

Getty Images reforça sua estratégia de competição on-line

Roberta Campassi

Entre no Flickr, um dos maiores sites de compartilhamento gratuito de imagens na internet, e digite "Ipanema", por exemplo. Você vai encontrar cerca de 42.460 fotos tiradas por milhares de pessoas, entre amadores e profissionais. Depois, vá ao site da Getty Images, empresa que tem o maior banco de imagens à venda do mundo, e faça a mesma busca. Você vai achar 503 arquivos assinados apenas por profissionais.

Numa época em que qualquer pessoa pode fazer fotos e filmes e oferecê-los pela internet, bancos de imagens como a Getty ganharam inúmeros rivais. A força de alguns deles, como Flickr e YouTube, vem do fato de possuírem uma enorme quantidade de material e de permitir acesso gratuito, embora a reprodução dos conteúdos não seja liberada.

A Getty, que reúne 3 mil fotógrafos e mais de 3,5 bilhões de fotos, resolveu unir-se ao Flickr, pertencente ao Yahoo, antes que ele se tornasse um verdadeiro concorrente. Em agosto, as duas empresas firmaram uma parceria por meio da qual a Getty selecionará imagens contidas no Flickr para serem vendidas. O site já tem mais de dois bilhões de imagens e permitirá à Getty ampliar seu acervo. Ao mesmo tempo, o Flickr e seus usuários poderão ganhar receita.

"Até o fim do próximo semestre, um batalhão de pesquisadores estará vasculhando talentos no Flickr", conta Ana Clara Cenamo, diretora comercial da Getty Images no Brasil. "Depois, vamos entrar em contato com esses usuários e oferecer um proposta de licenciamento das imagens." Ainda não foi definido se as fotos serão compradas no Flickr ou no site da Getty.

Serão oferecidos dois tipos de licenciamento. Sob o primeiro, as fotos de maior qualidade e valor artístico terão direitos reservados, podendo ser alugadas. O preço cobrado tende a ser alto e variável, conforme o tempo e o fim definidos para o uso da imagem. No segundo modelo, serão escolhidas as fotos "menos especiais em termos criativos", diz a executiva. Elas estarão isentas de royalties, serão muito mais baratas e poderão ser vendidas. O comprador ficará livre para explorar a imagem pelo período e com o objetivo que quiser. Essa segunda modalidade deverá introduzir a Getty num mercado de fotos mais baratas, hoje disputado por dezenas de bancos de imagens, alguns dos quais permitem o uso das imagens gratuitamente ou as vendem por US\$ 1.

Na semana passada, a Getty deu mais um passo para ampliar seu acervo ao adquirir a Jupiterimages, terceiro maior banco de imagens depois da própria Getty e da Corbis, controlada por Bill Gates. O valor do negócio é de US\$ 96 milhões. "A compra nos fortalece como líderes mundiais e nos dá a acesso a um portfólio de alta qualidade", diz Ana.

O objetivo da empresa também é ampliar o acervo no Brasil. A idéia é expandir as parcerias que a Getty já tem com agências de fotos locais e contratar mais profissionais no país, especialmente fotógrafos. "Em 2009, começa uma empreitada grande para aumentar a produção local", diz Ana. "Já com o Flickr vamos conseguir suprir um pouco dessa carência de conteúdo brasileiro e sul-americano."

Ana também vislumbra um aumento da oferta de pacotes que reúnem fotos, vídeos e músicas sobre diversos temas, voltados para mídia impressa, internet ou TV. Cerca de 90% da receita global da Getty em 2007, de US\$ 860 milhões, veio da venda de fotos, mas o plano é elevar gradualmente a participação de vídeos e música.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 27 out. 2008, Empresas & Tecnologia, p. B2.