

PROBLEMA DE PESQUISA

Como uma Lei que visa promover inovação e, por conseguinte, desenvolvimento, após 10 anos de promulgação sofre um novo marco legal e continua sem alcançar o que se propõe.

OBJETIVO

Demonstrar que um novo marco legal da Lei da Inovação não traz inovação sem que exista a atuação dos atores necessários para o desenvolvimento: Empresa, Universidade e Governo.

MÉTODO

Método Hipotético-Dedutivo: através das evidências empíricas (pesquisa no NIT e Agência de Fomento e outros) para confirmar a hipótese (não é uma nova lei que contribuirá com o desenvolvimento)

DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

O presente artigo visa demonstrar a modificação do paradigma no que tange ao controle da produto final de uma pesquisa incentivada ou beneficiada nos termos da Lei de Inovação e do Bem.

No país que na última década: de 2000 a 2010, criou 75.517 leis, o que dá 18 leis por dia desde o ano de 2000, tenta-se inovar com mais uma lei para regulamentar e incentivar a inovação no Brasil. A Lei nº 10.973, de 2 dezembro de 2004, dispôs sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, sendo alterada pela Lei nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016, muito em função da Emenda Constitucional nº 85, de 26 de fevereiro de 2015.

Como a maioria das leis promulgadas em solo tupiniquim, a falta de clareza e agilidade dos órgãos estatais, não gerou uma alteração tão inovadora no mercado como pretendeu o legislador. Como o bom exemplo do pato – que nada, voa e anda mal – a Lei da Inovação não conseguiu melhorar o panorama inovador no Brasil, mudou a regra do jogo no meio de uma crise e não trouxe consigo um aprimoramento dos setores públicos que irão auxiliar nesse processo de apoio à pesquisa.

De acordo com a Pintec (Pesquisa de Inovação Tecnológica, divulgada pelo IBGE), a quantidade de companhias que declararam ter introduzido pelo menos uma

inovação em seus projetos aumentou apenas 5%, passando de 33,4% entre 2003 e 2005 para 38,4% entre 2006 e 2008, segundo o último balanço.

No presente trabalho se utiliza de um caso concreto para ilustrar como o benefício fiscal, que visa fomentar a inovação, pode gerar um prejuízo financeiro para outros ramos empresariais.

Conforme o relatório “Números de investimento em mídia online 2013-2014”, disponível no site da IAB Brasil¹, o Brasil “o mercado publicitário na Internet em 2013 atingiu 25.9% de crescimento e obteve aproximadamente R\$ 5,75 bilhões, consolidando-se como o segundo maior meio em participação no bolo publicitário, ultrapassando jornais e ficando atrás apenas da TV”²

Por sua vez, a agência de marketing social *We Are Social* divulgou o relatório *Digital, Social e Mobile* de 2015, que mostra as estatísticas completas de uso de internet em 2014. No caso específico do Brasil, ficou demonstrado que a população brasileira é uma das maiores usuárias da *internet*, principalmente a *internet mobile* – o que aumenta aproximação com a tecnologia.

E ainda, retornando ao relatório do IAB Brasil, o consumo semanal de mídia, 14 horas ou mais por semana, aumentou 38% no item “internet (navegando)”.

Portanto, somando os dados chega-se a conclusão que comercializar um espaço no *site* se tornou uma fonte de renda.

Ocorre que no ano de 2002, Henrik Aasted Sorensen criou o *plug-in Adblock*. Passado 4 (quatro) anos, Wladimir Palant aprimorou o programa e lançou o *AdBlock Plus*, e menos de um ano depois o *plug-in* se tornou um dos mais adquiridos pelos usuários do navegador *Firefox*³.

Segundo consta no *site* da *Google*, o *AdBlock* é a extensão mais popular do navegador *Chrome*⁴.

Com mais de 200 milhões de downloads e contando, *AdBlock* é uma extensão livre que bloqueia anúncios intrusivos em páginas web, enquanto ajuda a proteger contra malware e rastreamento. Nós mencionamos que o *Adblock* é gratuito? As doações são incentivadas, mas nunca são obrigatórias.⁵

1O IAB Brasil promove o intercâmbio – nacional e internacional – de experiências e conhecimentos técnicos através de cursos, palestras, publicações, artigos e pesquisas cujos resultados sejam de interesse comum ao mercado.

2Disponível em: <<http://iabbrasil.net/conteudos/pesquisas>>. Acesso em 17 jul. 2017.

3Navegador desenvolvido pela Mozilla Corporation (US).

4Navegador desenvolvido pela Google (US).

5<https://chrome.google.com/webstore/detail/adblock/gighmmpiobklfepjocnamgkkgbiglidom?hl=pt-BR>

Para um melhor entendimento do estudo, é necessário explicar que o *AdBlock* tem a função de tornar a navegação mais limpa, ou seja, ao acessar um *site* de um jornal, o usuário não visualizará os anúncios disponíveis naquela página

Portanto, com a instalação do *plug-in*, automaticamente toda a publicidade (ou boa parte dela) é excluída do campo visual do usuário.

Apesar do seu desenvolvimento ter sido sem auxílio financeiro, e que para adquirir o *plug-in* o usuário não arca com nenhum custo, utilizo o *AdBlock* como acessório para demonstrar como novas tecnologias que beneficiam muitos usuários (o que se vê), geram um prejuízo (o que não se vê) enorme para os *sites* de jornais e demais páginas que contenham anúncios e são bloqueadas pelo *plug-in AdBlock*.

A crescente preocupação pela privacidade no ambiente digital, gera produtos inovadores, mas conflitantes com a finalidade do incentivo fiscal para inovação, qual seja essencialmente o desenvolvimento econômico.

CONCLUSÕES

Espera-se que fique claro para o leitor, que é de suma importância um estudo anterior ao investimento beneficiado pelo incentivo fiscal, para que fruto da pesquisa incentivada não seja prejudicial. Porquanto o Estado renúncia de uma receita para fomentar o desenvolvimento econômico.

O qual por sua vez, não terá o devido alcance se o resultado da pesquisa beneficiada (o que se vê) ocasionar prejuízo em determinado seguimento empresarial (o que não se vê). Pois, considerando o exemplo utilizado no presente artigo, e conforme um estudo elaborado pela empresa de marketing Juniper Research, existe a expectativa de prejuízo de bilhões de dólares em lucro nos próximos quatro anos no setor de mídia digital, em função de produtos inovadores.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <<https://goo.gl/6ueXqp>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

_____. Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. Disponível em: <<https://goo.gl/z5MrTk>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

_____. Lei nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação e altera a Lei no 10.973, de 2 de dezembro de 2004, a Lei no 6.815, de 19 de agosto de 1980, a Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a Lei no 12.462, de 4 de agosto de 2011, a Lei no 8.745, de 9 de dezembro de 1993, a Lei no 8.958, de 20 de dezembro de 1994, a Lei no 8.010, de 29 de março de 1990, a Lei no 8.032, de 12 de abril de 1990, e a Lei no 12.772, de 28 de dezembro de 2012, nos termos da Emenda Constitucional no 85, de 26 de fevereiro de 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/FTyCqB>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

_____. Decreto nº 5.563, de 11 de outubro de 2005. Regulamenta a Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004, que dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, e dá outras providências. Disponível em: <<https://goo.gl/LwBsn9>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

_____. Lei nº 8.010, de 29 de março de 1990. Dispõe sobre importações de bens destinados à pesquisa científica e tecnológica, e dá outras providências. Disponível em: <<https://goo.gl/BCD4LX>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

_____. Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005. Institui o Regime Especial de Tributação para a Plataforma de Exportação de Serviços de Tecnologia da Informação - REPES, o Regime Especial de Aquisição de Bens de Capital para Empresas Exportadoras - RECAP e o Programa de Inclusão Digital; dispõe sobre incentivos fiscais para a inovação tecnológica; altera o Decreto-Lei no 288, de 28 de fevereiro de 1967, o Decreto no 70.235, de 6 de março de 1972, o Decreto-Lei no 2.287, de 23 de julho de 1986, as Leis nos 4.502, de 30 de novembro de 1964, 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.245, de 18 de outubro de 1991, 8.387, de 30 de dezembro de 1991, 8.666, de 21 de junho de 1993, 8.981, de 20 de janeiro de 1995, 8.987, de 13 de fevereiro de 1995, 8.989, de 24 de fevereiro de 1995, 9.249, de 26 de dezembro de 1995, 9.250, de 26 de dezembro de 1995, 9.311, de 24 de outubro de 1996, 9.317, de 5 de dezembro de 1996, 9.430, de 27 de dezembro de 1996, 9.718, de 27 de novembro de 1998, 10.336, de 19 de dezembro de 2001, 10.438, de 26 de abril de 2002, 10.485, de 3 de julho de 2002, 10.637, de 30 de dezembro de 2002, 10.755, de 3 de novembro de 2003, 10.833, de 29 de dezembro de 2003, 10.865, de 30 de abril de 2004, 10.925, de 23 de julho de 2004, 10.931, de 2 de agosto de 2004, 11.033, de 21 de dezembro de 2004, 11.051, de 29 de dezembro de 2004, 11.053, de 29 de dezembro de 2004, 11.101, de 9 de fevereiro de 2005, 11.128, de 28 de junho de 2005, e a Medida Provisória no 2.199-14, de 24 de agosto de 2001; revoga a Lei no 8.661, de 2 de junho de 1993, e dispositivos das Leis

nos 8.668, de 25 de junho de 1993, 8.981, de 20 de janeiro de 1995, 10.637, de 30 de dezembro de 2002, 10.755, de 3 de novembro de 2003, 10.865, de 30 de abril de 2004, 10.931, de 2 de agosto de 2004, e da Medida Provisória no 2.158-35, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências. Disponível em: <<https://goo.gl/iMz53N>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

_____. Decreto nº 5.798, de 7 de junho de 2006. Regulamenta os incentivos fiscais às atividades de pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica, de que tratam os arts. 17 a 26 da Lei no 11.196, de 21 de novembro de 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/W7EgjB>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

MAZZUCATO, Mariana. O Estado Empreendedor – Desmascarando o Mito do Setor Público Vs. o Setor Privado. Portfolio – Penguin, 2014.

MICKLETHWAIT, John. A quarta revolução: A corrida global para reinventar o Estado. Portfolio – Penguin, 2015

PEREIRA, José Matias. Gestão de inovação: a lei de inovação tecnológica como ferramenta de apoio às políticas industrial e tecnológica do Brasil. São Paulo. RAE-eletrônica, 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/N9iEFE>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

SALIM, Marcel. Por que o Brasil não está no ranking das 100 cidades inovadoras. Exame.com. Disponível em: <<https://goo.gl/t16dY9>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

Pesquisa de Inovação. IBGE, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/9mErjz>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

MEDIATI, Nick. Adblock, Adblock Plus arrives for Windows 10 Insider users. PCWORLD. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/RyF1MR>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

LARKIN, Erik. Adblock Plus. PCWORLD. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/mdC4LX>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

Relatório – investimentos digitais. PWC e IAB US. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/JGyhyD>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

Relatório – números de investimento em mídia online 2013-2014. IAB Brasil. Disponível em: <<https://goo.gl/JGyhyD>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

Relatório – indicadores da internet no brasil – dados nov-2013. Comitê de Métricas de Audiência e Pesquisa de Mercado. Disponível em: <<https://goo.gl/JGyhyD>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

I Censo Legislativo 2005. Programa Interlegis. 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/FNM7jR>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

Relatório – digital retail marketing: coupons, advertising & consumer engagement 2016-2020 – Disponível em: <<https://goo.gl/rTgoxf>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

Relatório – worldwide digital advertising 2016-2020 – Disponível em: <<https://goo.gl/ioSdTx>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

Relatório – digital, social e mobile de 2015. A agência de marketing social We Are Social. Disponível em: <<https://goo.gl/HTBTgD>>. Acesso em: 13 jul. 2017.

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Acesso a internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. IBGE, 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/QC2Gtd>>. Acesso em: 13 jul. 2017.