

Música e internet foram feitos um para o outro

Os serviços de distribuição de músicas pela internet, considerados até há bem pouco tempo pela indústria fonográfica como os vilões do mercado, vão de vento em popa, inclusive com serviços e parcerias surpreendentes, com o Peer Impact, lançado na semana passada. É claramente inspirado no carisma e na eficiência do antigo Napster, mas com algumas diferenças fundamentais: o troca-troca de músicas é pago e o serviço conta com a bênção de algumas das maiores gravadoras do mundo. Ainda está em fase de testes, mas já sinaliza uma possível guinada no mercado.

Quem compra uma música no Peer Impact (www.peerimpact.com) fica livre para fazer com ela o que bem entender, inclusive repassá-la para qualquer outro integrante da rede de compartilhamento. Mas o repasse não é gratuito. Se uma outra pessoa baixa uma música que está com você terá de pagar por ela.

O pagamento é feito diretamente ao Peer Impact, mas o sistema reconhece de onde ela foi baixada – no caso, o seu computador – e remunera o dono da máquina com créditos que poderão ser usados para comprar novas músicas e realimentar a cadeia.

É como se cada usuário se tornasse um redistribuidor autorizado das gravadoras, sendo remunerado pela infra-estrutura de distribuição. Quanto maior o número de músicas compartilhadas, mais gente estará ganhando com isso. Pode até não pegar, mas não deixa de ser surpreendente para um setor que até hoje questiona na Justiça a legalidade da própria tecnologia (o P2P, de “ponto a ponto”) que possibilita o compartilhamento de arquivos pela internet.

O Peer Impact começa com um catálogo de 500 mil músicas, licenciadas por EMI, Sony, BMG, Universal e Warner Bros, o mesmo quinteto que está ao lado da Apple no iTunes, o megashopping musical, líder na venda de músicas pela web, com 1,5 milhão de títulos na prateleira. Nos próximos dias, por sinal, os administradores do serviço vão anunciar a marca de 500 milhões de músicas vendidas desde que o iTunes foi inaugurado, há dois anos.

Como o preço das músicas não mudou de lá para cá (US\$ 0,99, em média, por faixa baixada), dá para fazer as contas: são cerca de US\$ 500 milhões em canções exclusivamente vendidas pela internet, sem um monte de despesas e contradições do mundo real. No ritmo que vai, impulsionado também pela venda do iPod, o primeiro bilhão (de dólares e downloads) deverá ser comemorado no próximo Natal. Depois disso, o céu é o limite.

O curioso é que os bons ventos do mercado foram divulgados quase ao mesmo tempo em que a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, na sigla em inglês) divulgava a sua mais recente versão do mapa da pirataria digital, com números estarrecedores. De cada três CDs vendidos atualmente, um não passa pela caixa oficial das gravadoras. Num conhecido país vizinho ao nosso, o “índice de pirataria”, segundo a IFPI, chega a 99%.

São dois lados de uma mesma moeda e de mercados (ou posturas) diferentes para um mesmo produto, com inegável apelo aos consumidores de todas as faixas etárias. As apostas mais conservadoras apontam para um crescimento de 130% nas vendas de música pela internet este ano em comparação com 2004,

com o faturamento das empresas que atuam nesse mercado já se aproximando da marca de US\$ 1 bilhão. Para a música, é como se a era digital estivesse começando agora. Para as gravadoras, idem.

**Publicado na coluna Ponto Web do jornal O Estado de S. Paulo*

Date Created

29/06/2005