



Universidade Federal do Pampa

**Campus Santana do Livramento
Graduação em Administração
Trabalho de Curso**

**PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADE PELO CONSUMO DE PRODUTOS PIRATAS E
FALSIFICADOS: análise do discurso foucaultiana com consumidores da
Fronteira da Paz (BR-UY)**

Autoria: Fernando Araújo Braz

Orientador: Prof. Dr. Igor Baptista de Oliveira Medeiros

Resumo: Esse estudo buscou compreender como se constitui a subjetividade do consumidor de produtos piratas e falsificados residente na fronteira de Santana do Livramento e Rivera – Brasil/Uruguai. Para tanto, foi realizado um grupo focal composto por sete participantes, fornecendo subsídios de pesquisa a partir de discussões sobre notícias relacionadas ao consumo de produtos piratas e falsificados, utilizadas para alimentar os diálogos dos participantes e para realizar a análise do discurso foucaultiana. Os principais resultados apontam que os indivíduos se concentram em um *continuum* entre dois perfis, sustentados pelo enunciado do sentimentalismo (O colecionador) ou pela vontade cética de obter status através do consumo (O ostentador). Nesse intermeio, há aquele que faz uso de práticas de consumo com produtos ilegais para suprir uma necessidade constituída pelo enunciado da eficiência. Outro fator representativo na constituição da verdade dos indivíduos foi a forma egoística que recai na estilística do viver praticada por eles, na qual se voltam para si e consomem baseados em ganhos utilitários e benefícios próprios. Em contrapartida, esse egoísmo pautado no enunciado do individualismo também ajuda a pensar uma subjetividade que se alicerça no consumo considerado ilícito para engendrar práticas de liberdade que resistem ao poder subjetivante do Estado que tenta incessantemente impor leis e regras de conduta que coíbem práticas de consumo não reconhecidas como moralmente corretas ao olho do poder.

Palavras-chave: Subjetividade. Consumo. Produtos piratas e falsificados. Análise do discurso foucaultiana.

**SUBJECTIVITY PRODUCTION BY THE CONSUMPTION OF PIRATE AND FAKE
PRODUCTS: Foucaultian discourse analysis with consumers of the Border of
Peace (BR-UY)**

Abstract: This study aimed to understand how is constituted the subjectivity of pirate and counterfeit consumers of Santana do Livramento and Rivera (Brazil/Uruguay)

border. Thus, we held a focus group of seven participants, providing research grants from discussions on news related to the consumption of pirated and counterfeit products, used to feed participants' dialogues and to conduct Foucaultian discourse analysis. The main results indicate that individuals concentrate on a continuum between two profiles, supported by the enunciation of sentimentality (the collector) or by the skeptical desire to obtain status through consumption (the ostentatious). In this continuum, there is the consumer that makes use of consumption practices with illegal products to supply a need constituted by the enunciation of efficiency. Another representative factor in the constitution of the truth of these individuals was the selfish form that falls into their stylistic way of life, in which they turn to themselves and consume based on utilitarian gains and their own benefits. On the other hand, this selfishness based on the enunciation of individualism also helps us think of a subjectivity that is based on consumption considered illicit to engender practices of freedom that resist the subjective power of the State that constantly tries to impose laws and rules of conduct that restrain practices not recognized as morally correct in the eye of power.

Keywords: Subjectivity. Consumption. Pirate and counterfeit products. Foucauldian discourse analysis.

PRODUCCIÓN DE SUBJETIVIDAD POR EL CONSUMO DE PRODUCTOS PIRATA Y FALSOS: Análisis del discurso foucaultiano con los consumidores de la Frontera de la Paz (BR-UY)

Resumen: El objetivo de este estudio fue comprender cómo se constituye la subjetividad del consumidor pirata y falsificado de la frontera de Santana do Livramento y Rivera - Brasil / Uruguay. Con este fin, se proporcionó un grupo focal de siete participantes, que otorga becas de investigación a partir de debates sobre noticias relacionadas con el consumo de productos pirateados y falsificados, utilizados para alimentar los diálogos de los participantes y llevar a cabo análisis del discurso foucaultiano. Los resultados principales indican que los individuos se concentran en un continuo entre dos perfiles, apoyados por la declaración de sentimentalismo (el coleccionista) o por el deseo escéptico de obtener el estatus a través del consumo (el ostentoso). Mientras tanto, hay una que hace uso de prácticas de consumo con productos ilegales para satisfacer una necesidad constituida por la declaración de eficiencia. Otro factor representativo en la constitución de la verdad de los individuos fue la forma egoísta que cae en su estilo de vida estilístico, en el que se vuelven hacia sí mismos y consumen en función de las ganancias utilitarias y sus propios beneficios. Por otro lado, este egoísmo basado en la declaración del individualismo también nos ayuda a pensar en una subjetividad basada en el consumo considerado ilícito para engendrar prácticas de libertad que resistan el poder subjetivo del estado que constantemente trata de imponer leyes y reglas de conducta que restrinjan las prácticas desmesuradas. reconocido como moralmente correcto a los ojos del poder.

Palabras-clave: Subjetividad. Consumo. Productos piratas y falsificados. Análisis del discurso foucaultiano.

1 INTRODUÇÃO

Ao caminhar pelas ruas da cidade, é comum ver os mais diferentes vendedores ambulantes com seus produtos à mostra, tanto em barracas quanto em adereços pendurados pelo corpo para fácil identificação dos consumidores. Visto a facilidade de se encontrar e identificar os vendedores e os produtos que os mesmos expõem para a venda, quando se aproxima deles que se estendem até o anoitecer vendendo produtos piratas e falsificados, oferecendo um produto confiável e de preço relativamente baixo ao que normalmente é vendido em lojas. Diante deste cenário cercado dos mais diferentes vendedores, é possível se deparar com a situação de um policial fardado estar em frente a uma barraca. Logo, pode-se pensar que está ocorrendo algum tipo de apreensão ou fiscalização, visto que é sabido pela população que é algo proibido. No entanto, é comum ver até os responsáveis que supostamente deveriam coibir tais atos fazendo uso e consumo dos mesmos, disseminando o ato corriqueiro que é para o cidadão ordinário que vê essa prática se repetindo diversas vezes sem algum tipo de represália.

Esta narrativa de um dia normal que pode expressar o dia-a-dia de qualquer brasileiro mediano, mesmo quando destaca fatos que poderiam fugir da realidade, visto as leis que regem o país. No entanto, Costa e Sant'Anna (2008) corroboram com o que foi expressado através do relato de campo em seu estudo, que se encontrou aqueles que deveriam dar o exemplo, como praticantes ativos do consumo de produtos piratas e falsificado, demonstrando que é algo quase natural ao olhar da sociedade atual.

A naturalidade no consumo dos produtos piratas e falsificados se faz presente nos diferentes estratos sociais. Quanto a isso, Novelli e Soares (2015) consideram que, independente da classe social em que o consumidor se encontra, o hábito está tão difundido que o indivíduo mesmo possuindo poder aquisitivo para a compra de produtos originais, não demonstra uma justificativa específica para continuar adquirindo aquilo que é ilegal perante a legislação regente no Brasil. Isso também vai ao encontro do que Martins et al. (2011) encontraram nos resultados de suas pesquisas.

Este problema se torna cada vez mais comum pelo fato do brasileiro encarar o delito como algo de menor importância, estando essa prática embendada na gênese sociocultural do País. Em outras palavras, desenvolveu-se historicamente o ato consciente e deliberado de que burlar o sistema ou fraudar é algo de esperteza, levando o mercado a crescer e ser uma opção de acessibilidade aos preços e disponibilidade de produtos (QUINTAL, 2003). Assim, temos a ancoragem no preço como fator decisivo para maioria dos casos de consumo de produtos piratas e falsificados. Porém, alguns estudos abordam uma visão que remete à questão de pertencimento e uma questão mais social do problema, na qual os indivíduos consomem esses tipos de produtos buscando pertencer a certos grupos (GOMES, STREHLAU; MARTINS, 2011; TIDEY, 2015; DURÃES, SPERS, SPERS, 2009; SOUZA et al., 2014).

Baseando-se nos estudos anteriormente citados, percebe-se a necessidade de um estudo realizado em uma cidade de fronteira terrestre, geograficamente interligada, o que facilita o acesso a produtos vindos por meio de contrabando, entre outras formas ilícitas (ALMEIDA et al., 2017). Como Grimson (2005) menciona, nessas cidades, há pessoas que residem ali somente para o transporte de produtos ilegais de um lado ao outro da fronteira.

A fronteira de Santana do Livramento (BR) e Rivera (UY), é um caso muito específico quando se trata de uma geografia propícia a estes atos ilícitos, devido à sua estrutura interligada que faz com que as duas cidades tornem-se uma só a olhos nu pela linha divisória invisível, traduzindo em uma economia e cultura entrelaçada (DORFMAN, 2007; ASSEF, 2009).

Tendo em vista os fatores anteriormente citados, para uma melhor compreensão sobre por que o indivíduo consome produtos piratas e falsificados nesta região de fronteira, torna-se relevante estudar como ele se constitui, buscando compreender este sujeito que consome. É importante frisar que nessa produção de subjetividade influenciada pelo consumo, considera-se o sujeito como Foucault (2001b) traz em sua visão de um sujeito em constante transformação e não um ser essencialista, desvinculando-o, assim, de um sujeito dado ou completo, mas abordando sua história e as verdades que lhe constituem. Em outras palavras, entender como esse sujeito se constitui a partir das relações que estabelece com as verdades do período histórico em que vive (FOUCAULT, 2001a).

Baseando-se neste contexto, faz-se necessário investigar esse sujeito como um ser composto por diversos fatores que o influenciam a todo momento fazendo com que ele seja adaptativo às diferentes formas de interação que ocorrem durante sua história, formando um indivíduo situado e circunstancial aos períodos de sua vida (FOUCAULT, 2001b). Possibilitando, assim, que se analisem em um momento posterior quais efeitos são gerados a partir do consumo destes produtos piratas e falsificados, com base na resposta do questionamento que é: **Como se constitui a subjetividade do consumidor de produtos piratas e falsificados na fronteira de Santana do Livramento e Rivera – Brasil/Uruguai?**

A partir dessa questão, tem-se como objetivo geral: compreender como se constitui a subjetividade do consumidor de produtos piratas e falsificados residente na fronteira de Santana do Livramento e Rivera – Brasil/Uruguai. Para tanto, busca-se como objetivos específicos: a) identificar as práticas dos consumidores residentes na fronteira estudada com relação à compra de produtos piratas e falsificados; b) analisar como ocorrem as relações desses sujeitos com as verdades do consumo de produtos piratas e falsificados na fronteira; c) observar como o consumo de produtos piratas e falsificados se relaciona com as práticas de liberdade e de resistência percebidas por esses sujeitos.

O presente estudo buscou expandir o conhecimento acerca do tema abordado, pois a pirataria e o consumo de produtos piratas e falsificados se tornaram uma questão premente no cotidiano das pessoas no mundo inteiro, ora causando déficit nas arrecadações de impostos de países por todo o globo ora possibilitando alternativas informais de renda para vários cidadãos. Assim, a relevância do estudo se faz pela necessidade de compreender o indivíduo que consome estes produtos e não vê problema em continuar com seu uso.

Além disso, como Foucault (2014a) expressa, os fatos mais banais devem ser estudados de forma que, não necessariamente busquem entender o que gera tal acontecimento, mas buscar o que está ligado a ele e o torna algo tão específico ou original. “O trabalho do pensamento não é denunciar o mal que habitaria secretamente em tudo o que existe, mas pressentir o perigo que ameaça em tudo o que é habitual e tornar problemático tudo o que é sólido.” (FOUCAULT, 2014b). Além disso, a diversidade metodológica nos estudos de consumo faz com que se enriqueça a área de pesquisa abordada, além de fomentar o pensamento criativo e diversificar os corpos docentes nas universidades produtoras de conhecimento (AYROSA, 2013).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta etapa foi construída a base para o entendimento acerca do assunto, passando pelas formas que o Estado possui de intervir e coibir com as práticas do consumo de produtos piratas e falsificados e a conceituação dos termos utilizados, assim como as práticas de resistência que abrangem este tipo de consumo. Por fim, apresentam-se as práticas de resistência como formas de subjetivação.

2.1 Consumo ilegal, pirataria e falsificação: definições e contextualização no Brasil

O item pirata é compreendido como uma reprodução ou cópia de uma parte ou do todo de uma obra intelectual, assim como de uma música, software, livros, entre outras obras de propriedade intelectual, sem a autorização do respectivo detentor dos direitos autorais das mesmas, induzindo o consumidor à compra de determinado produto ou se referir ao mesmo em detrimento do original (ORRICO JÚNIOR, 2004).

Já Lai e Zaichkowsky (1999) apontam o produto pirata também como uma falsificação, com a diferenciação que o pirata não busca enganar o consumidor, levando em consideração que ele possui uma consciência que está adquirindo uma cópia não autorizada do item original.

Já os autores supracitados, identificam o produto falsificado como uma cópia 100% fiel ao produto original, com uma qualidade inferior que busca enganar o consumidor para que o mesmo acredite na originalidade do item. Corroborando a Kotler e Keller (2012), que aborda o produto falsificado como quando se faz uma cópia do produto idêntica ao líder e a embala para a comercialização no mercado ilegal, com a premissa de que os indivíduos entendam como um produto licenciado.

Além disso, há confusão entre o descaminho e o contrabando, pois o primeiro é o ato de iludir todo ou parte da taxa ou preço da mercadoria, como por exemplo, a entrada de produtos pela fronteira sem a declaração para a receita federal; já o contrabando é o ato de importar ou exportar produtos que pela legislação são ilegais dentro de determinado país, como armas e drogas proibidas (ALMEIDA et al., 2017).

Assim, entende-se que a falta de qualidade dos produtos piratas e falsificados é apenas um dos fatores que prejudicam o mercado como um todo, visto que, quando se compra algo vindo deste meio acaba-se por alimentar o crime organizado de diferentes maneiras, já que os mesmos veículos utilizados para a inserção destes itens para o consumo estão diretamente ligados a outros tipos de contrabando, que levam armas e drogas para dentro dos países (QUINTAL, 2003). Outro problema gerado pelo consumo deste tipo de produto ilícito é a diminuição nas contratações de empresas que acabam por deixar de vender e conseqüentemente tendo a necessidade de fazer cortes, gerando desemprego de trabalhadores com carteira assinada. Por fim, deixa-se de recolher impostos para o governo investir em programas para o bem-estar e desenvolvimento geral da sociedade (ALMEIDA et al., 2017). Esses problemas podem ser sintetizados no que se convencionou chamar da tríade dos impactos da economia subterrânea, ou seja, do mercado ilegal: crime, trabalho e tributo.

No Brasil, o combate a essas práticas parte da Lei nº 9609/98 e Lei nº 9610/98 que dão suporte às propriedades intelectuais e aos direitos autorais, com as ações cíveis para a reparação do dano causado pelos atos ilegais. Tendo como

suporte o Decreto-lei 2848/40 do código penal, que traz as ações penais decorrentes do crime de pirataria, abrangendo toda e qualquer pessoa que compra, vende, distribui ou tem sob sua posse item que é fruto de cópia de obras intelectuais sem a devida autorização dos detentores do direito autoral.

No Uruguai, enquadrando na mesma situação de quem infringe os direitos autorais, é previsto na Ley 9.739 que estará protegido o direito moral do autor de toda criação literária, científica e artística, assim, concedendo o direito do domínio de suas obras, sujeitos ao direito comum e os artigos presentes na lei (URUGUAY, 2019).

No caso brasileiro, com suporte das leis de 1998 e a alteração do Decreto-lei 2848/40 realizada em 2003, há também a abertura do Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNCP) no ano de 2004. Assim, especificamente no dia 14 de outubro de 2004, constata-se a criação do CNCP para atuação no combate ao contrabando. Ele surge como uma solução à sugestão levantada na CPI da Pirataria, que serviria como um órgão de inteligência para o combate da ilegalidade desta prática, com a criação e implantação de políticas públicas, contando com representantes da sociedade civil de diferentes esferas (BRASIL, 2003).

Já em maio de 2013, publicado pela Portaria nº 2.114 foi divulgado o III Plano Nacional de Combate à Pirataria (2013-2016) lançado pelo Ministro da Justiça, em que se reconhece a necessidade constante de aperfeiçoar as ações públicas e privadas que tem como foco inibir a pirataria, tendo como alicerce principal três fundamentos: o educacional, o econômico e o repressivo (BRASIL, 2004).

No dia 27 de fevereiro de 2019, foi realizada uma reunião ordinária pelo agora chamado Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos Contra a Propriedade Intelectual (CNCP), na qual foram divulgados os trabalhos já realizados pelo Conselho, e foi dada a posse dos novos membros conselheiros e colaboradores para a gestão nos anos de 2019 a 2021. Também como foco das ações a serem tomadas na nova gestão, além da criação de uma nova comissão especial voltada aos cigarros, há atuação de comissões especiais nos setores de E-Commerce, Publicidade Online e Meios de Pagamento e Hardware (BRASIL, 2019).

Como parte das ações que buscam combater a prática e o consumo de produtos piratas e falsificados, foi criado no Brasil em 2006 o Fórum Nacional Contra a Pirataria e Ilegalidade (FNCP), que é uma associação civil sem fins lucrativos, sendo a maior associação brasileira focada exclusivamente para combater a ilegalidade, sendo formada por entidades setoriais empresariais, empresas e sindicatos, que representam as maiores indústrias afetadas por este problema econômico, buscando unir forças para diminuir o contrabando, descaminho, entre outras práticas que abrangem este delito (FNCP, 2006).

O CNCP relatou através da Secretaria da Receita Federal, um total de R\$ 392.082.175,05 apreendidos no ano de 2002 passando por uma crescente até o ano de 2005 onde registrou R\$ 596.069.917,51. Segundo o relatório, os principais produtos apreendidos pela Secretaria da Receita Federal (SRF) foram liderados por cigarros e similares, totalizando 102.978.820 maços no valor de 71,2 milhões de reais, seguido por produtos de informática que somaram 49,6 milhões de reais (BRASIL, 2006).

O Departamento de Polícia Federal apurou em 2005 os dados sobre apreensões de pessoas por contrabando em relação aos produtos, e o número aumentou cerca de trinta vezes comparado ao ano de 2004, sendo 39 pessoas envolvidas no ano de 2004 com aumento para 1200 presos no ano de 2005. Já os

produtos apreendidos, segundo informações do Setor Fonográfico da ABPD, no ano de 2004, registraram-se 15.642.189 CDs e DVDs somando virgens e gravados. Já no ano seguinte, estes mesmos produtos somaram 30.523.452 apreendidos (BRASIL, 2006). Além disso, a pesquisa do Fecomércio RJ (2017) apontou que 77% dos respondentes de sua pesquisa se encontram entre 16 e 44 anos, demonstrando um público jovem que consome estes produtos, na qual 97% aponta o preço mais baixo como motivador desta compra.

2.2 Práticas de resistência como subjetivação pelo consumo

As relações de poder podem se manifestar de forma institucionalizada, através da moda ou dos costumes, e apresentam os graus de liberdade que podem ser caracterizados pelo custo reacional que uma determinada forma de resistência ao poder gera como custo econômico, ou seja, uma relação de poder (FOUCAULT, 2014a).

Partindo da abordagem supracitada, Foucault (1988) enfatiza que prazer e poder não se anulam, e caminham de forma conjunta ao ponto de se entrelaçarem e redobrar a cada encontro, incitando e mostrando que não são questões antagônicas. Assim, as práticas de resistência da sexualidade passaram a ser muito mais suscetíveis à aplicação da lei e das normas estabelecidas, do que às verdades do indivíduo (FOUCAULT, 1988).

A resistência a uma informação ou a alguma ação, como Foucault (1988) expressa, pode advir da tentativa de esquivar-se, barrar o acesso, mascarar, dentre outras formas de impedir que seja feita uma relação com a verdade, no entanto, não querer reconhecer ainda é uma faceta da vontade do saber a verdade.

As influências que o indivíduo sofre, rompendo com o pensamento e as atitudes que possuía, advêm de diferentes interações que são frutos de cortes em sua linha existencial, ocorrendo a qualquer momento quando se choca um segmento pessoal do indivíduo (saúde/doença, riqueza/pobreza, emprego/desemprego) com um evento social ocorrido (queda na bolsa, mudança de regime governamental, crise econômica), gerando uma nova concepção a partir deste momento (DELEUZE; PARNET, 1998).

Também destacam Deleuze e Parnet (1998) que o momento em que tudo está bem e tudo parece que vai se resolver na linha existencial do indivíduo, é quando surge a inquietação e acontece a fissura, marcando uma diminuição da resistência ou um aumento significativo da mesma. O que se suportava já não é mais possível e o nível de exigência se altera.

Outra forma que influencia a subjetivação dos indivíduos é a máquina abstrata que rege o poder convergindo em formas de inibir e homogeneizar a sociedade mantendo a ordem de uns sobre os outros. No entanto, esta máquina não depende do Estado para sobrecodificar os segmentos, mas sua eficiência depende da imposição do poder que o Estado detém (DELEUZE; PARNET, 1998). Portanto, as relações de poder não estão exteriorizadas na sociedade, e sim imanentes nos indivíduos, provenientes de desigualdade e desequilíbrios que acabam produzindo este efeito, não sendo adquiridas ou algo que possa ser guardado como um bem (FOUCAULT, 1988).

Ao mesmo tempo em que as relações de poder transitam entre os tecidos da sociedade, moldando a maneira como se compõem os indivíduos, a resistência permeia o mesmo campo sendo o contraponto natural deste fenômeno, visto que, onde há poder há resistência. A multiplicidade dos pontos de resistência só pode

existir a partir do momento que as relações de poder são estabelecidas, habitando o mesmo campo existencial, pois a relação de poder só se mantém como forma de contrapor a resistência que gera as revoltas e promove rupturas (FOUCAULT, 1988).

A relação de poder-saber está vinculada ao discurso, e deve ser avaliado de forma descontínua e interpretado pelo contexto do indivíduo, pois não existe certo ou errado, mas sim uma multiplicidade de estratégia e verdades que se escondem por trás destas práticas, visto que, o discurso pode veicular e produzir poder ou resistência (FOUCAULT, 1988).

A resistência (*enkrateia*) é a prática moral de ter controle de si sobre si mesmo, em que se possui conhecimento dos prazeres e desejos e, mesmo assim, mantém-se uma posição em resistir, sabendo discernir o que é certo e errado e optando por fazer a escolha correta (FOUCAULT, 1988b).

Já a *akrasia* é a prática do indivíduo que não possui forças para lutar contra seus desejos e prazeres, ou até mesmo que não parou para refletir sobre suas ações e práticas, assim continuando por realizá-las (FOUCAULT, 1988b).

Também como forma de subjetivação do indivíduo, a dietética consiste no regime adotado de regras pessoais, voluntárias e refletidas, utilizando de diferentes práticas para constituir seu território existencial, resistindo e compondo sua subjetividade (FOUCAULT, 1988b). Por isto, o ser humano se destaca pelo cuidado de si e as atitudes que o mesmo toma em função de sua ética, diferente dos animais que possuem tudo o que é necessário para sua vida de forma natural sem questionamento sobre como agir em relação a isso, sem precisar se ocupar consigo mesmo (FOUCAULT, 1985).

Por vezes, o indivíduo pode se colocar em um regime mais austero, privando-se de alguns desejos em prol de sua constituição moral e esse autocontrole na relação consigo mesmo está ligado à importância e o respeito a si, conferindo aos seus aspectos a forma que rege sua conduta pessoal na relação com os outros (FOUCAULT, 1985).

Para agir de forma ética, há diversas maneiras de realizar estas práticas de cuidado de si, no entanto elas derivam da maneira como o indivíduo está, seja conforme ou divergente das regras sociais e morais de conduta. Estas diferentes formas de agir diante das regras constituídas pela sociedade, é compreendida por Foucault (1988b) como a sujeição, que é a forma com que o indivíduo entende e se sente vinculado a seguir estas regras. Todavia, para além da sujeição às verdades sociais que lhe são alheias, há diferentes formas com que o sujeito elabora seu trabalho ético, condizendo com o seu desejo de adquirir uma conduta moral que ele compreende como adequada para si, ao invés de tentar se enquadrar em uma regra já estabelecida. Sendo assim, a ética do cuidado de si como prática de liberdade se dá por via de um entendimento pessoal, de uma constituição voluntária e refletida pelo indivíduo em seu processo sócio-histórico (FOUCAULT, 1988b).

2.3 Práticas de consumo como resistência

Para Foucault (2014b), práticas de resistência à determinada situação ou momento é também uma forma de exercer uma relação de poder. A resistência se engendra quando é encontrada uma força que tende para um lado em disputa e cresce nessa direção não havendo outra possibilidade se não a passividade, ou seja, a submissão, ou a busca por resistir (FOUCAULT, 2014a).

Assim, resistir está muito relacionado com a conduta frente às manifestações de poder. O poder, segundo Foucault (2014a), é uma forma de

conduzir os indivíduos a uma maneira de se comportar diante de mecanismos de coerção, ou seja, a forma como o indivíduo se comporta neste meio de possibilidades estritas. No entanto, as relações de poder estão muito mais voltadas à interação entre os indivíduos, e muito menos atreladas à violência, atribuindo ao governo estruturar o campo de ação dos mesmos, normatizando-os; já que para Foucault (2014a) onde não há liberdade não se pode considerar como uma relação de poder, mas sim um estado de dominação, ou seja, só se mantém uma relação de poder sobre sujeitos livres. A resistência se configura, então, como uma soberania de si, ou seja, o poder da liberdade de escolha, pois o campo da liberdade é a práxis, na qual se exerce a criatividade e formas de socialização.

Essa resistência é evidenciada por Foucault (2001a) como algo repudiado pelos detentores de poder, que utilizavam de formas coercivas para isolar os indivíduos da sociedade, criando uma visão hegemônica da verdade que deveria ser seguida. Em contrapartida, estes problemas declarados pelo Estado acabam por gerar uma reação em cadeia, pois os indivíduos que consomem produtos alternativos, dentre eles também os piratas e falsificados, justificam-se como uma espécie de boicote à alta taxaçoão que o governo impõe sobre o mercado, em que os produtos originais acabam por ter preços muito elevados comparados à venda dos mesmos em outros mercados internacionais (KRAEMER; SILVEIRA; ROSSI, 2012).

Nesse sentido, com o consumo de produtos piratas e falsificados presente e crescente, a sociedade atual acabou por encarar este delito como algo natural no cotidiano, devido aos preços abaixo do padrão encontrado em lojas de produtos originais, tanto de marcas nacionais quanto importados, assim, disponibilizando para que diferentes classes sociais possam adquirir produtos que só estariam ao alcance de quem detém poder aquisitivo maior (NOVELLI; SOARES, 2015).

Nesse sentido, o consumo de produtos piratas e falsificados acaba por se sustentar muitas vezes na cumplicidade do consumidor com a prática ilegal, que por sua vez, busca levar vantagem de alguma forma, seja burlando a fiscalização e a taxaçoão dos produtos, seja ostentando uma aparência para o círculo social que convive, ao utilizar produtos piratas e falsificados como se fossem autênticos (ORRICO JÚNIOR, 2004). Essa questão da ostentaçoão também se torna curiosa, pois os vendedores de produtos piratas e falsificados que têm em suas opções produtos de vestuário de moda apresentam uma grande maioria de marcas internacionais de luxo, o que leva ao questionamento do motivo pela opção destas, já que o preço pago por esse tipo de produto é quase igual ou se equipara a um item original produzido por uma marca nacional (SPC BRASIL, 2015).

Outra forma utilizada de pirataria é a propagaçoão prematura de material intelectual como forma de marketing para os detentores dos direitos do produto, considerando a divulgaçoão boca a boca que recebe, ela faz aumentar o número de pessoas em posse do bem, viralizando o conteúdo (ORRICO JÚNIOR, 2004).

Segundo um estudo realizado na Europa sobre o consumo de produtos piratas e ilegais, identificou-se que o alto preço faz com que os indivíduos passem a optar por este meio, e evidenciou que o preço dos serviços e produtos referentes a séries de TV e filmes, estão cerca de 80% acima da propensão a pagar destes consumidores. Acredita-se que a baixa do preço acarretaria em um possível aumento na demanda de itens autênticos. Porém, foi relatado que quando se trata de livros, jogos e músicas, mesmo que o valor estabelecido pelo mercado seja equivalente ao que esses consumidores estão dispostos a desprender, não há uma mudança na procura ou consumo dos itens originais, confirmando-se a opção pela alternativa marginal de utilizaçoão dessas obras de propriedade intelectual (VAN DER

ENDE et al., 2014). Assim, também a partir dos achados de Kraemer, Silveira e Rossi (2012), pode-se identificar que os consumidores passam a consumir de forma diferente, buscando alternativas através de produtos que possam suprir a mesma função ou produtos semelhantes, porém de locais alternativos.

Pensando essa questão da resistência no consumo, os estudos sobre consumo consciente, assim como outras formas alternativas de consumir, versam sobre o cuidar do meio que todos vivem através das práticas que as empresas adotam utilizando de diferentes meios para realizar sua produção, agregando uma consciência social para quem procura seus produtos e serviços. No entanto, as relações de sustentabilidade acabam por mascarar a culpa dos meios do processo produtivo, fugindo da busca por forma menos prejudicial ao ambiente e adotando estas atividades diversas de consumo verde, que acaba por repartir a culpa entre consumidor/produtor, ao invés de encontrar soluções (BARROS; COSTA, 2008).

Fazendo parte do consumo consciente, a pesquisa de Borelli, Hemais e Dias (2012) identificou dois perfis de consumidores denominados individualistas calculistas e coletivistas ecológicos. O primeiro busca recompensas individuais e benefícios financeiros, enquanto o segundo está mais preocupado com o coletivo e o que acarreta suas ações traduzidas pelo consumo.

Uma forma mais atual de se referir ao consumidor praticante das diferentes formas de consumo alternativa é o consumo ativista, que se baseia na influência que o indivíduo tem a partir de suas práticas de consumo, podendo modificar economicamente o ambiente em que se encontra. Isso faz com que grandes movimentos ativistas determinem se um produto irá permanecer no mercado ou não (COSTA, 2011). A partir dos resultados deste autor, identifica-se que o consumo ativista não é influenciado pela opinião de terceiros nem por modismo, e que há reflexividade ao realizar suas práticas de consumo.

3. MÉTODO

Com o fim de atender aos objetivos estipulados neste estudo, adotou-se o método da análise do discurso foucaultiana. Conforme Foucault (2013), para que se consiga alcançar uma melhor compreensão sobre as formações discursivas, é necessário fazer uma ruptura nas formas típicas de continuidade, como a tradição, o que nos é dado e tido como habitual nos próprios discursos que vão ser estudados. Quando se realiza o trabalho analítico de rompimento com essas continuidades, surge um “conjunto de todos os enunciados efetivos (quer tenham sido falados ou escritos), em sua dispersão de acontecimentos e na instância própria de cada um” (FOUCAULT, 2013, p. 32). O que a análise do discurso foucaultiana faz é esboçar as práticas discursivas engendradas pelos indivíduos que se apresentam irrefletidas devido ao regime de verdade de uma época que se sustenta em enunciados que comandam a forma de pensar e agir historicamente. Seu objetivo é confrontar os diversos fatos controversos ocorridos no universo do discurso que visam excluir, interditar, e subjugar os indivíduos a um modo de existência hegemônico (FOUCAULT, 2012).

Assim, nessa pesquisa, a principal estratégia de captação das informações, por se tratar de uma forma de consumo ilícita e que acontece de forma muito ocasional, foi por via de rodadas de um grupo focal. Ferramenta que permite através do moderador, a introdução de materiais e tópicos que despertam diferentes interpretações e podem gerar polarizações de opiniões quando discutidas pelo coletivo (VIEIRA; ZOUAIN, 2006).

O uso do grupo focal se dá pelo fator que Vieira e Zouain (2006) salientam, onde o rigor metodológico não é deixado de lado, mas sim aberto a um leque maior de possibilidades na observação do grupo participante sendo flexível ao ponto de despertar e tornar perceptíveis comportamentos que possibilitem identificar contradições entre outras nuances dos indivíduos.

O grupo de respondentes da pesquisa foi escolhido por conveniência a partir da manifestação de interesse em participar de estudo sobre consumo de produtos piratas e falsificados. A partir da divulgação do mesmo no Campus de Santana do Livramento da UNIPAMPA, obteve-se um total de 7 participantes residentes atualmente na fronteira pesquisada, mesmo que oriundos de diferentes cidades. Foram realizados três encontros, com duração em média de 1 hora cada. O quadro 1 apresenta as características desses pesquisados.

Quadro 1 – Caracterização dos participantes do grupo focal

Código do Participante	Gênero	Idade	Região de origem	Formação	Rodadas
Consumidora25a	Feminino	25 anos	São Borja - RS	Administração	1 ^a , 2 ^a e 3 ^a
Consumidora20	Feminino	20 anos	Santana do Livramento - RS	Administração	1 ^a e 3 ^a
Consumidora25b	Feminino	25 anos	Santana do Livramento - RS	Administração	1 ^a , 2 ^a e 3 ^a
Consumidor27	Masculino	27 anos	Santana do Livramento - RS	Administração	1 ^a , 2 ^a e 3 ^a
Consumidor20a	Masculino	20 anos	Itapiranga - SC	Relações Internacionais	1 ^a e 2 ^a
Consumidor20b	Masculino	20 anos	Votuporanga - SP	Relações Internacionais	1 ^a , 2 ^a e 3 ^a
Consumidor24	Masculino	24 anos	Santa Rosa - RS	Agronomia	3 ^a

Fonte: elaborado pelo autor.

Para a condução do grupo focal, recolheram-se diversas notícias e imagens que fizessem relação ao tema estudado, para alimentar o fluxo de discussões dos indivíduos. Essas notícias encontram-se no apêndice A e estão distribuídas por tópicos temáticos com relação a três eixos que conduziram cada encontro: (1) apreensões de produtos e pessoas a partir da legislação que aborda direitos autorais/pirataria/falsificação; (2) abordagem para conscientizar, reprimir e demonstrar o prejuízo da pirataria; (3) visões diferentes em relação à violação do direito autoral/pirataria/falsificação.

Assim, a base direcional da análise do discurso realizada foi feita pelos encontros do grupo focal, e a partir deles foram retiradas as pistas que conduziram o processo analítico. Pistas no sentido de ir atrás de outras informações oriundas das discussões realizadas no grupo. As informações advindas do grupo focal foram gravadas em áudio, com concordância dos participantes previamente e esclarecimento ao início de cada encontro, de forma direta e transparente para compreensão de todos (VIEIRA; ZOUAIN, 2006).

No processo analítico engendrado, as ideias e opiniões advindas do grupo focal foram os fatores propulsores para realizar a análise do discurso. Assim, a análise do discurso foucaultiana busca compreender como o indivíduo relaciona a sua forma de pensar e agir, ou seja, as suas verdades frente ao discurso da mídia,

da sociedade, do Estado, por via de suas regras morais, leis e regulamentações (FOUCAULT, 2014a).

De modo geral, as análises discursivas com base em Foucault são trabalhadas de maneira intuitiva e de acordo com as vivências do pesquisador com o tema estudado. Portanto, as análises também foram amparadas na experiência deste pesquisador com o campo de consumo de produtos ilícitos, pois fez parte de um projeto de iniciação científica pelo CNPq em que se investigou o perfil de consumo de produtos piratas e falsificados dos cidadãos de Santana do Livramento (BR) e Rivera (UY) por meio de uma pesquisa quantitativa. A partir dela, despertou a inquietação referente a um método analítico que pudesse, a partir desse estudo, analisar de forma qualitativa como estas práticas de consumo se relacionam com a constituição dos sujeitos e suas formas de pensar.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Na análise a seguir, ressalta-se que todos os documentos recolhidos para utilização neste estudo passaram por uma análise de seu conteúdo, assim como os comentários expostos nas páginas relacionadas à matéria, para uma posterior relação com as falas do grupo focal de forma a entender a formação discursiva em torno do consumo de produtos piratas e falsificados.

4.1 Entre “o colecionador” e “o ostentador”: práticas de consumo de produtos piratas ou originais

O que é um produto pirata ou original? Como é que os indivíduos identificam este item? Assim, foi perguntando aos participantes do grupo focal que se percebeu que a maioria deles não sabiam diferenciar entre produtos piratas e falsificados. Não havendo um consenso sobre o que os distinguiria. Todavia, eles afirmaram ter conhecimento quando o produto era verdadeiro.

Então, quando questionados sobre haver diferença em relação ao se consumir um produto que não é original, e até onde seria aceitável utilizar um pirata ou falsificado, o Consumidor20a diz que “a utilização da marca é o que mais atrai o consumidor de comprar um produto pirata ou falsificado, e o status que traz”, remetendo à utilização do produto com intuito de satisfazer o prazer de ostentar através da marca, independente do que isso represente legalmente.

Indo de encontro, quando questionados se é algo geracional este consumo de produtos piratas/falsificados, o Consumidor20a aborda que o crescimento e desenvolvimento econômico aumentando a sociedade de consumo, traz esta vontade do indivíduo ser conhecido, acabando por consumir produtos ilegais para suprir este prazer/necessidade de estar na moda.

O Consumidor20b corrobora com esta realidade, que estes produtos se tornam aceitáveis de serem consumidos, pois os indivíduos não refletem sobre o que estão praticando como forma de terem a consciência limpa, resistindo à informação que conecta à realidade do item ilegal, demonstrando uma face da vontade da verdade, ou seja, de praticar uma verdade para si que não está pautada na lógica moralista estatal (FOUCAULT, 1988).

Assim como aqueles que tomam como verdade esta prática em suas vidas, a Consumidora25b diz que têm consciência de que é algo normal socialmente, visto que a eficiência e o prazer, enunciados advindos da necessidade de ter determinado

produto perante seus grupos sociais, faz com que ela opte por esta alternativa mesmo considerada ilegal pelo Estado.

Quando vista a figura 1, o Consumidor27 logo se manifesta concordando com o que está exposto, dizendo que quando se compra determinado bem, a pessoa adquire o direito dele e se quiser passar para amigos, ele vê como algo legal contanto que não leve vantagem financeira. No entanto, questionado se é crime ter feito 100 cópias e distribuído para os amigos, ele já acredita ser ilegal e completa dizendo: “se for levar em consideração todos que já consumiram produto pirata terá que prender todo o Brasil”.

Figura 1 – Explicação sobre o que é pirataria



Fonte: Google Imagens.

A Consumidora20 vai ao encontro deste pensamento, que a compra de bens ou serviços piratas é algo corriqueiro, por isso ela diz que acaba não refletindo antes de realizar a compra de produtos considerados de baixo valor. Já a Consumidora25b e o Consumidor20b dizem que a percepção de qualidade do produto faz com que essa compra seja repensada, demonstrando que eles têm como sua verdade, que se o produto não satisfaz seus prazeres, eles optam pelo produto pirata.

Esta verdade é confirmada quando se observou que o primeiro disco considerado pirata ocorreu 50 anos atrás, derivado de gravações que foram repassadas antes mesmo do disco ser lançado, demonstrando que independente da época as pessoas sempre estão buscando por estas alternativas (ROLLING STONE, 2019). Além disso, a Consumidora25b aborda que a naturalidade com que é tratada na sociedade a compra de produtos piratas/falsificados vem da influência que a família traz desde a infância. Concorda com isso também o Consumidor20b, visto que, em sua infância, ia todos os finais de semana comprar filmes em bancas de camelôs com seus pais.

Assim, este hábito não se modifica mesmo com o choque que causa quando os indivíduos presenciam os números advindos deste mercado ilegal. Além do mais, o Consumidor27 ressalta os aspectos do enunciado da eficiência como fatores que reforçam esta prática de consumo, pois o indivíduo não sofre represálias e opta pelo item de valor mais baixo, visto que o produto cumpre sua função de forma eficiente e o custo-benefício é superior. Desse modo, essa subjetivação se mantém no *continuum* entre o sujeito colecionador e o ostentador, pois ele busca neste tipo de produto satisfazer uma necessidade e através deste consumo ostentar que também possui determinado item, pagando pouco por isso. Nesse caso, o consumidor se

constitui construindo sua verdade subversivamente relacionada ao perfil de ostentador.

A Consumidora25b relata que mesmo quando passou a ter uma renda maior, só optava pela compra de produtos legais quando lhe traziam algum tipo de valor pessoal, como através de brindes ou itens exclusivos que somente a compra do produto original iria suprir este desejo. Por conseguinte, esta verdade, que se constitui na forma de consumo optando pelo original, dá-se quando há algum benefício que traga satisfação pessoal, a qual se encontra no enunciado do sentimentalismo presente na constituição do sujeito colecionador. Este que busca os produtos originais como forma de vínculo sentimental ao ter em sua posse um item de desejo, mesmo que ninguém mais saiba sobre esta prática, estabelece uma relação consigo diretamente relacionada aos momentos marcantes de sua trajetória histórica.

O Consumidor27 assume a mesma verdade supracitada para si, utilizando ocasionalmente de produtos piratas que possuem um valor sentimental, mas realiza a compra do original posteriormente para satisfazer seu desejo de ter o bem. Seguindo fortemente a lógica de constituição do sujeito colecionador. Isso fica claro em sua fala:

Uma coisa que eu gosto muito é de ler revistinhas, e baixava muitas para ler na internet, mas quando chegava na banca eu comprava também, mas por que eu gostava de ter [...] A única vez que eu deixei de consumir algo pirata para comprar um original, foi uns DVD's de uma série que eu assistia, e somente porque nos camelôs não tinha, porque caso contrário não tinha opção (CONSUMIDOR27).

Nesse caso, percebe-se que há uma *enkrateia* realizada de forma subversiva, pois o indivíduo possui plena noção de seus desejos e prazeres, e o discernimento do que é certo e errado perante a lei, mas continua por praticar esse tipo de consumo de forma natural (FOUCAULT, 1988b).

Ainda, neste sentido, a Consumidora25b e o Consumidor27 trazem os fatores que evocam o enunciado do sentimentalismo, encarando como fator determinante para compra de um produto original essa percepção pessoal de valor, que se dá pelo desejo de ter determinado item ora para colecionar como uma realização pessoal ora para usufruir da eficiência que o original traz em relação ao falsificado feito com uma qualidade inferior. Esta construção de verdade em torno do consumo é reforçada diversas vezes pelo grupo, ao explicitarem que o indivíduo compra um produto original quando se situa no *continuum* entre os hábitos de um colecionador ou de um ostentador.

Esta relação com a verdade vai ao encontro do que o grupo entende como prática de consumo quando se trata de roupas e é percebido na fala da Consumidora25b que diz “se não é para ter o original, não quero nem o pirata”, pois, com exceção da Consumidora25a, todos dizem consumir somente roupas originais. Dessa forma, eles se posicionam no intermeio deste *continuum* relacionando sua forma de consumo ao enunciado da eficiência, pois não buscam ostentar com suas vestimentas, mas possuem o desejo de consumir uma peça autêntica, durável e confiável mesmo que de marcas nacionais.

Seguindo adiante nas análises, quando questionados com relação aos produtos ilegais mais utilizados, todos concordam que são séries televisivas e livros digitais. Contudo, não acreditam que este alto consumo se dê pela desvalorização da arte em nosso país, e sim pelo fato de que o preço cobrado em muitas obras é

muito alto e a procura também. Dessa forma, eles discordam da notícia em que o vocalista da banda Slipknot diz entender quem faz uso destas práticas de consumo de produtos piratas devido à má qualidade que são produzidas as músicas atualmente (CIFRACLUBNEWS, 2011). Eles discordam, pois uma justificativa para a compra dos originais é a qualidade/eficiência, no sentido do custo-benefício. Assim, eles responderam que há algum grau percebido de qualidade/eficiência em todo produto senão ninguém iria querer consumi-lo.

Aqui fica presente o pensamento de que a verdade na formação do gosto está cada vez mais homogeneizada, gerando uma massa de consumidores pautada no consumo hegemônico, enquanto outros poucos grupos de indivíduos se relacionam com verdades não-hegemônicas nos momentos que estão consumindo. Assim, a lógica de consumo hegemônica pode ser entendida como uma sujeição que o indivíduo tem em relação à verdade deste consumo (FOUCAULT, 1988b), na qual por vezes ele consome o original, pois sua qualidade é deveras superior, e outras vezes, passa a utilizar do pirata que também possui um ganho utilitário de eficiência.

A cultura que dissemina esta verdade está tão encrustada na sociedade que, como o Consumidor24 diz, ela se adapta e avança acompanhando o desenvolvimento tecnológico e proporcionando uma cultura de poder de consumo excludente e exclusiva que faz as pessoas desejarem os produtos com valor simbólico socialmente para serem notados. Nesse sentido, somente compreendendo a realidade do indivíduo é possível entender a multiplicidade de estratégias e verdades que compõem suas práticas de consumo, pois como uma relação de saber e poder, ela não representa algo certo ou errado (FOUCAULT, 1988).

Todos participantes do grupo focal entendem como verdade os enunciados do prazer e da eficiência no consumo, seja por via do valor sentimental, que se ancora na formação do sujeito colecionador, seja pela vontade cética de adquirir status com um produto de marca luxuosa, formando o sujeito ostentador. No entanto, a Consumidora25a demonstra certa incerteza com relação à primazia desses dois enunciados como base para formação dos sujeitos que consomem produtos piratas e falsificados, pois ela entende que é a única forma existente para democratizar o consumo de classes mais baixas. Este momento de ruptura caracteriza a fissura que ocorre na linha de existência do indivíduo, com o surgimento desta inquietação que ao presenciar uma verdade que se choca com a sua, gera uma nova linha que, nesse caso, pode ser entendida como uma resistência da consumidora ao reforçar sua verdade de que esta prática de consumo fornece oportunidade para pessoas que não possuem emprego formal, realizando uma redobra de sua verdade e compondo seu território existencial (DELEUZE; PARNET, 1998).

Além disso, como momento de ruptura dessa lógica de subjetivação pelo consumo, a visão da Consumidora25b se aproxima de uma ética do cuidado de si elaborada por Foucault (1985). Para ela, ao longo da vida, as pessoas passam a ter uma dietética do viver, ou seja, as vezes deixam de consumir pautadas nos enunciados do prazer (imediatista/impulsividade) ou da eficiência (utilidade/praticidade) se colocando em um regime existencial mais reflexivo, privando-se dos desejos mais volúveis em prol de práticas de consumo pautadas na reflexividade em relação a si e em respeito à sua historicidade.

4.2 “Pirataria é crime, original é roubo!”: em disputa os discursos sobre consumo de produtos piratas e falsificados

Para falarmos da formação discursiva em torno do consumo de produtos piratas e falsificados, iniciou-se as discussões questionando o slogan “Pirataria é crime, e o original é roubo”. O discurso que generaliza é o de que os produtos são muito caros e isso gera uma opção pelo pirata, e o Consumidor20a concorda e completa que “é uma forma que democratiza o consumo”.

Não obstante, o discurso da mídia traz que no Brasil, hoje em dia, são mais de 4 milhões de usuários de “gatonet” e que a utilização destes produtos e serviços expõe o cidadão ao risco de saúde (UOL, 2018). Já a Consumidora20 e a Consumidora25b justificam que este consumo é feito, pois tanta gente com poder rouba no país que a utilização isolada destes produtos não fará diferença, corroborando com o estudo de Kraemer, Silveira e Rossi (2012) em que os indivíduos consomem com entendimento que estão fazendo algum tipo de boicote a esse poder hegemônico.

Figura 2 – Destruição de produtos falsificados pela Receita Federal-DF



Fonte: Portal G1.

Aliado ao discurso da mídia, o discurso disseminado pelo Governo trata das apreensões realizadas e expostas nas notícias, trazendo números expressivos que se deixaram de arrecadar devido ao consumo de produtos piratas/falsificados. Essas notícias com grandes quantidades de produtos apreendidos que eram comercializados por brasileiros, são reforçadas com noticiário de destruição desses produtos, indicando o que é moralmente correto aos olhos do poder do Estado (AGENCIA BRASIL, 2019; OLHAR DIGITAL, 2019; AGORA, 2019; CORREIO BRAZILIENSE, 2019; G1, 2011; EPOCA, 2014).

Assim, fazendo operar o poder da máquina estatal que busca atuar na produção de subjetividade dos indivíduos, mantendo-os sujeitados às verdades hegemônicas, o Estado inibe práticas alternativas, como no caso de consumo de piratas e falsificados, através de leis que as reprimem como não pertencentes a uma sociedade que age moralmente. Assim, Ele procura homogeneizar a todos estabelecendo uma ordem (DELEUZE; PARNET, 1998).

Todavia, os participantes do grupo focal mesmo impactados pelo discurso que traz números expressivos de perda de arrecadação, passam por sua ruptura e resistem ainda mais defendendo sua verdade, que não vão parar de consumir

devido à renda que esta atividade traz para trabalhadores informais que não possuem oportunidade de emprego. Já a teoria que traz o consumo destes produtos ilícitos, reforça uma diminuição na contratação de trabalhadores formais, pois as empresas passam a perder e precisam cortar gastos, gerando mais desemprego (ALMEIDA et al., 2017). Nessa disputa discursiva, como forma de diminuir o consumo dos produtos ilegais, considerou-se o caso das mídias de streaming que teriam vindo como uma forma de combate. Contudo, para o Consumidor27, o compartilhamento das contas é direito do indivíduo que paga pelo serviço, visto que ele não está buscando vantagem monetária sobre isso.

Reforçando este discurso, o CEO da Netflix diz que ama quando os usuários compartilham suas contas, enquanto a Disney já tem uma visão contrária destas práticas de compartilhamento (OLHAR DIGITAL, 2019). Já o autor Paulo Coelho reforça o discurso que é correto fazer uso dos meios alternativos para disseminar conteúdos, ainda diz que o marketing ganho é maior que o prejuízo das vendas (EXAME, 2012). Neste cenário, a Consumidora25b pauta seu consumo de produtos piratas/falsificados com o suporte destes discursos que ela diz isentar a culpa de quando consome, já que os beneficiários dos respectivos direitos autorais concordam que as pessoas sigam a verdade que lhes couber.

Mas, então, o que seria correto consumir? O Consumidor27 diz que “é separado o que as instituições acham que é errado, do que realmente a sociedade acha que é errado”. Assim, pode-se constatar que as práticas que constroem o território existencial para os indivíduos parte de uma dietética diferente do que o Estado entende como moral (FOUCAULT, 1988b).

Outra visão desta realidade do consumo de produtos piratas/falsificados que sustenta a verdade dos participantes do grupo focal, é que a “pirataria é a fonte de alimento para muita gente, inclusive músicos” segundo disse um DJ em roda de conversa com Rodrigo Gorky. Ambos defendem que não se sentem ameaçados pela pirataria, já que seus fãs que não conseguem ter acesso ao original também devem poder ter oportunidade de usufruir da mesma experiência (TECHTUDO, 2012).

Em contrapartida a esses pensamentos pautados em uma prática de liberdade e de democratização dos conteúdos, como forma de coibir o discurso que remete ao enunciado da impunidade, usado como justificativa para manutenção do consumo pirata, já que a fiscalização não acontece; foi relançada uma Frente Parlamentar para combater a pirataria com intuito de reverter os mais de 5 bilhões de reais por ano que o estado gaúcho perde para o mercado subterrâneo (GAUCHAZH, 2019). No entanto, o Consumidor20b tem como sua verdade que este consumo não irá diminuir, continuando a praticá-lo, pois acredita que os malefícios desta compra não são maiores do que os benefícios advindos da divulgação que as empresas ganham através da disseminação boca a boca de seus produtos pelas massas; além da renda que é gerada aos trabalhadores informais que não tem oportunidade.

Já no discurso do Estado, a comercialização de produtos ilegais promove riscos à saúde e segurança dos usuários, traz uma má qualidade advinda da falta de padronização, e promove uma falta de investimentos gerando um ambiente menos competitivo tecnologicamente (ANATEL, 2019). Porém, como forma de displicência em relação ao discurso, a Consumidora25a diz que o perigo e os riscos à saúde que podem causar através do consumo de produtos piratas/falsificados é ignorado quando se opta por este meio. Ainda, o Consumidor24 completa afirmando que a necessidade de possuir determinado bem que é criada pelo círculo social, é mais forte que este discurso oriundo de uma agência reguladora como a Anatel. Verdade

esta que é advinda das relações de poder que estão imanentes nos indivíduos, pois a desigualdade que se apresenta na sociedade gera estas reações em forma de prática de consumo que servem como uma resistência. Isso também é denotado pela resistência ao ignorar informação sobre riscos à saúde como uma faceta da vontade da verdade, ou seja, da coragem da verdade que se quer para si (FOUCAULT, 1988). Isso se torna interessante, pois esses consumidores se utilizam do discurso de combate às desigualdades sociais a partir de suas práticas de consumo ilegal como resistência, mas não se percebem como subjugados ao poder subjetivante da Marca e à lógica do ‘ter’ e do ‘possuir’ presentes em nossa sociedade contemporânea.

Não obstante, diante disso, o Estado segue buscando conscientizar os indivíduos de que é algo errado o consumo de produtos piratas e falsificados através de campanhas, como a das Nações Unidas que relaciona esta prática de consumo com o crime organizado, e o aumento da corrupção (EXAME, 2014). Em contrapartida, todos participantes do grupo focal mantêm sua resistência frente a esta verdade que a pirataria influencia outros crimes, e a dificuldade para se tornar legal mantém o mercado paralelo ativo, não dirimindo a corrupção por causa destas práticas.

Outra forma de tentar coibir este discurso da impunidade é através do aumento da pena relacionada a crimes de pirataria, passando de 3 meses a um ano de reclusão para 2 a 4 anos, assim tramitando da vara cível para criminal e tornando um crime com maior potencial ofensivo como forma de homogeneizar pela ordem (AGENCIA DO RADIO, 2019). Todos do grupo veem esta forma de tentar regular o prazer através de uma relação de poder entre Estado e sociedade como ineficaz e aceitam estas práticas de consumo como uma verdade própria ao ponto de não se sujeitarem às novas normas se fossem implementadas. Assim, só passariam a utilizar do legal se fosse para benefício próprio, reforçando a constituição desses sujeitos a partir dos enunciados da eficiência e do prazer.

Por fim, para o Consumidor²⁴, a única forma de coibir este consumo desenfreado de produtos piratas e falsificados seria através de uma forma de governo parecida com a exercida na Europa. No entanto, o estudo de Van der Ende et al. (2014) mostra que mesmo diante de um sistema que vigia e impõe medo nos usuários, eles mantêm sua dietética com a verdade do consumo ilegal.

4.3 Consumo pirata e falsificado como subjetivação pelo consumo

Para muitas pessoas utilizar-se de produtos piratas e falsificados é a única forma de ter acesso aos mesmos “privilégios” que os outros de maior poder aquisitivo, assim entende a Consumidora^{25b}. Porém, o grupo concorda que muitas pessoas com alto poder aquisitivo também fazem uso destas práticas como forma de egoísmo, para manter um padrão de consumo perante ao círculo que vive. Como uma estratégia que deve ser investigada separadamente devido à diferentes formas que o indivíduo resiste às relações de poder que o fazem interpretar de diferentes formas as condutas morais que lhe são impostas (FOUCAULT, 1988b).

A Figura 3, na página seguinte, remete a uma luta pelo direito que as pessoas têm de copiar e consumir o que elas acreditam que seja correto diante de sua moral, porém quando questionados se o brasileiro possui este pensamento de conscientizar suas práticas de consumo, o Consumidor²⁷ diz que “o brasileiro não tem essa consciência” e se utiliza como exemplo de que compra somente pelo benefício próprio, e não tenta mascarar esta prática como um combate ou boicote.

Isso se mostra diferente do que Barros e Costa (2008) trazem, em que o consumidor passa a ter uma consciência social quando procura seus produtos e serviços, pois querem combater as formas abusivas exercidas pelas grandes organizações.

Figura 3 – Lute pelo seu direito de copiar!



Fonte: Google Imagens.

A Consumidora20 também diz que “quando vou comprar, não penso se é algo errado ou não, só vou lá e compro”. Demonstrando uma versão da *akrasia*, que Foucault (1988b) define como uma prática de não ter controle sobre seus desejos e prazeres, ou até mesmo o fato de o indivíduo não ter parado para refletir sobre estas ações, indo de encontro a esta normalidade que este hábito se mostra.

Onde a relação deste consumo está conectada a outros crimes e o fomento deles, traz somente uma resistência na construção do território existencial destes indivíduos que entendem o ser humano como individualista e egoísta, ao ponto de não se importar com as consequências de seus atos contanto que não os atinjam, sem fazer converter seu olhar para fora, percebendo nas suas práticas o espaço de liberdade e atuação do outro, onde a prática do cuidado de si se encontra deturpada, pois as pessoas voltam-se para si mesmas e ficam nessa centralidade egóica.

Todos do grupo vieram a concordar que o egoísmo faz a justificativa desta opção de consumo, independente do motivo é colocado sempre à frente o seu benefício próprio. Caracterizando o consumidor individualista, que busca sempre por benefícios que visam somente a ele, assim como, uma vantagem financeira que é percebida pelo baixo preço (BORELLI; HEMAIS; DIAS, 2012).

Este baixo preço é o que gera fenômenos como a fadiga dos streamings, que está moldando a pirataria destas mídias digitais trazendo um aumento no consumo do IPTV (OLHAR DIGITAL, 2019). Que segundo a Consumidora25b “as pessoas sempre irão buscar o benefício próprio burlando de alguma forma” em prol da sua individualidade e egoísmo, e isso faz com que sempre tenham consumidores que mesmo com acesso ao legal, irão optar pelo mais fácil.

A construção da verdade dos participantes do grupo focal pode ser vista quando relatado a situação entre João Dória, na época Prefeito da Cidade de São Paulo, tentando sancionar uma lei que iria apagar os grafites de muros paulistanos, e o Juiz que proibiu esta ação em defesa dos direitos autorais (CONJUR, 2017; AGENCIA BRASIL, 2017). O grupo mostrou empatia com os artistas e entendeu como arte os grafites, pois se estavam em local público apropriado não deveriam ser apagados. Contudo, eles mantiveram a posição que deveria ser seguida a lei

quando em propriedade privada, sendo adequado realizar somente em local disponibilizado para essa prática.

Então, porque quando se trata de produtos que consomem os indivíduos não assumem este papel de buscar fazer o correto diante da lei imposta pelo Estado? Para o Consumidor^{20a}, ele não se coloca no lugar do outro quando está realizando uma compra de produto ilegal, pois não lhe traz benefícios essa ação. Isso vai de encontro ao que Foucault (1988) diz como se esperaria em uma ética do cuidado de si que volta para si mesmo para se entender e assim relacionar-se melhor com o outro. No caso desses consumidores, a conversão do olhar fica presa em si e não faz o movimento ético de retorno ao social.

Isso também se reforça na verdade construída pelo Consumidor²⁴ que se baseia em satisfazer seu prazer de possuir um produto, sendo que a personalidade como detentor dos direitos não influencia tanto na sua forma de agir quanto o preço, percebendo que há racionalidade nas práticas de consumo, e que a influência de terceiros para deixar de praticar estes atos não se faz importante para esses consumidores (COSTA, 2011).

O medo advindo de uma fiscalização é superado pelo desejo de ter o bem, pois todos concordam que mesmo com um aumento da fiscalização iriam continuar comprando e a pirataria não iria diminuir, que reflete a conduta moral individual dos consumidores, que buscam utilizar destas alternativas e justificativas para construir sua própria verdade ao invés de buscar se enquadrar na regra estabelecida pela lei, entendendo como algo correto de ser feito (FOUCAULT, 1988b).

Enquanto o egoísmo e o individualismo evocados neste enunciado, se apresenta como subjetivação nas práticas de consumo que o indivíduo tem a partir da sujeição diante das regras impostas pelo governo, e a sociedade entende estas práticas do consumo através da compra de produtos piratas/falsificados como algo de seu direito, divergindo das regras de conduta impostas pelo Estado (FOUCAULT, 1988b).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prática de consumir produtos piratas e falsificados, que se mostra em crescimento nos dias atuais, foi o ponto inicial para a realização deste estudo. Diante de uma carência de abordagens mais qualitativas que investiguem a cerca desta temática, buscou-se compreender como se constitui a subjetividade do consumidor de produtos piratas e falsificados residente na fronteira de Santana do Livramento e Rivera – Brasil/Uruguai. Assim, evidenciou-se que esta subjetividade está pautada na sujeição que o indivíduo tem quando se relaciona com as verdades, no qual busca satisfazer seus desejos através de uma prática de consumo egoística, constituindo sua realidade fazendo uso de uma dietética que foge da lógica moralista imposta pelo Estado. Esta verdade constituinte da dietética deste consumidor está ligada à necessidade de suprir seus desejos e prazeres, que ora são supridos através do consumo de produtos originais, ora se vê frente à vontade de utilizar de produtos piratas e falsificados para suprir um imediatismo ou benefício.

O grupo focal permitiu alcançar os objetivos específicos, dentre eles o de identificar as práticas dos consumidores residentes na fronteira estudada com relação à compra de produtos piratas e falsificados. Constatou-se na fala dos participantes, que o consumo se concentra em sua maioria de séries televisivas e livros digitais, mas está presente nos mais diversos produtos, com exceção de

vestuário de moda. Onde os participantes do grupo buscam fazer o uso de produtos originais, devido aos enunciados da confiabilidade e da eficiência.

Ao se analisar como ocorrem as relações desses sujeitos com as verdades do consumo de produtos piratas e falsificados na fronteira, foi possível identificar um *continuum* que tem em uma extremidade o “sujeito colecionador”, o qual busca através de seu consumo suprir um desejo de possuir um bem devido ao valor sentimental, enquanto no outro lado existe o “sujeito ostentador”, sendo aquele indivíduo que supre seu desejo através do status e o poder que adquire no consumo de produtos que possuem um valor simbólico. Nessa pesquisa, identificou-se uma prevalência da constituição dos consumidores tendendo para o perfil de sujeito ostentador.

No intermeio deste *continuum*, também há aqueles que consomem produtos piratas e falsificados buscando subversivamente ostentar usufruindo de bens que possuem um baixo preço e se situam no enunciado da eficiência (utilidade/praticidade), enquanto o sujeito que busca satisfazer seus prazeres no consumo de produtos ilegais, encontra-se com suporte no enunciado do prazer (imediatista/impulsividade). Além disso, a forma com que os indivíduos se voltam para o cuidado de si e mantêm-se em uma centralidade, demonstra a forma egoística do sujeito diante das práticas de consumo, que é levado o benefício próprio a frente de tudo.

Por fim, ao observar como o consumo de produtos piratas e falsificados se relaciona com as práticas de liberdade e de resistência percebidas por esses sujeitos, foi possível evidenciar que as regras morais que o Estado tenta impor como repressão dos atos considerados ilícitos, não se aplicam à constituição da verdade que estes indivíduos tomam para si. Pois, a liberdade nas práticas de consumo é uma verdade imprescindível para estes sujeitos, que buscam suprir seus desejos e prazeres através de um consumo que considera moralmente aceito pela sociedade, e distingue esta conduta daquela imposta pelo poder hegemônico estatal, praticando de uma dietética que através da sujeição constitui sua conduta moral pessoal.

As limitações do estudo se encontram na quantidade de participantes do grupo focal, que foi composto de sete participantes de uma faixa etária próxima. Além de ser um estudo realizado em região de fronteira, que possui uma maior naturalidade em relação ao acesso e consumo de produtos piratas e falsificados. E como sugestões para pesquisas futuras nesta temática, é proposto a realização da mesma abordagem em indivíduo de uma faixa etária mais heterogênea, assim como a aplicação em grandes centros, que possuem maiores influências dos grupos sociais e da mídia.

REFERÊNCIAS

ASSEF, M. **Retratos do exílio**: solidariedade e resistência na fronteira. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

AGENCIA BRASIL. **Anatel combate pirataria de produtos de telecomunicações em 11 estados**. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-09/anatel-combate-pirataria-de-produtos-de-telecomunicacoes-em-11-estados>
Acesso em: 11 nov. 2019.

AGENCIA BRASIL. **Doria sanciona lei antipichação e proíbe grafite não autorizado**. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017->

[02/doria-sanciona-lei-antipichacao-e-proibe-grafite-nao-autorizado](#) Acesso em: 06 nov. 2019.

AGENCIA DO RADIO. **Aumentar pena para crime de pirataria pode ajudar na recuperação fiscal do Brasil, afirma especialista.** Disponível em: <https://www.agenciadoradio.com.br/noticias/aumentar-pena-para-crime-de-pirataria-pode-ajudar-na-recuperacao-fiscal-do-brasil-afirma-especialista-pind191223> Acesso em: 06 nov. 2019.

AGORA. **Operação contra a pirataria fecha outro shopping no Brás.** Disponível em: <https://agora.folha.uol.com.br/sao-paulo/2019/09/operacao-contra-a-pirataria-fecha-outro-shopping-no-bras.shtml> Acesso em: 06 nov. 2019.

ALMEIDA, L. N. (org.). **Subsistemas fronteiriços do Brasil: mercados ilegais e violência.** Rio de Janeiro: Gramma, 2017.

ANATEL. **Ações da Anatel no Combate à Pirataria.** Disponível em: <https://www.anatel.gov.br/setorregulado/combate-a-pirataria> Acesso em: 11 nov. 2019.

ARYOSA, E. A. T. Perspectivas, avanços e resistências na produção de conhecimento em Marketing. **Revista de Negócios**, v. 18, n. 1, p. 34-41, 2013.

BARROS, D. F., COSTA, A. M. Consumo consciente no Brasil: Um olhar introdutório sobre práticas de resistência ao consumo por meio de análises de discurso do Instituto Akatu pelo consumo consciente. In: XXXII ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. Rio de Janeiro, RJ, Brasil. 2008. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

BORELLI, F. C.; HEMAIS, M. W.; DIAS, P. I. R. C. Ecológicos ou controlados? Construindo discursivamente o consumidor consciente. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 11, n. 2, p. 18-42, maio/ ago. 2012.

BRASIL. **Decreto-lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940.** Código Penal. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 31 dez. 1940. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del2848compilado.htm . Acesso em: 27 maio 2019.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.** Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm . Acesso em: 27 maio 2019.

BRASIL. **Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998.** Dispõe sobre proteção da propriedade intelectual de programas de computador, sua comercialização no país, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9609.htm . Acesso em: 27 maio 2019.

BRASIL. **Lei nº 10.695, de 1º de julho de 2003.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.695.htm#art1art184> Acesso em: 18 abr. 2019.

BRASIL. Ministério da Justiça e da Segurança Pública. **Combate à pirataria**. 2004. Disponível em: <<https://www.justica.gov.br/sua-protecao/combate-a-pirataria>> Acesso em: 19 abr. 2019.

BRASIL. Ministério da Justiça e da Segurança Pública. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual (CNCP). **Reunião Ordinária, realizada no dia 27 de fevereiro de 2019**. Disponível em: http://cnc.org.br/sites/default/files/conselho_nacional_de_combate_a_pirataria_e_delitos_contra_a_propriedade_intelectual_cncp_retoma_as_atividades_de_2019..pdf Acesso em: 21 abr. 2019.

BRASIL. Ministério da Justiça. **Combate à pirataria**. Conselho Nacional de Combate à Pirataria. Brasília, 2006. <https://www.justica.gov.br/central-de-conteudo/combate-a-pirataria/relatorios/ii_relatorio_de_atividades_cncp-1.pdf/@@download/file> Acesso em: 22 abr. 2019.

CIFRACLUBNEWS. **Vocalista do Slipknot defende quem faz download ilegal de músicas**. Disponível em: <https://www.cifraclubnews.com.br/noticias/23851-vocalista-do-slipknot-defende-quem-faz-download-ilegal-de-musicas.html> Acesso em: 11 nov. 2019.

CONJUR. **Juiz explica diferença entre grafite e pichação ao proibir Doria de pintar muros**. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2017-fev-14/juiz-aula-arte-joao-doria-proibi-lo-apagar-grafites> Acesso em: 06 nov. 2019.

CORREIO BRAZILIENSE. **Polícia Civil deflagra operação contra a pirataria na Feira dos Importados**. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2019/07/31/interna_cidade_sdf,774742/pcdf-deflagra-operacao-contra-a-pirataria-na-feira-dos-importados.shtml Acesso em: 06 nov. 2019.

COSTA, R. R. C; SANT'ANNA, S. R. O "Legal" do Pirata: um olhar sobre as práticas de consumo de produtos falsificados. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 3, 2008, Curitiba, **Anais...** Curitiba: EMA, 2008. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EMA138.pdf> . Acesso em: 25 abr. 2019.

DELEUZE, G.; PARNET, C. **Diálogos**. São Paulo: Escuta, 1998.

DORFMAN, A.. Fronteira e contrabando em Santana do Livramento (BR)-Rivera (UY). **Boletim Gaúcho de Geografia**, v. 32, n. 1, 2007.

DURÃES, Eloisa Caldeira. O comportamento do consumidor de produtos e serviços piratas. In: 17º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 2009, Piracicaba. **Anais...** Piracicaba: UNIMEP, 2009. Disponível em: <<http://www.unimep.br/phpg/mostracademica/anais/7mostra/1/108.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2017.

EPOCA. **Pirataria e contrabando causam prejuízo de R\$ 30 bi para a indústria**. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Informacao/Dilemas/noticia/2014/09/pirataria-e->

[contrabando-causam-prejuizo-de-r-30-bi-para-industria.html](#) Acesso em: 06 nov. 2019.

EXAME. **Pirateiem meus livros, pede Paulo Coelho**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/pirateiem-meus-livros-pede-paulo-coelho/> Acesso em: 06 nov. 2019.

EXAME. **Campanha quer conscientizar sobre produtos falsificados**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/mundo/campanha-quer-conscientizar-sobre-produtos-falsificados/> Acesso em: 11 nov. 2019.

FECOMÉRCIO RJ. Pesquisa de mercado – pirataria: consumidor brasileiro. 2017. Disponível em: <http://www.fecomercio-rj.org.br/sites/default/files/fecomercio-rio/files/pagina_arquivo/relatcrio_pirataria.pdf> Acesso em: 20 abr. 2019.

FNCP. **Fórum Nacional Contra a Pirataria e Ilegalidade**. Disponível em: <<http://www.fncp.org.br/>> Acesso em: 21 abr. 2019.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade**: a vontade do saber. vol. 1. Rio de Janeiro: Graal, 1988 [1976].

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade**, v. II: O Uso dos Prazeres. Tradução: Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 12a ed. Rio de Janeiro: Edições Graal. 1988b.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. pp. 118-140. In: _____. **Ditos e Escritos IX**. Genealogia da ética, subjetividade e sexualidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014a [1982].

FOUCAULT, Michel. Sobre a genealogia da ética: um resumo do trabalho em curso. pp. 214-237. In: _____. **Ditos e Escritos IX**. Genealogia da ética, subjetividade e sexualidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014b [1984].

FOUCAULT, Michel. 'Verdade e poder.' In: _____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2001a.

FOUCAULT, Michel. 'Nietzsche, a genealogia e a história.' In: _____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2001b.

FOUCAULT, Michel. A ética do cuidado de si como prática da liberdade. In: _____. **Ditos e Escritos V**. Ética, Sexualidade e Política. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004a [1984].

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 22. ed. São Paulo: Loyola, 2012.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013.

G1. GDF e Receita realizam maior destruição de falsificados da capital.

Disponível em: <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2011/12/gdf-e-receita-realizam-maior-destruicao-de-falsificados-da-capital.html> Acesso em: 06 nov. 2019.

GAUCHAZH. Frente parlamentar de combate à pirataria é lançada no RS.

Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2019/08/frente-parlamentar-de-combate-a-pirataria-e-lancada-no-rs-cjz8lnugd01uv01qm3zax3gl2.html> Acesso em: 11 nov. 2019.

GOMES, S. C.; STREHLAU, S. Avaliação das alternativas de compra: entre a falsificação e o original. **REMark**, v. 10, n. 3, p. 46, 2011.

GRIMSON, Alejandro. Fronteras, estados e indificaciones en el Cono Sur. In: CLACSO, Daniel. **Cultura, política y sociedad: perspectivas latinoamericanas**. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, 2005. p. 127-142.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Marketing management**. 14. ed. London: Pearson Education Limited, 2012.

KRAEMER, F.; SILVEIRA, T.; ROSSI, C. A. V. Evidências cotidianas de resistência ao consumo como práticas individuais nas busca pelo desenvolvimento sustentável. **Cadernos EBAPE.Br**, 10, n. 3, p.677-70. 2012.

LAI, K. K. Y.; ZAICHKOWSKY, J. L..Brand imitation: do the Chinese have different views?. **Asia Pacific Journal of Management**, v. 16, n. 2, p. 179-192, 1999.

MARTINS, B. S. *et al.* Pirataria e Falsificação: Onde o Pobre e o Rico se Igualam... Ou Será Que se se Diferenciam?. **Pensamento & Realidade**. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração-FEA, v. 26, n. 2, 2011.

NOVELLI, D. H.; SOARES, I. N.. O Consumo De Produtos Falsificados Em Diferentes Estratos Sociais. **Percurso**, v. 2, n. 17, p. 285-301, 2015.

OLHAR DIGITAL. **Disney diz com clareza: compartilhar senhas de streaming é pirataria**. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/cinema-e-streaming/noticia/disney-diz-com-clareza-compartilhar-senhas-de-streaming-e-pirataria/89410> Acesso em: 06 nov. 2019.

OLHAR DIGITA. **Do Torrent ao IPTV: como a pirataria está mudando de forma**. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/do-torrent-ao-iptv-como-a-pirataria-esta-mudando-de-forma/90564> Acesso em: 11 nov. 2019.

OLHAR DIGITAL. **Operação desmantela rede de IPTV pirata com mais de 700 mil usuários**. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/operacao-desmantela-operacao-de-iptv-pirata-com-mais-de-700-mil-usuarios/87118> Acesso em: 06 nov. 2019.

ORRICO JÚNIOR, H. **Pirataria de software**. 2. ed. São Paulo: Ed. do Autor, 2004.

ROLLING STONE. **Há 50 anos, Bob Dylan lançava o 1º disco considerado pirata da história.** Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/bob-dylan-lancava-1-disco-considerado-pirata-historia/> Acesso em: 06 nov. 2019.

ROMAGNOLI, R. C. A cartografia e a relação pesquisa e vida. **Psicologia & Sociedade**. v. 21, n. 2, p. 166-173, 2009.

SPC BRASIL. **Consumo de produtos de luxo falsificados.** Plataforma Meu Bolso Feliz. São Paulo, mai. 2015. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/estudo_spc_brasil_falsificados.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2019.

SOUZA, L. L. F. *et al.* O Consumo de Produtos Falsificados no Brasil. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 14, n. 2, 2014.

TECHTUDO. **"Para um artista pequeno a pirataria é o melhor negócio", dizem DJs em mesa redonda.** Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/02/para-um-artista-pequeno-pirataria-e-o-melhor-negocio-dizem-djs-em-mesa-redonda.html> Acesso em: 10 dez. 2019.

TIDEY, A. P. do O. A falsificação de produtos de moda e suas formas de consumo. In: 11º COLÓQUIO DE MODA e 2º CONGRESSO BRASILEIRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA. Curitiba, 2015. **Anais...** Curitiba: Universidade Positivo; 2015.

UOL. **Mais de 4 milhões têm "gatonet"; veja os riscos das caixas de TV pirata.** Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/08/22/gatonet-42-milhoes-tem-acesso-ilegal-a-canais-pagos-de-tv-veja-riscos.htm> Acesso em: 06 nov. 2019.

QUINTAL, Jossias. **Relatório da Comissão Parlamentar de Inquérito com a finalidade de investigar fatos relacionados à pirataria de produtos industrializados e à sonegação fiscal.** Brasil: Câmara dos Deputados, 2003. 311 p. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-temporarias/parlamentar-de-inquerito/52-legislatura/cpipirat/relatoriofinal.pdf>> Acesso em: 20 abr. 2019.

URUGUAY. **Ley 9.739 Propiedad literaria y artistica.** Disponível em: <<https://legislativo.parlamento.gub.uy/temporales/leytemp678911.htm>> Acesso em: 23 jun. 2019.

VAN DER ENDE, M.; POORT, J.; HAFFNER, R.; BAS, P.; YAGAFAROVA, A.; ROHLFS, S; VAN TIL, H. **Estimating displacement rates of copyrighted content in the EU (final report).** Brussels: Publications Office, European Commission. 2014. Disponível em: <https://cdn.netzpolitik.org/wp-upload/2017/09/displacement_study.pdf> Acesso em: 15 maio 2019.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

APÊNDICE A – Reportagens dialogadas no grupo focal

JORNAL	MANCHETE	DATA	DESDOBRAMENTO
UOL	Mais de 4 milhões têm "gatonet"; veja os riscos das caixas de TV pirata	22/08/2019	Um estudo da ABTA estima que 4,2 milhões de brasileiros fazem uso de canais pagos de TV, de forma ilegal, infringindo a lei dos direitos autorais e a Lei Geral de Telecomunicações, além de expor os usuários a potenciais risco à saúde.
Olhar Digital	Operação desmantela rede de IPTV pirata com mais de 700 mil usuários	19/06/2019	Em operação realizada na Bulgária, rede de IPTV com mais de 700 mil usuários no mundo todo é derrubada. A ação envolveu operações em oito cidades para desmantelar a infraestrutura e interromper com seu funcionamento, porém o caso não está encerrado e as investigações continuam.
Agora	Operação contra a pirataria fecha outro shopping no Brás.	10/09/2019	A prefeitura de São Paulo em conjunto da Receita Federal fechou um shopping no Brás, onde foi apreendido cerca de 400 toneladas de produtos. A ação realizada faz parte da segunda etapa da operação Promitheia, que teve início no dia 2 deste mesmo mês.
Correio Braziliense	Polícia Civil deflagra operação contra a pirataria na Feira de Importados.	31/07/2019	Agentes da Polícia cumpriram 14 mandatos de busca e apreensão na Feira dos Importados, com intuito de combater o comércio de bolsas falsificadas. O material foi apreendido em 14 barracas, e se comprovado que são produtos ilegais os suspeitos irão responder pelos crimes de violação à propriedade de marca.
G1	GDF e Receita realizam maior destruição de falsificados da capital	02/12/2011	O comitê de combate à pirataria do Distrito Federal em conjunto da Receita Federal, destruíram cerca de três milhões de produtos falsificados. Entre os produtos estão: 2 milhões de mídias, 3,7 mil quilos de maquiagens, 600 mil óculos, 28 mil relógios e 3,5 mil pendrives, que geraram um prejuízo de R\$ 8 milhões em imposto aos cofres públicos.
Correio do Povo	Prefeitura de Porto Alegre destrói cerca de 60 mil produtos irregulares	23/08/2019	Pelo menos 60 mil produtos foram apreendidos e destruídos, avaliados em R\$ 2 milhões, onde grande maioria se encontrava em galpões de comerciantes que agem de forma irregular. O lixo compactado que se produziu, foi encaminhado ao departamento municipal de limpeza urbana para ser distribuído dentre as unidades de reciclagem.
Época Negócios	Pirataria e contrabando causam prejuízo de R\$ 30 bi para a indústria.	16/09/2014	A indústria brasileira deixou de vender no ano de 2013, cerca de 30 bilhões de reais, e a cada ano por volta de 20 bilhões de reais em produtos são contrabandeados no Brasil, com sua entrada pelo Paraguai. Este mercado de produtos ilícitos junto da sonegação de impostos, compõem a chamada economia subterrânea.
Rolling Stone	Há 50 anos, bob Dylan lançava o 1º disco considerado	11/09/2019	No dia 11 de setembro de 1969, um álbum de Bob Dylan surgiu nas lojas de discos do Estados Unidos, no entanto, foi fruto de gravações que o cantor havia feito antes do

	pirata da história.		álbum ficar pronto, e foram divulgadas de forma prematura, e devido à falta de legislação sobre o assunto na época, foi vendido como um disco normal.
EXAME	Piratem meus livros, pede Paulo Coelho.	22/08/2012	O autor Paulo Coelho publicou um texto onde diz que ao longo de sua vida a pirataria só o ajudou a divulgar suas obras e atrair mais fãs. O autor mantém um site que incentiva o pirateamento de suas próprias obras, disponibilizando links para download em torrent.
Olhar Digital	Disney diz com clareza: compartilhar senhas de streaming é pirataria.	20/08/2019	A empresa Disney que começará seus serviços de streaming com o Disney+, fez parceria com uma empresa de TV paga para disponibilizar seus conteúdos, com intuito de restringir o compartilhamento de senhas de aplicativos. Já a concorrência deu uma declaração onde acredita não ser tão nocivo o compartilhamento, onde um CEO da Netflix diz que “ama que as pessoas compartilhem a Netflix”.
CIFRACLUBNEWS	Vocalista do Slipknot defende quem faz download ilegal de músicas.	11/01/2011	O vocalista da banda Slipknot diz entender o motivo que faz as pessoas baixarem músicas ilegais, pois a qualidade da música moderna está piorando e grande parte do material fonográfico é um “lixo”.
EXAME	Ir a shows está mais caro do que nunca, mas fãs não desistem.	11/09/2019	Os preços cobrados em ingressos de shows subiram nos últimos anos, em parte devido à pirataria que diminui a venda de discos e faz com que os artistas precisem arrecadar mais em shows, outra questão é a visão do mercado que percebeu o consumidor como disposto a pagar mais caro, assim aproveitando para inflacionar o preço.
Techtudo	“Para um artista pequeno a pirataria é o melhor negócio”, dizem DJs em mesa redonda.	11/02/2012	O tema de pirataria no cenário musical ocorreu em uma mesa redonda na Campus Party, onde os participantes disseram que a pirataria ajuda no crescimento do mercado, ao mesmo tempo que coloca alimento na mesa de muita gente que não tem acesso ao mercado legal devido à grande burocracia.
GauchaZH	Frente parlamentar de combate à pirataria é lançada no RS.	12/08/2019	Com intuito de combater a economia subterrânea, foi relançada a frente parlamentar que pretende agir na conscientização de crianças e adolescentes, além de servir como apoio às polícias realizando ações de repressão e elaborar leis.
Agência Brasil	Anatel combate pirataria de telecomunicações em 11 estados	18/09/2019	Anatel promove grande operação de fiscalização em 11 estados, e apreende mais de 23 mil produtos irregulares. As apreensões resultaram de uma fiscalização realizadas em empresas que receberam denúncias de associações e fabricantes de produtos.
EXAME	Campanha quer conscientizar sobre produtos falsificados.	14/01/2014	A campanha “produtos falsificados: não financie o crime organizado” realizada pelas Nações Unidas, busca alertar os consumidores que as práticas de consumidor

			produtos piratas e falsificados estão relacionados a diversos outros crimes, como a lavagem de dinheiro e estimula a corrupção.
Agência do Rádio	Aumentar pena para crime de pirataria pode ajudar na recuperação fiscal do Brasil, afirma especialista.	30/04/2019	No ano de 2018 o país deixou de arrecadar R\$ 193 bilhões devido às ações do mercado de produtos piratas e falsificados, e o aumento da pena para crimes que envolvem tal delito busca tornar mais grave a infração. Assim, aumentando a detenção de 3 meses a um ano, para 2 a 4 anos de reclusão, transitando da Vara Cível para Criminal o julgamento de tais atos ilícitos.
Olhar Digital	Do Torrent ao IPTV: como a pirataria está mudando de forma.	20/09/2019	Com o crescimento das mídias de streaming, as grandes empresas de mídia do mercado estão adotando para si este sistema, e com esta expansão do mercado um fenômeno passou a existir, a fadiga dos streamings. A fadiga dos streamings ocorre devido ao grande número de aplicativos que o usuário se recusa a pagar para ter acesso aos conteúdos que deseja, passando a optar pela pirataria.
Agência Brasil	Doria sanciona lei antipichação e proíbe grafite não autorizado.	20/02/2017	O prefeito de São Paulo sancionou uma lei que institui multa de R\$ 10 mil para quem pichar em imóveis públicos ou privados na cidade, grafites sem autorização também são vetados.
ConJur	Juiz explica diferença entre grafite e pichação ao proibir Doria de pintar muros	14/02/2017	O juiz da 12ª Vara de Fazenda Pública de São Paulo, proibiu o prefeito João Doria de apagar os grafites feitos pela cidade, com a justificativa de que é necessário proteger as manifestações culturais, sejam elas populares ou elitizadas. A ação questionou o fato de a prefeitura não ter consultado o conselho da cidade antes de sair pintando as manifestações artísticas.