fonogramas pela Internet, mas fazendo uma avaliação com base na questão anterior, pode-se supor que esse crescimento vai ser sempre menor que o de *downloads* ilegais. A maioria acredita que o volume vai crescer em até 15% do volume atual e um grupo menor avalia que o percentual se manterá em até 5%.

A diferença de percentuais de participação da música digital legalizada no mercado fonográfico está diretamente ligada com a avaliação dos modelos atuais de venda de música digital, pois o histórico recente mostra tentativas frustradas de venda através de *sites* pouco estruturados. O percentual de até 5% demonstra que a venda de música digital será marginal e isto provavelmente acontecerá se este meio de distribuição não for visto como uma oportunidade pelas gravadoras, já que só com o apoio delas é possível disponibilizar uma variedade interessante de fonogramas *on line*.

O crescimento do uso da Internet faz com que a compra de música por este meio cresça também, e os novos *sites* de venda internacionais vem mostrando sucesso nesta atividade. No entanto, como esta forma de distribuição ainda é muito nova e pouco estudada, os especialistas não avaliam que seja mais bem sucedida que o *download* ilegal, que vem se mostrando um meio de acesso à música de muito sucesso nos últimos anos, tendo criado um histórico de sucesso na mente dos participantes do setor.

Este crescimento esperado da participação das vendas oficiais de música digital no mercado fonográfico total pode ser explicado pelo desenvolvimento de parcerias com as gravadoras, que como mencionado na questão sobre o futuro produto das gravadoras (9) do primeiro questionário, estão em busca de novas formas de distribuição e possibilitaram um modelo de vendas digital mais estruturado. Esta situação comprova a existência de um canal alternativo para comercialização do produto das gravadoras que, segundo os resultados da questão

sobre o que as gravadoras deveriam fazer para combater a pirataria (2) da primeira etapa, deveria ser um dos projetos desenvolvidos pelas empresas do setor.

O crescimento do volume de *downloads* legais deveria substituir o de *downloads* ilegais, citado na questão anterior. Caso contrário, existe grande possibilidade dele não estar em busca de um arquivo no formato digital, mas sim, de obter música de graça.

6.3.6 Pergunta 6: Na sua opinião, quais as três principais razões, além das 3 citadas, para o sucesso da pirataria em CDs musicais? (1 – preço; 2 – capilaridade na distribuição; 3 – ausência de fiscalização rigorosa)

Os principais fatores citados para o sucesso da pirataria, como uma forma de inovação estratégica da indústria, são o baixo risco para os falsificadores e a facilidade de produção, a exigência de baixos investimentos e a possibilidade de poder ser feito por qualquer pessoa com a tecnologia que hoje está disponível para o consumidor. Esses fatores foram mencionados pela maioria.

Assim como na primeira etapa, outros fatores foram citados, como:

- poucas lojas de discos;
- produtos originais não terem um diferencial;
- situação econômica do país;

- oportunidade para os falsificadores de só produzirem produtos que tenham público garantido, pois são produtos de sucesso. Os falsificadores ganham uma vantagem competitiva com relação à indústria uma vez que não precisam investir em novos artistas. Um dos especialistas comentou sobre esse ponto: “Com o passar do tempo, as gravadoras passaram a investir mais ainda nos artistas populares e passaram a desprezar os artistas mais setorializados, buscando ainda mais o lucro fácil. Só que os maiores compradores de CD pirata são justamente as classes mais baixas, e elas passaram a ser o principal cliente das gravadoras.”

Caso o risco da pirataria fosse alto, não só pela coibição, mas pela punição, a remuneração teria que ser muito mais alta para compensar o risco, o que inviabilizaria a indústria pirata, uma vez que, como visto nos resultados

anteriores, ela cresce pelo seu preço baixo. Além disso, se o processo produtivo fosse muito complicado esse produto se tornaria desinteressante para os falsificadores e possivelmente caro demais, também inviabilizando o negócio financeiramente. Essas duas situações alternativas dificultariam o surgimento de uma das formas de ruptura que o setor está enfrentando, a produção pirata.

No entanto, como pôde ser avaliado na questão sobre a participação dos CDs piratas no total de vendas do setor (3) da primeira etapa, a expectativa da maioria é de um aumento na participação dos produtos piratas no mercado fonográfico. Com isto, é possível perceber que os motivos que fazem com que a prática da pirataria tenha sucesso não são simples de serem combatidos. Eles são parte de um problema sistêmico e de difícil resolução.

6.3.7 Pergunta 7: Como você espera que a indústria fonográfica se beneficie da música digital nos próximos cinco anos? Coloque em ordem (enumere 1 para o que trazer os maiores benefícios, 2 para o seguinte e assim por diante) os três meios nos quais você vê os maiores benefícios?

A tabela de respostas com as colocações de cada opção:

Venda legal de música pela Internet	1			1			3	1		3
Venda de CDs <i>on demand</i>						1				
Venda de discos pela Internet			1		1			2	1	2
Disponibilização de todo o catalogo da companhia	2				1	2	2			
Desenvolvimento de relacionamento entre empresas e gravadoras e entre consumidores finais e gravadoras					1					
Eliminação de intermediários			3	3					3	
Diminuição de custos	3	3				3				
Aumento da capilaridade		2		2				3	2	
Facilidade em distribuir a música através da Internet, sem custos.		1	2				1			1

Assim como na primeira rodada, os principais benefícios colocados em primeiro e segundo lugar foram a venda através da Internet, seja de música ou CD, e a possibilidade de desenvolvimento de um canal de distribuição com custos baixos.

Então, a Internet é vista como um novo canal de vendas para a indústria fonográfica, uma oportunidade de inovação estratégica, e um canal que o próprio consumidor tem solicitado a partir do momento que já considera a Internet uma fonte de obtenção de música quando passa a ser usuário de serviços de *download* ilegal.

A principal diferença entre os resultados das duas rodadas é com relação à venda de CDs *on demand*, que inicialmente foi colocada como um benefício forte e agora parece ter perdido a importância, e a disponibilização de todo o catálogo da companhia, que só na segunda etapa foi mencionada como um benefício importante.

A venda de CDs *on demand* pode ter tido sua importância minimizada por já estarem citadas duas formas de comercialização pela Internet, e na segunda rodada só eram pedidos três benefícios. A venda de catálogo, no entanto, parece ter sido esquecida pelo painel na primeira vez que analisaram a questão, que ao se depararem com esta opção refizeram suas análises.

A música digital pode gerar diversos benefícios, como a divulgação de novos fonogramas, que pode ser feita a partir do *streaming* como era previsto na pergunta sobre os benefícios ou ameaças das rádios virtuais para a indústria fonográfica (8) da primeira rodada. Este formato tem outros benefícios como gerar menor custo e aumentar a exposição internacional dos produtos.

Porém, é importante salientar que os benefícios citados da música digital, de forma geral, comprovam a tendência e a viabilidade da ação indicada na questão sobre o que as gravadoras deveriam fazer para combater a pirataria (2) do primeiro questionário da indústria buscar novas formas de distribuição. A Internet, através da música digital, ao que tudo indica, é uma oportunidade de canal de distribuição alternativo bem aceito e repleto de possibilidades de comercialização.

6.3.8 Pergunta 8: As rádios virtuais têm se desenvolvido com mais velocidade e estão começando a se popularizar no Brasil. Você acha que elas podem no futuro ser uma oportunidade para divulgação e ampliação do mercado de música pois é: Mais uma forma de distribuição de música ou Uma forma de divulgação de música

Houve um consenso desde a primeira etapa de que as rádios virtuais serão uma oportunidade para a indústria, por isso o que foi avaliado no segundo questionário é o motivo pelo qual as rádios são consideradas uma oportunidade.

A maioria avalia as rádios como uma forma de divulgação de música, apesar de alguns indicarem que elas poderão ser uma maneira de distribuição. Esta minoria pode não ter considerado a rádio virtual como uma forma de distribuição, pois ainda não está sendo utilizado *download* a partir de *streaming* (tecnologia de reproduzir arquivos de música para diversos usuários pela Internet). As rádios hoje disponibilizam conteúdo para que seja escutado, mas não para transferir o arquivo, seja legal ou ilegalmente. O que é comentado no mercado é que esta tecnologia ainda não está bem desenvolvida e por enquanto as rádios se restringem ao seu papel tradicional mesmo que utilizando meios virtuais: disponibilizar música para os ouvintes.

6.3.9 Pergunta 9: Como serão as empresas hoje chamadas de gravadoras, elas estarão produzindo que tipo de produto daqui a cinco anos?

Na primeira etapa as respostas foram sempre dando indicações de que as gravadoras se preocupariam menos com o bem físico e dariam mais foco para os serviços relacionados à música e à música em si. Neste segundo questionário foi possível confirmar esta percepção e agrupar as opiniões. Houve um consenso em dizer que as gravadoras estariam produzindo música, artistas e atividades correlatas.

O produto música, portanto será estendido, ampliado, não será mais limitado a encontrar um artista, produzir fonogramas e vender o CD, e agora diz respeito a investir em talentos e ser responsável por todas as atividades relativas a ele, desde a promoção da música, a produção de fonogramas, a venda da música em si, seja através de CDs, seja individualmente, até a realização de shows, workshops e outros eventos com os artistas.

Com a mudança na definição do produto das gravadoras e a agregação de valor aos CDs através de informação e qualidade gráfica principalmente, buscando uma solução para o mencionado na questão sobre as razões para o sucesso da pirataria (6) do primeiro questionário, o CD deixa de ser um produto fácil de copiar. Quanto mais elaborado for o produto, seja através de qualidade musical ou composição, como a inclusão de cifras e letras, mais árdua e dispendiosa passa a ser a tarefa de falsificação, tornando o produto menos interessante para os falsificadores.

Este posicionamento mostra uma tendência da indústria fonográfica tradicional de reagir à ruptura que está ocorrendo no setor, não apenas incorporando as inovações ao seu modelo tradicional de negócios, mas ajustando seu modelo para uma reestruturação ainda maior da indústria.

6.4 Avaliação dos próximos passos

Após as duas rodadas, verificou-se que seria importante contar com a participação de pessoas diretamente ligadas aos decisores envolvidos com o futuro da indústria para a construção das conclusões do trabalho.

Assim, foram contatadas três pessoas, cada uma ligada diretamente a um setor com poder de influência sobre a indústria fonográfica: gravadoras, governo e Internet. Estes três entrevistados colaboraram e permitiram uma interpretação mais crítica com relação às respostas obtidas com o grupo.

6.5 Resultados das entrevistas complementares

6.5.1 Dado que o painel convergiu para a opinião de que o governo deveria fiscalizar e punir os falsificadores para coibir a prática da pirataria, foi confirmada a tendência do governo a exercer este papel.

O governo já está agindo no combate à pirataria: os entrevistados disseram que o governo, principalmente o estadual, já está se encaminhando para a atitude esperada segundo os resultados dos questionários. Já foi aprovada nacionalmente a **lei que aumenta a pena para o crime da pirataria**, fazendo com que os falsificadores e revendedores sejam efetivamente julgados e possam ser condenados a até 2 anos de prisão. Além disso o governo estadual do Rio de

Janeiro criou em Julho deste ano a delegacia de combate ao crime contra a propriedade imaterial.

A **delegacia de combate à pirataria** foi criada pelo governo do estado com a intenção principal de conscientizar a população de que o consumo de produtos piratas estimula uma indústria ilegal, que só gera problemas para a comunidade.

A maior dificuldade e também o mais importante objetivo da delegacia e do governo nesta luta contra a pirataria é a conscientização. É fazer com que a população compreenda que os efeitos da pirataria são sobre a sociedade como um todo.

6.5.2 Tendo em vista que o painel identificou mais de uma ação a ser realizada pelas gravadoras, foi verificado como os entrevistados avaliam esta resposta.

Apenas uma ação das gravadoras não seria suficiente para resolver o problema da pirataria. Para que algum resultado fosse obtido no curto ou médio prazo seria necessário que todos os aspectos citados fossem trabalhados pelas gravadoras: baixar o preço do produto para o consumidor final, investir em tecnologias que dificultem a cópia, produtos de qualidade mais adequada ao público que valoriza o produto original, novas formas de distribuição e continuar no trabalho de conscientização do público e repressão ao crime em parceria com o governo.

As gravadoras precisam investir nessas diversas alternativas, caso contrário, mesmo com a repressão sendo feita pelo governo, a pirataria vai continuar em crescimento. Em especial porque a logística de produção e distribuição permite que os produtos ilegais passem a ser vendidos em praças com menor controle.

Um problema irremediável. A pirataria física hoje está tão capilarizada no Brasil que não se acredita mais na sua eliminação. Por isso a tentativa mais viável para as gravadoras é desenvolver uma estratégia alternativa para gerar receita.

As pessoas que acreditam que a indústria não vai se posicionar de forma diferente da atual, e não vai fazer ações para desestruturar a indústria da pirataria, vão claramente esperar que a situação piore. Os que acreditam que as gravadoras vão se movimentar por causa da redução de receita que estão sofrendo, e vão

realizar processos que dificultem a pirataria são mais otimistas com relação ao futuro do setor.

O produto não será o CD. Ao que tudo indica, as gravadoras já estão conscientes de que seu produto não será o CD e que seu foco de negócio não pode ser na venda desse produto físico. Elas estão começando a compreender que o modelo de consumo de entretenimento mudou, e os contratos novos já estão sendo feitos com base nesse novo conceito. Artistas que estão sendo lançados não fazem um contrato de produção apenas, e sim de prestação de serviços, e a gravadora passa a ser não apenas a produtora mas o agente do artista.

6.5.3 De acordo com o painel, o sucesso da pirataria está relacionado com uma situação sócio-econômica, tecnológica e mercadológica propensa ao surgimento de práticas ilegais. Os entrevistados fizeram uma avaliação desta realidade.

Pirataria reduz o problema do desemprego. Os mercados varejistas que hoje vendem produtos piratas começaram nos bolsões como o mercado da Rua Uruguaiana no Rio de Janeiro. Esses mercados eram ignorados pelo governo, pois havia uma taxa de desemprego muito grande, e com os bolsões eram criados empregos informais, que permitiam ao menos alguma renda para a população desempregada.

Com esta falta de opressão aos bolsões foi iniciada uma estrutura logística para o comércio pirata. Esta estrutura tem um lucro bastante significativo, e surpreendentemente o varejista é o que menos lucra no processo.

O imposto não arrecadado motiva o Estado a combater a pirataria. O estado tem intenção de continuar investindo na delegacia para o combate à pirataria. O objetivo e o motivador principal do estado é o aumento na arrecadação. O governo também acredita que com o combate à ilegalidade as indústrias vão se sentir incentivadas a vir se instalar no estado, ao invés de outros lugares onde a repressão não é feita. Com novas indústrias o resultado também é um aumento na oferta de empregos e, portanto, mais benefícios à sociedade.

Poucas pessoas se preocupam em analisar a pirataria, pois é preciso uma visão abrangente do problema. Os entrevistados concordaram que são diversos fatores, que quando somados tornam o ambiente propício ao surgimento

deste comércio ilegal. Muitos destes fatores estão interligados, e é preciso uma visão sistêmica do problema e do ambiente para que se possa compreender realmente o que está ocorrendo. Poucas pessoas no Brasil possuem esta visão macro, já que a maior parte das decisões é tomada mundialmente.

Os motivos que levam a indústria pirata a crescer estão interligados. Algumas pessoas vão perceber uma razão ou outra com maior facilidade, dependendo da ótica que estiverem utilizando para avaliar a situação, no entanto, caso se procure explicar por completo o funcionamento da pirataria, a maioria dos motivos listada irá surgir.

As razões citadas não são suficientes mas são necessárias para o sucesso da pirataria. Cada um dos motivos citados não é suficiente para justificar o desenvolvimento do comércio ilegal de CDs, mas é necessário para que a situação atual seja formada. Pode-se avaliar por exemplo, que produtos cuja fabricação requer custos mais elevados ou capacidade técnica avançada, não são comumente pirateados. Isso justifica porque baixo custo e facilidade de produção são considerados causas da pirataria. No entanto, mesmo que os fatores mencionados anteriormente fossem verdadeiros, se o risco de ser descoberto ou repreendido fosse mais alto, não haveriam tantos interessados em burlar a lei.

Caso a qualidade dos produtos legalmente oferecidos fosse maior e a capacidade de distribuição das empresas fosse mais eficiente, seria complicado para se oferecer produtos piratas. Isto porque seria evitada a situação de um consumidor buscar o produto em um local de venda legal e ao não encontrar aceitar comprar um pirata cuja rede de distribuição levou o produto até o público.

Acima de tudo, se o Brasil fosse um país de população com melhor poder aquisitivo certamente a penetração da pirataria seria menor. Pode-se comprovar isso verificando os índices de países desenvolvidos, lá a pirataria não se instaurou como no terceiro mundo. Os consumidores não optam por um produto ilegal quando existe oferta, por um valor compatível a sua renda, de um produto legal. O risco da compra do CD pirata é muito grande para ser aceito sem que haja necessidade.

Assim, o preço de venda do CD passa a ser um fator de forte influência no sucesso da pirataria. Se o valor fosse compatível com a renda disponível da população para gastos em entretenimento, a venda ilegal seria muito dificultada. Como o Brasil tem uma renda média muitíssimo baixa, e os custos dos CDs não conseguem ser baixos a ponto de serem compatíveis com o público, o preço final do produto acaba se tornando um atrativo aos fabricantes de piratas.

6.5.4 Dado que o painel identificou diversos benefícios da música digital, principalmente ligados à comercialização de música, o que se pode comentar a respeito?

A música no seu formato digital vai ter um crescimento de consumo com certeza. Foi dito que algumas estimativas indicam inclusive que em 2008 33% do consumo de música será via *download* legal. Os *sites* de *download* pagos estão aos poucos se fortalecendo no mercado, e tiram clientes dos *sites* gratuitos, que ao terem uma opção legalizada e de melhor qualidade optam pela migração.

Os grandes benefícios para as gravadoras são a **disponibilização de todo o seu catálogo *on line*** e a possibilidade de **personalização** dos produtos. Atualmente apenas 10% do catálogo das gravadoras está a venda, e com a Internet é possível monetizar 100% deste ativo. Além disso a personalização é uma indicação de que a indústria musical está finalmente encontrando seu posicionamento na nova economia. Com a revolução tecnológica surgiu a massificação da personalização. Isso parece ser contraditório, mas é a realidade atual. Com a Internet e o fácil acesso ao produtor, qualquer consumidor consegue especificar o seu produto e receber um bem desenvolvido de forma mais personalizada.

6.5.5 Motivo para não atingir completamente o consenso

Mesmo as pessoas mais esclarecidas e graduadas desta indústria estão se concentrando no problema imediato e que as atingem diretamente. As gravadoras no Brasil não estão analisando a situação completamente, e se restringem a seguir as indicações de suas matrizes.

Poucos representantes do setor estão efetivamente preocupados em avaliar as causas e o desenvolvimento da crise, e de desenvolver caminhos alternativos para buscar o sucesso no meio fonográfico.

Isto pode ser facilmente percebido quando se constata que nenhuma das gravadoras procurou estudar o perfil de consumo de seus compradores, e vêm negando a existência de um novo canal de distribuição como a Internet. Passou um longo período até que a indústria percebesse que a percepção de valor do consumidor mudou e os seus motivadores também. Com a inovação tecnológica ele sabe o custo de produção e por isso precisa encontrar outros benefícios no produto que está adquirindo.

6.5.6 Efeitos da pirataria

Os entrevistados introduziram este assunto, que até então não havia sido abordado no trabalho. Este acréscimo foi feito pois ao analisar as respostas da segunda rodada os entrevistados fizeram questão de salientar a importância de se estudar o fenômeno da pirataria.

A pirataria reduz a arrecadação do governo, disponibilizando menos dinheiro para investimentos em segurança, saúde, educação, etc. Também ocorre, devido ao aumento da pirataria no país, uma redução do emprego formal, pois esse mercado absorve trabalhadores que eram da economia formal e migram para a ilegalidade em busca de maior receita.

Outra consequência da pirataria é uma possível classificação do país como um local de muito risco para investimentos, uma vez que o comércio ilegal cresceu de tal forma que o respeito e a valorização da marca não existem mais.

Os últimos números indicam que o país já perdeu 5 bilhões de reais na arrecadação por causa de produtos piratas.