

## **PIPA, SOPA E ACTA: AS GIGANTES DO ENTRETENIMENTO E O MEDO DA INOVAÇÃO**

**Andre Machado Coelho  
Daniela Gil Greco  
Marden de Padua Ribeiro  
Rafael Guimaraes Tavares da Silva  
Renata Rocha Mendes Ferreira  
Thais Emanuele da Silveira Almeida**

No mercado atual, as grandes empresas não assumem novos papéis devido a estratégias protecionistas e engessadas. Essas atitudes perdem espaço perante o consumidor, que opta por investir na criatividade e naqueles que valorizam seus clientes. Empreendimentos independentes e financiados diretamente pelos seus públicos-alvo ganham espaço em *sites* como o *kickstarter* e *youtube*. Uma mudança perante as novas tendências do mercado é necessária às grandes empresas, embora elas não estejam dispostas a abrir mão de seu domínio ou mudar suas estruturas com vistas à inovação. Para isso, é necessário assumir os riscos que advêm de idéias criativas, buscando construir um ambiente mais saudável para o consumidor, onde a liberdade de expressão possa ser plenamente exercida.

Palavras-chave: empreendedorismo, inovação, monopólio.

### **1. Introdução**

A informação flui cada vez mais rápida e livremente onde a internet fortalece a sua posição como ferramenta de liberdade e de comunicação da diversidade. Se antes para compartilhar uma música ou filme com um amigo você tinha que copiá-la ou emprestar seu CD/VHS/DVD, com a internet você pode compartilhar seu material de forma muito mais eficiente. Um livro que ainda não tenha tradução para determinada língua pode ser comprado fora do país e traduzido por uma comunidade de fãs que queiram compartilhar o conteúdo que tanto gostam.

Nesse ambiente revolucionário, grandes empresas do ramo de entretenimento e tecnologia sentem seus domínios mercadológicos ameaçados. Novas ideias entram no mercado, novas possibilidades, a pirataria e o compartilhamento de arquivos, outrora responsabilidade logística dessas mesmas empresas, fica muito mais fácil. O *know-how* de compartilhar produtos físicos se torna cada vez mais desnecessário em um mundo digitalizado. As gigantes do entretenimento optam por ações desesperadas e desrespeitosas para com os consumidores em projetos como o ACTA, SOPA e PIPA. Essas ações acarretam uma queda do apreço pela imagem das empresas envolvidas e o grande público passa a buscar formas alternativas de entretenimento.

Ao analisar essas reações, buscamos identificar motivos para a postura defensiva das gigantes, o papel dos pequenos empreendedores como alternativas para o consumidor e alguns casos que demonstram a inovação e as oportunidades nesse novo cenário a partir de uma análise bibliográfica dos dados.

### **2. A dominação do mercado pelas gigantes**

A indústria cultural ainda é dominada pelas gigantes. De acordo com dados da IIPA - International Intellectual Property Alliance (2011) - e análise de Nate Anderson para o *Ars Technica* (2011), a indústria

norte-americana de direitos autorais paga melhor do que a maioria dos empregos normais, teve um desempenho melhor do que a economia do país em tempos de recessão e vende níveis recorde de produtos em outros países, recebendo mais dinheiro estrangeiro do que a totalidade do setor alimentício norte-americano ou das indústrias farmacêuticas. Mike Masnick ressalta em seu relatório “*The Sky Is Rising*”:

*“Por qualquer forma de medida, parece que vivemos uma verdadeira Era da Renascença para conteúdos. Mais dinheiro está sendo gasto, no geral, famílias estão gastando mais em entretenimento. E muito mais trabalhos são criados”*. (2012, tradução nossa)

E com esse lucro todo, medidas protecionistas como SOPA, ACTA e PIPA são apoiadas pelas gigantes. Dados exagerados sobre os danos para o mercado causados pela pirataria são publicados e criticados por suas informações imprecisas (SANCHEZ, 2012). Sobre o nível de evidência desses relatórios utilizados pelas grandes companhias Sanchez faz a seguinte analogia:

“[...] já que os defensores da anti-pirataria se orgulham em equacionar o compartilhamento de arquivos com o furto em lojas: suponhamos que o CEO do Wal-Mart vá ao Congresso demandando um programa de \$50 milhões para enviar agentes do FBI para investigar adolescentes suspeitos em cidades perto de Wal-Marts. Um legislador poderia, sem duvidar por um segundo que furtos em lojas é algo ruim, questionar se esse é realmente o melhor uso dos recursos de execução da lei. O CEO inconformado indica que o furto em lojas mata um milhão de adoráveis órfãos todo ano. A prova é dada por um estudo feito pelo Instituto Wal-Mart de Estudos Contra o Furto em Lojas. O estudo informa essa afirmação dramática para um artigo de jornal, que menciona o CEO do Wal-Mart afirmando (com base em dados privados que você não pode ver) que o furto em lojas mata centenas de órfãos anualmente. E como uma nota de rodapé explica, parece prudente arredondar para os milhões.” (2012, tradução nossa)

A pirataria pode causar certos prejuízos. Mas, para analisá-los, ainda não existem ferramentas imparciais e precisas. Ainda assim, se os lucros mostram que prejuízos não estão ocorrendo, por que o protecionismo e as ações desesperadas continuam?

### **3. A ameaça dos pequenos empreendedores**

*Youtube* e *Kickstarter* são dois nomes que agregam em seu banco de usuários centenas de produtores de entretenimento que não dependem mais da logística empresarial de grandes empresas para compartilhar sua criatividade. Desde eleger um presidente com uma campanha online a revelar talentos musicais, o *Youtube* mais do que demonstrou seu poder de influência (SOCIAL maximizer, 2010). No *Kickstarter*, vários projetos podem ser financiados pelos usuários. Tim Schafer, famoso desenvolvedor de jogos, arrecadou mais de 3 milhões de dólares para produzir um novo jogo (KICKSTARTER, 2012). Em entrevista, Schafer ressaltou que os números de vendas do estilo de jogo que é sua especialidade provavelmente não motivam as grandes empresas ao financiamento e por isso optou pelo *Kickstarter* (FOGEL, 2012). *Web-series* como *The Guild* proporcionam lucros e a visibilidade não depende de uma grande produtora de conteúdo, fugindo da mídia tradicional (THE GUILD, 2012). A produção de conteúdo cresce, o público ganha mais opções de

consumo e a inovação ganha espaço.

Consumidores que poderiam estar consumindo das gigantes do entretenimento depositam seus investimentos nas ideias dos pequenos empreendedores. Não por não gostar dos produtos massificados, mas porque essas pequenas atendem a demandas específicas de consumo.

#### **4. O engessamento das gigantes**

Uma organização de grande porte tem muito mais dificuldade em mudar sua forma de administração e funcionamento do que um pequeno empreendedor. Adaptações necessárias para atender as demandas do mercado tomam um tempo precioso dessas empresas que, engessadas pela sua própria cultura não conseguem encontrar uma nova identidade (CASTELLS, 2004). Para ganhar tempo frente aos pequenos empreendedores, o protecionismo surge como uma ferramenta que garante ainda a lucratividade, baseando-se em projetos insensatos como os do Congresso Norte-Americano - ACTA, SOPA e PIPA.

O foco é dado para as ações desesperadas e a inovação é deixada de lado porque a estrutura das grandes empresas dificulta novos pensamentos. A Sony hoje tem problemas na comunicação interna, resultando em problemas operacionais, como duas áreas da empresa fazendo a mesma coisa sem perceber (STRINGER, 2008). A Microsoft, tida como empresa inovadora e moderna por pertencer ao ramo tecnológico, levou anos para conseguir implementar algumas inovações no mercado devido ao seu engessamento (BUCHANAN, 2008). Riscos tornam-se mais difíceis de serem administrados devido à ausência do controle e mudanças custam caro.

#### **5. Conclusões**

Prevendo os gastos necessários para a inovação em um ambiente cada vez mais criativo e competitivo, as grandes companhias manifestam interesse na aprovação de projetos de lei como SOPA, PIPA e ACTA, a fim de combater a competição – tanto a do pequeno empreendedor, quanto a do pirata. Há, entretanto, espaço para todos os jogadores, dada a vastidão do mercado e os gostos dos consumidores globais. Para garantir a lucratividade, as gigantes do entretenimento e da tecnologia precisam repensar suas atitudes diante da inovação e da competitividade, buscando uma nova identidade mais flexível e parecida com os pequenos empreendedores e adotando novas posturas perante a pirataria, incentivando assim a criatividade e a livre competição de mercado.

#### **6. Referências**

ANDERSON, Nate. **Piracy problems? US copyright industries show terrific health.**

Disponível em: <<http://arstechnica.com/tech-policy/2011/11/piracy-problems-us-copyright-industries-show-terrific-health/>>. Acesso em: mai/2012.

BUCHANAN, Matt. Como a inovação morreu na Microsoft. Disponível em:

<<http://www.gizmodo.com.br/conteudo/como-inovacao-morreu-na-microsoft/>>. Acesso em: mai/2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede – a era da informação: economia, sociedade e**

cultura vol 1. São Paulo: Paz & Terra, 2002.

FOGEL, Stefanie. **Double Fine's Tim Schafer on Kickstarter success: it can happen again** (interview). Disponível em: <<http://venturebeat.com/2012/02/21/double-fines-tim-schafer-on-kickstarter-success-i-did-not-expect-this-interview/>>. Acesso em: mai/2012.

IIPA – **International Intellectual Property Alliance**. Disponível em: <<http://www.iipa.com/>>. Acesso em: mai/2012.

MASNICK, Michael; HO, Michael. **The sky is rising!** Disponível em: <<http://www.techdirt.com/skyisrising/>>. Acesso em: mai/2012

PERACCIO, Thomas. **Online piracy impact exaggerated as entertainment industry profits growing**. Disponível em: <<http://www.examiner.com/article/online-piracy-impact-exaggerated-as-entertainment-industry-profits-growing>>. Acesso em: mai/2012.

ROTHMAN, Wilson. **Howard Stringer Says Sony's So Big, It Makes Same Gadgets Twice**. Disponível em: <<http://gizmodo.com/5061425/howard-stringer-says-sonys-so-big-it-makes-same-gadgets-twice>>. Acesso em: mai/2012.

SANCHEZ, Julian. **SOPA, internet regulation, and the economics of piracy**. Disponível em: <<http://arstechnica.com/tech-policy/2012/01/internet-regulation-and-the-economics-of-piracy/>>