

Cultura livre e a grande indústria mundial

Bruno Dias de Castro;
Eunylson Faria Lopes;
Michelle Cristiane Silva;
Rodolfo Cardoso de Souza;
Thiago Henrique Campos Bastos.

Palavras-Chave: Cultura Livre; Internet; Pirataria.

Introdução

Inicialmente a troca de conteúdo digital se dava entre conhecidos, que permutavam entre si arquivos usando e-mail, repositórios de arquivos ou mídias físicas. Esse modelo de compartilhamento é muito anterior à Internet, com suas raízes na década de 60, quando fitas cassete se popularizaram e a indústria fonográfica passou a defender que qualquer usuário doméstico que fizesse a cópia de um fonograma era um “pirata”, por ferir os direitos autorais da obra. Com o advento da internet, o livre compartilhamento de arquivos aumentou drasticamente e a tradicional indústria cultural possui desafios para lidar com a nova realidade.

Crescimento do Livre Compartilhamento

A partir de 1999, um período de grandes transformações culturais teve início com a criação do Napster. O Napster era uma comunidade de trocas de arquivos musicais, que permitia aos usuários fazerem download de um determinado arquivo diretamente do computador de outro usuário de maneira descentralizada. Em seu auge, o Napster teve um pico de 25 milhões de usuários conectados trocando diariamente um volume estimado de 80 milhões de canções. No início de 2001 o Napster não resistiu a uma série de ações legais, que o acusavam de pirataria, e seu serviço foi fechado. A comunidade de usuários do sistema dispersou-se em novas redes de compartilhamento de arquivos, e uma prática que, no início, apenas se limitava à troca de conteúdo musical, expandiu-se de modo a incluir qualquer conteúdo em formato digital. De acordo com uma publicação da Revista Época, 50% a 60% do tráfego na internet brasileira é de troca de arquivos e 20% das trocas de arquivos no

Brasil são em sistema torrent. O sistema torrent, usado por 50 milhões de pessoas, representa 30% do tráfego na internet mundial e teve um crescimento de 40% em 2012.

As ações da indústria cultural

Assustada, a indústria de conteúdo passou a pressionar congressistas para que aprovassem leis de efeito mais abrangente para o controle e a fiscalização da web. A maioria das soluções propostas foi bombardeada por entidades de defesa de direitos dos internautas, porque criariam um sistema de vigilância da rede e interfeririam na liberdade de expressão. Projetos de lei como Sopa e Pipa, que permitiriam o fechamento de sites acusados de pirataria, foram engavetados depois da péssima recepção pela opinião pública. Se a Sopa fosse adotada, um site acusado de ferir direitos autorais sairia do ar até o responsável provar sua inocência perante a Justiça americana. Além disso, buscadores que fizessem referência a conteúdo desses sites teriam de remover os links, e sites de pagamento online deixariam de repassar recursos. Assustadoramente, caso Sopa fosse aprovada, essas ações seriam tomadas sem prévio julgamento acerca da pirataria.

Outras estratégias tradicionais usadas pela indústria cultural para barrar a pirataria são os processos contra internautas, sites agregadores de torrents (como o The Pirate Bay), e empresas cujo negócio facilita o compartilhamento e o armazenamento de arquivos, como o repositório de arquivos Megaupload. O Megaupload lucrava ao cobrar por downloads mais rápidos e mais espaço para armazenamento de arquivos. No entanto, o Megaupload não monitorava a procedência desses arquivos e, por isso, foi fechado. Semelhantemente ao ocorrido com o Napster, a retirada do ar do Megaupload, o quarto maior tráfego da internet brasileira em 2011, não foi suficiente para reprimir trocas de informações.

O embate entre a indústria cultural e a cultura livre

As medidas da indústria cultural mostram a divergência entre esta e os usuários da internet, no que diz respeito ao acesso à informação ou cultura. O compartilhamento de informações na internet, é visto pela indústria cultural como pirataria, e entendido como um direito pelos adeptos da cultura livre, nascida do movimento do software livre. A cultura livre afirma que os usuários

da Internet tem a liberdade de acesso, compartilhamento e modificação da informação, porém os direitos sobre a obra ou sobre a modificação continuam pertencentes ao autor da obra/ modificação. Apesar de parecerem defender o direito autoral, a indústria cultural e a cultura livre têm posições muito distintas: a indústria cultural quer ser o intermediário entre cada usuário e a informação e a cultura livre quer acabar com barreiras ao acesso à informação.

O choque entre a indústria cultural e a cultura livre reflete em mudanças nas dinâmicas do mercado cultural. Para a indústria cultural, o livre compartilhamento mina os negócios enormemente. De acordo com o site agenciabrasil.ebc.com.br, em 2002 o Brasil ocupava o segundo lugar no ranking da pirataria e no mesmo ano de cada 10 programas de computadores instalados no país, 6 eram pirateados. As indústrias de informática, brinquedos e têxtil avaliam perdas de US\$ 15 bilhões por ano com falsificações e a indústria fonográfica calcula seus prejuízos em US\$ 500 milhões. Esses dados levam a crer que o mercado cultural está em decadência, mas, de acordo com a pesquisa *The Sky is Rising*⁴, esse mercado cresce a passos largos: o mercado fonográfico teve um aumento de mais de US\$30 bilhões de dólares em sua renda entre 2005 e 2010 e, mesmo com a crise financeira mundial (a maior dos últimos 70 anos), a revenda de livros cresceu 5,6% entre 2008 e 2010.

Um novo consumidor e um novo mercado

Os dados conflitantes de prejuízo e crescimento do mercado cultural mostram que as pessoas estão dispostas a consumir mais material cultural, mas ao mesmo tempo elas são consumidores que há muito deixaram de ser passivos. Assim, se o conteúdo não for oferecido pelos produtores a um preço justo, no momento e no formato que o internauta desejar, há, sim, uma grande possibilidade de ele recorrer a canais, diga-se, “alternativos”.

A postura mais ativa do consumidor sugere a criação de um novo modelo de negócios que contemple o conceito de “pirataria do bem”, ao respeitar as liberdades individuais dos usuários e ao divulgar artistas sem prejudicar seus direitos autorais. Isso pode parecer impossível, mas algumas plataformas online, como o Kickstarter, provam o contrário. O Kickstarter⁴ é uma empresa de investimento coletivo, em que um usuário é capaz de anunciar seu projeto

artístico/tecnológico/comercial e vários outros usuários são capazes de fazer doações ou investimentos para esse projeto (para cada doação o Kickstarter retira 5% para si). O sucesso do Kickstarter ⁴ é tão grande, que em 2011, conseguiu angariar mais de US\$100 bilhões para os projetos neles inscritos.

Um modelo de negócios novo também é importante para se adequar à nova realidade de explosão cultural que ocorre atualmente. Como exemplo dessa explosão, tem-se a produção musical, que passou de 11 milhões de músicas em 2011 para 100 milhões de músicas em 2012 ⁴. Um modelo de negócios tradicional da indústria cultural, em que grandes estúdios selecionam quais cantores e músicas serão promovidos, não conseguirá atender a toda a essa demanda. Os espaços democráticos de divulgação promovidos pela cultura livre, no entanto, são. A plataforma Bandcamp ⁴, por exemplo, permite que músicos estabeleçam espaços para a venda de seus trabalhos e também permite download livre ou pago de acordo com a vontade do usuário. É impressionantemente, em 40% das vezes os usuários estão dispostos a pagar além do preço sugerido para o download ⁴.

Conclusão

A internet não deve ser vista como uma inimiga para o mercado cultural, mas como um veículo crucial para a cultura e informação. De fato a internet, possibilita que mais pessoas sejam capazes de mostrar e divulgar o seu trabalho de forma livre, o que tira o poderio da tradicional indústria cultural. No entanto, a internet é um meio de comunicação de sucesso e o seu livre compartilhamento é aprovado pelos usuários. Cabe aos empresários adaptarem seu modelo de negócios a essa nova realidade.

Referências:

(1)<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDR75360-6014,00.html> acessado 03/12/2012

(2) <http://pt.wikipedia.org/wiki/Napster> acessado 03/12/2012

(3)<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2002-11-22/pirataria-e-contrabando-causam-prejuizo-anual-de-us-20-bilhoes-ao-pais> acessado 04/12/2012

(4)https://docs.google.com/document/d/1Qtoe_7a7qMlfmR7L8DueyLqtXxZwMYiRQycoHRyhVkM/edit?pli=1 acessado 04/12/2012