

Nome: Lucia Mury Scalco; **E-mail:** luciascalco@hotmail.com

Instituição: Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Programa de Pós Graduação em Antropologia Social (PPGA)

Título do Artigo: A repercussão do regime transnacional da propriedade intelectual em nível local: a problemática do “*shopping popular*”.

Resumo:

Este artigo apresenta uma reflexão a respeito do regime transnacional da propriedade intelectual, contextualizando o consumo popular das *novas tecnologias* e as *políticas públicas de inclusão digital* no Brasil com o tema da *pirataria*. Como suporte teórico recorro, principalmente, aos estudos de Appadurai (2004) e De Certeau (2008). Através de uma etnografia realizada no comércio informal de Porto Alegre (RS), com camelôs e os mais diversos usuários de tais práticas, demonstro que a cultura digital cotidiana é construída a partir de tensões. Aponto ainda a existência de táticas e resistências que produzem novas formas de relacionamento social e econômico, formando a contrapartida do lado dos consumidores. Enfim, para além de qualquer julgamento moral ou ético, finalizo constatando que a *pirataria* pode ser vista como um crime ou como um gesto significativo de apropriação e ressignificações das mercadorias, construindo, dessa maneira, novos sujeitos e novos discursos dentro da sociedade de consumo.

Palavras chaves - Propriedade intelectual, consumo popular, pirataria, inclusão digital.

Abstract: In this article I ponder on the transnational legislation of intellectual property, by bringing together the consumption of new technologies by the working classes and public policies for digital inclusion in Brazil with piracy. I resource to Appadurai (2004) and De cERteau (2006) for a theoretical background. Ethnography of street sellers in the city of Porto Alegre, Southern Brazil, has revealed everyday culture to be a tension-based construction. . I point also to the tactics and forms of resistance that yield new forms of social and economic relations on the parto f the coumers. Finally, beyond any ethical or moral judgement, piracy can be regarded as a crime or as a significant formo f appropriation e ressignificance of goods, thus constructing new subjectivities and new discourses within society consumption society.

Key-words – intellectual property, popular consumption, piracy, digital inclusion

Introdução: o diálogo entre o global e o local;

Este artigo apresenta uma reflexão a respeito do regime transnacional da propriedade intelectual e o seu impacto no consumo das classes populares na aquisição de bens culturais digitais (em especial produtos como CDs e DVDs). A partir de uma abordagem antropológica, pretendo problematizar o encontro desse consumidor (das chamadas classes populares) com as restrições legais existentes a respeito de tais artefatos do mundo digitalizado.

Parto de dois vetores analíticos: o *global* – consubstanciado pelo acordo TRIPS¹, que rege as relações comerciais mundiais atualmente; e o *local* - onde emergem toda a tensão, uso e ressignificações do consumo de bens protegidos pelo regime da propriedade intelectual.

“A globalização não é um simples processo de homogeneização, mas de reordenamento das diferenças e desigualdade, sem suprimi-las.” (Cancline, p. 11,2006) Ou seja, a lógica do capitalismo globalizado continua sendo excludente, com novas estratégias de acumulação e segmentação, porém os modelos de análise que se baseiam na dicotomia entre o global e o local, e/ou na hegemonia do global – que, como em uma via de mão única produzem, impõem e moldam a cultura local - não conseguem perceber os intercâmbios, as contradições e as modificações existentes e possíveis. De acordo com

¹ (Trade-Related Agreement on Intellectual Property ou Acordo sobre Aspectos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio). É um tratado internacional, integrante do conjunto de acordos assinados em 1994 que criou a OMC (Organização Mundial do Comércio). É o tratado que regula a propriedade intelectual para os países pertencentes a esta Organização. Esse acordo foi um dos mais polêmicos e impôs, aos países subdesenvolvidos, um sistema muito mais duro acerca das patentes e direitos autorais. Todos os membros precisam reconhecer patentes em todos os campos tecnológicos, independente de seus estágios de desenvolvimento e contextos sócio econômicos. Além disso, o acordo não reconhece a liberdade de cada país em adotar leis e incentivos para o desenvolvimento, e o acordo possui mecanismos para penalizar seus membros que não cumprirem as regras estabelecidas. Como um dos seus eixos centrais, o TRIPS conta com uma forte organização internacional voltadas aos direitos de propriedade intelectual.

Appadurai (2004), “a nova economia cultural global tem que ser considerada uma ordem complexa, estratificante, disjuntiva, que já não podemos compreender em termos dos modelos centro-periferia preexistentes” (IDEM, p. 50, 2004).

Vários são os autores que estudam o tema das transformações tecnológicas na/da modernidade² e a nova forma da sociedade em que vivemos – denominada *sociedade da informação*³ – e que operam profundas alterações no âmbito da cultura moderna em quase todas as esferas, seja no trabalho, na produção, lazer, consumo, na socialização, na transmissão dos saberes, etc. Enfim, sabe-se que, sem dúvida, a informação e o conhecimento constituem hoje um fator-chave na vida social, na esfera econômica, política e cultural.

Conforme aponta Burke (2003), na atualidade, o capital passa a ser o conhecimento, sendo sua produção e comercialização fundamentais para a geração de riqueza. A velocidade da informação é outra das características da revolução tecnológica e uma das bases da globalização, que se transformou no “destino irremediável do mundo, um processo irreversível” (Bauman, p.5, 1999). Não é objetivo desse artigo, aprofundar a análise das transformações advindas da sociedade da informação, mas sim a constatação de que a informação é um recurso de poder e já faz parte, como veremos a seguir, do rol das demandas da cidadania.

Porém uma das ferramentas principais desse novo sistema passou a ser a proteção do conhecimento via o patenteamento das novas invenções e obras intelectuais. O debate sobre a propriedade intelectual é marcado, então, pela “disputa sobre o ponto de

² Destacando: Appadurai (1996), Bauman (2001), Canclini (1995), Castells (2005), Levy (1999), Ortiz (1994).

³ Sociedade da Informação é um termo - também chamado de Sociedade do Conhecimento ou Nova Economia - que surge no fim do Século XX, Fonte: Wikipédia

equilíbrio entre o estímulo a criação e o interesse social de usufruir o resultado da criação”. (Ortellado, p.3, 2002). Assim, de um lado, está o direito à informação, à cultura, ao entretenimento, ao conhecimento; e de outro, está o direito de autoria e da propriedade intelectual. E é justamente nesta fronteira que se situa o consumo de bens piratas – modalidade cada dia mais presente no cotidiano das pessoas.

A pirataria envolve os mais diversos produtos, desde roupas, livros, ou qualquer outro tipo de produto que possa ser copiado. Existe também a biopirataria, uma variação da pirataria, que é o tráfico ilegal de animais e ou recursos biológicos. A chamada pirataria digital é a atividade de copiar (sem a expressa autorização dos respectivos titulares), reproduzir ou utilizar indevidamente *softwares* ou qualquer outra obra intelectual legalmente protegida.

Teorizando essa prática, que pode ser considerada como uma apropriação democrática do conhecimento, principalmente em relação às classes populares, Lemos (2008) argumenta que:

Estas tensões aparecem de modo proeminente nas chamadas “periferias” globais e em muitos casos tornam a idéia de propriedade intelectual irrelevante, desconhecida ou não-implementável. (...) (IDEM, p.4, 2008).

Presença constante na mídia, a pirataria é um tema polêmico, em torno do qual existem muitas discussões. Está claro que questões abrangentes e complexas como essa, em geral, possuem mais do que uma resposta e mais de um ângulo de análise. Adentrando no objeto do artigo, qual seja, pirataria e os seus efeitos simbólicos (portanto culturais e sociais) das chamadas *reproduções ilegais* de marcas/produtos e obras para os consumidores populares, introduzo meu argumento mostrando que existe um forte

demarcador de classes operando nesta nova realidade, conforme detalho no item 2 do presente artigo.

Para se ter acesso a essa *cultura livre*⁴ e a todas as facilidades que a web proporciona e viabiliza - bens culturais e entretenimento - é necessário ter um computador com alta *performance* e memória, além de uma conexão banda larga, o que ocorre com somente cerca de 13 % dos domicílios brasileiros.⁵ Para a maioria dos consumidores das classes populares, o acesso às mídias digitais continua sendo realizado pela forma tradicional; ou seja, adquirindo os produtos de forma ilegal, mediadas pela figura do camelô. Esta prática na cidade de Porto Alegre (RS), como no resto do país, vem sofrendo repressão e criminalização cada vez maiores⁶. Inclusive, muitas cidades brasileiras estão adotando a construção de novos espaços⁷ os populares camelódromos, ou adaptando locais para a concentração deste tipo de comércio, que objetiva, conforme o discurso oficial do governo - um melhor ordenamento e controle do comércio ambulante (formal e informal)⁸, com o conseqüente “*cercamento*” físico desta prática.

⁴ Teoricamente qualquer pessoa conectada à rede atualmente pode ter acesso a livros, músicas, filmes e programas de computador em qualquer lugar do mundo e pode copiá-los a um custo ínfimo para o seu computador. O suporte material da obra, que até então era o papel, foi substituído por dispositivos de armazenamento com grande capacidade, possibilitando a posse de , por exemplo, bibliotecas pessoais em formato digital. Esse também é o título do livro de Lawrence Lessig (2004), que critica a lei atual da Propriedade Intelectual.

⁵ Fonte: Documento Barômetro Cisco de Banda Larga Brasil 2005/ 20010

http://www.cisco.com/web/BR/barometro/barometro.html?sid=166767_1 Acesso em 20/01/2009

⁶ Número de CDs e DVDs piratas apreendidos cresce 14% em 2008 Fonte:

<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL944070-5605,00.html> Acesso 15/02/2009

⁷ Em São Paulo esta prática concentra-se principalmente na Rua 25 de março e imediações, com cerca de 3.500 vendedores cadastrados e o Rio de Janeiro tem o Saara, no centro da cidade, com 1250 comerciantes.

Fonte:<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,MUL917990-5606,00->

[G+FAZ+UM+GUIA+DE+COMPRAS+E+SobreVIVENCIA+NA+DE+MARCO+E+NA+SAARA.html](http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,MUL917990-5606,00-G+FAZ+UM+GUIA+DE+COMPRAS+E+SobreVIVENCIA+NA+DE+MARCO+E+NA+SAARA.html) Acesso 13/02/2009

⁸ O número de ambulantes estimados no centro de Porto Alegre, conforme a Secretaria Municipal Industria e Comércio é de cerca 1,1 mil camelôs irregulares, além dos 420 ambulantes cadastrados e dos 230 vendedores da feira da Rua da Praia. Fonte: <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/smic/> Acesso: 02/09/2008

O termo *cercamento* foi usado recentemente por James Boyle (2002), para exemplificar o processo de regulamentação sobre a propriedade intelectual com o cercamento das terras devolutas, conceito marxista utilizado para explicar o processo de regulamentação e concentração do uso das terras de domínio público na Inglaterra, a partir do século 15. Estamos, dessa maneira, vivendo um segundo momento histórico, uma vez que a questão da propriedade intelectual é hoje a base do sistema econômico internacional. Desta maneira, as tentativas de regulamentação podem ser entendidas como um segundo *cercamento*, advindo da expansão dos direitos de propriedade intelectual, que vão desde o registro de patentes de conhecimentos científicos a patentes e direitos de propriedade sobre idéias, tecnologias de produção, *copyright*, etc.

A produção de bens piratas é muito vasta, atingindo diferentes setores da indústria. Neste artigo, tratarei de forma genérica o chamado *mercado da pirataria digital* - ou seja, tudo que pode ser digitalizado, (games, softwares, músicas, filmes, livros, etc.) - sem detalhar suas especificidades. Ressalto que cada um desses campos possui consumidores, produtores e mercado totalmente distintos e que estão, porém, vivendo um período de transformações nos seus respectivos modelos de negócio.

Este artigo inicia com dados preliminares da etnografia realizada durante o processo de transferência do comércio informal do centro de Porto Alegre (RS), problematizando a figura do camelô. Parto do exemplo empírico do informante André e o seu dilema em aderir ao novo modelo de comércio proposto pelo governo. Após, no item 2, para a compreensão das tensões, usos e ressignificações advindas do consumo da pirataria digital, introduzo uma breve sistematização sobre o surgimento da propriedade intelectual e do seu atual marco regulatório - o regime transnacional TRIPS. No item 3,

trago uma discussão sobre o consumo popular e as políticas públicas de inclusão digital no Brasil, problematizando tais temáticas ao relacioná-las com a pirataria digital. Finalizando, aponto a reação surgida da sociedade em resposta a todos esses *cerca mentos*, com a opção da construção de uma sociedade colaborativa. Neste sentido, também como resposta, é possível, para além de qualquer julgamento moral ou ético, ver a pirataria como um exemplo emblemático de resistência, construído na cultura cotidiana, “com táticas e resistência que produzem novas formas de relacionamento social e econômico, formando a contrapartida do lado dos consumidores” (De Certeau, p.41, 2006).

2. O Camelódromo

“A coisa ta feia, mas vai ficar pior. O novo camelódromo vai ter escada rolante, banheiro e praça de alimentação. Aposto que câmara de vigilância também. É uma armadilha. Ta louco...Eu acho que não vou”
(André, 32 anos)

Este relato é de um camelô que trabalha vendendo *pirataria* (jogos e softwares copiados ilegalmente) há 8 anos na Praça XV, referindo-se a transferência (compulsória) para o novo espaço destinado ao comércio informal de Porto Alegre. Os camelôs⁹ se diferenciam em muitas questões, não sendo uma categoria homogênea. Os trabalhadores que especificamente estou pesquisando são os que trabalham com bens culturais digitais piratas; (games, CDs de música, DVDs e softwares) e que estão sob forte repressão policial.

⁹ Para um aprofundamento do universo dos camelos ver trabalho de Pinheiro Machado (2004) “A Garantia soy yo”: Etnografia das práticas comerciais entre camelôs e sacoleiros nas cidades de Porto Alegre (Brasil) e Ciudad del Este (Paraguai)

Como sabemos, a pirataria envolve os mais diversos produtos, desde roupa, tênis, utensílios domésticos, remédios enfim, qualquer outro tipo de produto que possa ser copiado. Porém os que estão sendo criminalizado e banidos do centro são os produtos que diretamente estão protegidos pelo regime da propriedade intelectual, como CDs de música, DVDs de filmes, softwares e games. Os demais produtos *pirateados* como roupas, bonés e brinquedos, assim como aparelhos eletrônicos, na maioria com procedência do Paraguai, são praticamente não questionados e não são apreendidos.

Tudo que viole direito autoral, sendo propriedade intelectual ou industrial é de competência da fiscalização da polícia¹⁰. porém existe uma diferença, nos casos de pirataria de CD e DVD, essas são ações *públicas incondicionadas* (independe de uma queixa crime ou de uma denúncia) e fiscalizam e combatem tanto o camelô, quanto o fornecedor. Porém nos casos de cigarro, tênis, camisa de marca, bolsa falsificada e etc. , há uma dependência de representação das associações. Caso a polícia agir sem esta representação incorrem crime de abuso, porque estão agindo sem serem convocados. Então, o chinês, o camelô na rua, vendendo tênis de marca, camisas e outros produtos de várias marcas falsificadas não podem ser apreendidos se não tiver uma representação formulada pelas empresas que representam aquelas marcas.

Conforme revelou a pesquisa de Pinheiro Machado (p.128, 2004)

“o comércio do camelódromo de Porto Alegre, na realidade, é apenas a ponta de um iceberg que tem sua origem em Ciudad del Este. O sistema mercantil que nasce lá abarca milhares de trabalhadores no Brasil inteiro, oferecendo a estas pessoas uma forma de sustento e de trabalho. Camelôs, sacoleiros e outros tantos trabalhadores, encontram nesse universo, não apenas remuneração, mas uma atividade que consideram honesta e que confere sentido a toda uma vida social”.(p. 128, 2004)

¹⁰ Fonte: <http://www.abpi.org.br/empauta/sexta/311008.pdf> - Acesso 18/02/2009

Em Porto Alegre (RS), assim como em inúmeros centros urbanos, é uma realidade o comércio dito “*pirata*”. Tal prática é realizada principalmente no centro da cidade e motivo de constantes conflitos entre diferentes atores envolvidos, tais como camelôs, lojistas, estado, polícia, etc. Para resolver esse impasse, o governo municipal, seguindo o exemplo de outras capitais¹¹, adotou como solução a construção de um espaço denominado de Centro de Compras Popular (conhecido também como camelódromo ou shopping popular), o qual pode ser considerado um exemplo emblemático de toda a tensão existente quando ao tema da *pirataria*.

A instituição que regulamenta o comércio é a Secretaria Municipal da Produção Indústria e Comércio, (SMIC), que agora conta com a ajuda da Brigada Militar e da polícia para o auxílio na repressão e combate à pirataria. Essas ações são patrocinadas pela Prefeitura e fazem parte do projeto de *Revitalização do Centro*¹². O referido Projeto tem como meta maior a construção de um Centro Popular de Compras (CPC), local onde foi transferido todo o comércio informal do centro de Porto Alegre. O discurso oficial (que serviu inclusive de argumento para recente reeleição do prefeito)¹³ é que a população obtém vantagens com essa nova opção de compras. Ao proibir o comércio ambulante em todo o centro¹⁴, a idéia é a que esta solução irá *limpar* as ruas, transformando assim as práticas de comercialização, circulação e consumo do comércio

¹¹ Reserva de um local específico para o comércio dito popular. Em São Paulo esta prática concentra-se principalmente na Rua 25 de março e imediações, com cerca de 3.500 vendedores cadastrados e o Rio de Janeiro tem o Saara, com 1250 comerciantes. Fonte: <http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,MUL917990-5606,00->

[G+FAZ+UM+GUIA+DE+COMPRAS+E+S SOBREVIVENCIA+NA+DE+MARCO+E+NA+SAARA.html](http://www.portoalegre.rs.gov.br/noticias/interna.asp?proj=82&secao=1500&m1=32837)
Acesso 13/02/2009

¹² Projeto da Prefeitura Municipal, retomado em 2005 pelo Prefeito Fogaça que procura, através de parcerias com o governo estadual, federal e a iniciativa privada financiamento para diversas ações para a revitalização do centro da cidade. Fonte:

<http://www.portoalegre.rs.gov.br/noticias/interna.asp?proj=82&secao=1500&m1=32837> Acesso:3/02/2009

¹³ Fonte: http://eleicoes.uol.com.br/2008/porto-alegre/portoalegre_segundoturno.jhtm Acesso 15/02/2009

¹⁴ Somente os artesãos poderão continuar vendendo objetos no centro, desde que comprovem que são eles que confeccionam os produtos.

informal no centro. Aos camelôs, a promessa é a de que um espaço legalizado, com endereço, maior segurança e conforto trazem muitas vantagens comerciais.

No total, foram disponibilizados 800 boxes de 4 metros quadrados. Cada um tem pontos de luz, água, esgoto e telefone. O aluguel é de 400 reais em média (dependendo da variação da metragem dos boxes) e é pago diretamente para a empresa responsável pela construção. O Camelódromo possui ainda lojas-âncoras, como restaurante popular, farmácia, agência bancária, jardins, praça de alimentação, sanitários, acesso para deficientes e policiamento. Tenho, através da etnografia realizada e das notícias nos jornais¹⁵, acompanhado todas as discussões e polêmicas que envolveram a sua construção, como; a forma adotada pela Prefeitura em licenciar a exploração do Camelódromo por 25 anos a empresa construtora; a pertinência do local escolhido (considerado longe da circulação das pessoas no centro); os conflitos dentro da categoria sobre os critérios na distribuição dos Box, (antiguidade ou sorteio); melhor época para a transferência. Enfim, o fato é que a mudança gerou muita apreensão entre os vendedores ambulantes, mesmos para os regularizados. Dona Ruth, 58 anos, 32 anos *de rua*, que atualmente vende bonés e camisas de times de futebol, comemorou a notícia do adiamento da inauguração do shopping:

Melhor, né minha filha, aqui a gente não paga pra trabalhar. Mas lá, assim que inaugurar, tudo é pago. Não quero ser desanimada, mas não pode dar certo... a gente e os fregueses estão acostumados a estar livre, vendo o céu, e agora vão nos empuleirar... acho que até depressão vai dar no pessoal. Eu só quero ver, não tô agorando, mas vai mudar muito pra nós. Pros fregueses também. A maioria compra porque viu e gostou, não vão querer ir até lá, só pra gastar dinheiro. Tá difícil de vender filha, e lá, muito pior....Me endividei, comprei logo dois box porque achei que um era pequeno demais. Agora to meio arrependida. Minha despesa de saída será de 800 reais. Fora tudo que já gastei. Não gosto nem de fazer contas...Ah, mas tá ficando bonito. Se

¹⁵ Ver matérias relacionadas em: www.clicrbs.com.br

não der certo, a gente passa pra frente, ne? (Acredito que ela tenha dito isso tentando se convencer também).

Porém muitos camelôs defendem a mudança pelos ganhos nas condições de trabalho, longe das intempéries do tempo (sol e chuva), das horas perdidas diariamente com a montagem e desmontagem das bancas, etc. Inclusive o SEBRAE do Rio Grande do Sul, está oferecendo para esses ambulantes cursos de capacitação: *Como Vender Mais e Melhor e Despertando e Legalizando* com informações sobre registro de uma empresa e suas vantagens. Complementando esta tentativa de *formalização* do comércio dito *informal*, diversos bancos agora estão procurando os camelôs e oferecendo linhas de crédito com cifras em torno de R\$ 40.000,00. A Dona Ruth, resumiu a nova situação, em tom de ironia, brincou; *Não vamos mais ser camelôs, agora a gente virou lojista....gente importante que tem loja!*

O informante com quem mais convivi durante a etnografia foi o André (32 anos). Ele pratica surf, viaja com frequência para Santa Catarina e atualmente está construindo uma casa em uma praia neste estado. É casado e tem uma filha de 5 anos.

A seguir, transcrevo algumas passagens que ilustram o seu receio com as novas regras que irão operar no centro, a partir da inauguração do CDC (Shopping popular). Ele não é o dono da banca onde trabalha, e paga mensalmente um aluguel de cerca de R\$ 600,00 reais por mês, o que é proibido pela legislação, mas é uma prática comum entre os camelôs. Se ele somar o referido valor com o aluguel do camelódromo, o seu negócio torna-se, conforme suas palavras, *inviável*.

Porém, André não é só camelô. É ele quem copia os *games*, abastecendo todo o centro da cidade. Ele compra os DVDs virgens no Paraguai e copia os produtos. No

início das suas atividades ele copiava softwares também, mas me explicou que agora esta só trabalhando com *games*¹⁶.

Ta tudo bem especializado. Existem muitos jogos, preciso saber de tudo, os lançamentos, as versões, não é fácil. Eu até tenho softwares para vender, se tu precisar de qualquer coisa, eu consigo, mas não sou eu que faço. Só copio games e já não dou conta. Não dá nem tempo de fazer as capinhas. Acaba indo tudo na caneta mesmo. Vende igual...!

Por diversas vezes suas mercadorias já foram apreendidas e inclusive ele já foi preso. Não por comercializar a pirataria, mas por produzi-las. No final do ano passado foi pego pela fiscalização o que lhe acarretou altos prejuízos financeiros. Calculou em mais de 20 mil reais, entre 4 computadores¹⁷, impressoras e grande estoque de CD piratas. Prenderam também o carro novo, o celular, nas suas palavras *uma tragédia*.

André é especialista em *games* e o seu conhecimento e erudição impressionam. Confessou que precisou aprender inglês *na marra*, até para saber dizer os nomes dos produtos que vende. Possui uma clara e notável liderança no local, advindas do seu amplo conhecimento do mercado, e do tempo de *rua*. Todas as vezes que conversávamos, sempre éramos interrompidos por alguém solicitando algum tipo de informação sobre *games*, versões, etc. Não só clientes, mas principalmente os outros vendedores, de outras bancas, que o procuram para tudo.

Nos nossos primeiro encontros ele estava decidido a não aderir à proposta do camelódromo, inclusive relatou-me seu desejo de procurar alguma alternativa de trabalho. Primeiro tentou alugar uma loja, (*mas é difícil, precisa ter tudo certinho, CGC,*

¹⁶ O mercado de *games* movimenta cifras milionárias; O mercado é dividido entre os jogos para computador ou para os *video games*, destacando os das marcas Playstation (Sony), Nintendo (Wii) e o Xbox 360, (Microsoft), sendo uma prática comum o mesmo jogo possuir uma versão para *video game* e outra para PC.

¹⁷ 3 computadores que gravam CD e DVD e um especial, com 4 *baias* (leitor de mídia). Todos equipados com um programa que acelera o tempo gasto para a gravação, com uma duração média de 10 minutos a operação de reprodução.

cadastro limpo, uma burocracia só), depois me relatou que estava impressionado *como o pessoal anda ganhando dinheiro fácil, com a bolsa*. Estava decidido em investir na bolsa de valores, e para tanto procurou inclusive um curso para novos investidores, porém, ao se informar com mais profundidade sobre a atividade desistiu por achar muito arriscado. André sempre parecia estar procurando novos negócios, novas oportunidades. Ele estudou por 3 semestres em uma universidade particular cursando educação física. Porém desistiu de estudar *por fazer as contas e ver quanto ganharia*. Também, ao longo do tempo da etnografia, mudou de idéia em relação a continuar trabalhando de camelô.

Ta tudo difícil, mas não desistir e passar a ganhar uma miséria. A ida para o shopping vai complicar o meu negócio, mas não tenho escolha. Como tu já deve ter percebido, não ganho dinheiro aqui, mas preciso estar onde estão as pessoas. Entende?

Perguntei como e com o quê ele iria trabalhar no Shopping popular, pois o discurso é que será proibida qualquer pirataria digital no local. André respondeu, dando os ombros....

Qualquer coisa.. teclados, cabos, caixa de som, Ipobre (gíria usada para os aparelhos Ipod piratas e de marca diabo fabricados no Paraguai que reproduzem música no formato Mp3), qualquer coisa pra disfarçar, mas não tenho escolha, não posso perder espaço! Vou pagar pra ver. Todo mundo quer joguinho e não vão pagar a fortuna por um original. Uma maneira vai aparecer!

Expliquei que estava estudando o consumo da pirataria digital. Perguntei sobre a possibilidade de abordar alguns clientes na sua banca, o que foi aceito sem problemas. Atualmente, devido ao risco eminente de apreensão, os camelôs não expõem mais as mercadorias. As vendas geralmente são feitas por vendedores que ficam circulando e procurando clientes. Devido à proibição da exposição de cartazes, a oferta é realizada através da fala direta dos vendedores para os transeuntes da Praça XV:

“Play1, Play2, joguinho ou programa pra computador?!; Ta procurando o que amigo? (Abordagem recorrente ouvida no local)

Destaco, a seguir, toda a operação logística existente no processo de venda do produto pirata, que presenciei inúmeras vezes quando observava o local. Primeiramente o vendedor encaminha o cliente à banca especializada no produto (filmes, *games*, *softwares*), e ganha, por este trabalho, uma percentagem na venda. Após a escolha do produto, via catálogo, o vendedor comunica-se com o depósito por celular ou pelo rádio. Assim, um outro vendedor é selecionado para buscar o produto no depósito. Depois de 5 a 10 minutos (muitos não esperam, dizem estar com pressa e vão embora) o tal vendedor volta com a mercadoria escondida. E, como uma muamba, entrega rapidamente a mercadoria e pede para a pessoa esconder também.

Muitas vezes tentei abordar os compradores neste momento de espera na banca do André, mas confesso que foram poucas as tentativas com sucesso pois como relatei, o centro esta sendo constantemente fiscalizado e no local me afirmaram que inclusive um homem foi preso por comprar um DVD pirata. Por esse motivo, as pessoas ficam com medo e não querem conversar sobre o tema. De toda a forma, ainda assim, consegui alguns depoimentos. Uma senhora, avó de um menino de 9 anos, chamada Elsa (68 anos), explicou sua posição:

Pirataria não é crime, minha filha. É economia! Nem imagino quanto custa esse jogo original. Me disseram que custa muito mais que 100 reais. Meu neto vai dormir lá em casa e só isso que ele quer. Eu compro e ele fica feliz. Pago 5 reais e dura um final de semana...Depois cansa do mesmo jogo e compro outro. Não entendo muito bem, mas acho que eu e todo mundo faz assim ...

Outro rapaz, Flavio, 25 anos, que trabalha de vendedor em uma farmácia, me deu o seguinte argumento:

O dinheiro ta difícil hoje em dia! Quem vai pagar fácil 25, 30 reais em um CD enquanto pode comprar por 3, 5 na rua. Sei que agora baixam

direto na internet. Eu tenho computador mas ainda não deu pra ter internet... então compro na boa.

Outro jovem de 17 anos, estudante, que estava comprando jogo pra *Playstation*, falou:

Informação é um direito de todo mundo, não se deve pagar por informação. Na real, acho caro 5 reais por um CD pirata. Eles ganham muito também.... podia ser 3 reais.

Seu amigo, em tom jocoso completou....*Dona, se pirataria fosse pecado, eu iria direto pro inferno....eu e toda a galera que eu conheço!*

Em certa ocasião, encontrei no centro uma ex-aluna do Instituto Leonardo Murialdo, local onde realizei a etnografia para a Dissertação de Mestrado. Estava na Praça XV *só vendo as novidades*. Convidei-a para tomarmos um refrigerante e conversar um pouco. Seu nome é Jéssica e ela tem 16 anos. Contou-me que ganhou um computador de aniversário, mas não tem internet e assim acaba usando pouco. Conforme suas palavras:

Não me conformo, tenho computador em casa e ainda assim preciso ir em Lan House fazer trabalho e estudar. Só uso final de semana, e olhe lá! A conexão é muito cara. E o pior é que sempre tem que fazer atualização nos programas, é impossível esperar tanto tempo. Estamos tentando a conexão. Eu liguei pra Net, aquele plano de 39,50 mas eles não atendem onde a gente mora. O computador veio da loja com o Linux. Nem tentei aprender, um saco. Troquei pelo Windows, como todo mundo. Deu um monte de conflito, mas daí o João, da Lan House perto da minha casa me ajudou. Me copiou um monte de programas. Ele faz isso pra todo mundo. Ele pirateia a pirataria!

Depois eu perguntei à Jessica sobre filmes piratas e ela afirmou que não alugam mais. Antes a mãe tinha uma conta enorme na videolocadora, mas agora descobriram que é mais barato comprar do que alugar.

Minhas irmãs têm até coleção. A menor, de 12 anos, já tem tipo 80 filmes. Tudo pirata. Agora é uma senhora que vai lá em casa. Com dia

e hora marcado. A tal mulher disse que vende e é o filho que faz as cópias. Se sai ruim, ela troca numa boa.

Quando eu perguntei sobre se ela consumia pirataria ela disse: *Os paragueixon*¹⁸? Claro, adoro. *Quero ficar linda!*. Me mostrou o tênis que ela estava calçando. Era um vindo do *Shoppingchão*. (Não entendi e ela me mostrou o que era *Schoppingchão*, fazendo o gesto de que os tênis ficam no shopping da rua, expostos no chão). Nas suas palavras; *eu comprei assim, na rua, e tu acha feio? ..*

Nas minhas últimas visitas a Praça XV, não encontrei mais o André. Fui conversar com o seu vizinho que, após certa resistência, finalmente me passou algumas informações. *Tem um montão de gente aqui que não gosta dele* (referindo-se ao André), *sabia?* Afirmo com a cabeça que sim. Ele continua. *Mas é gozado, tudo aqui que eu tenho na banca (teclados, mouses, microfones, câmaras para computador, enfim, periféricos de informática) tudo é ilegal. Vem do Paraguai.* Pergunto se é ele quem vai buscar e ele me responde.

Deus me livre, não vale mais a pena o risco. Já foi o tempo. Já fui muitas vezes, anos, mas agora nem compensar, não compensa. Mas tudo aqui, (olhando pra banca dele) é ilegal e também falsificado. Se bater a fiscalização to ferrado. Lá no shopping novo, não sei como vai ser, por que vai ter um escritório da SMIC (Secretaria Municipal de Industria e Comércio,) Receita Federal, da Policia e da Brigada. Vai ta todo mundo lá... mas aqui, eles passam, a fiscalização, e nunca sou perturbado. O que eles vêm atrás é de cd, de DVD, filme. Ah, não pode também cigarro. O resto, não tão nem ai. Por isso é que o pessoal daqui, nos, os camelos, não gostamos muito de quem trabalha com isso, é só encrenca....além disso, quando tu chega aqui, não ficam te oferecendo toda hora joguinho, filme? Pois é, esse pessoal é perigoso. Não da pra confiar. Ninguém nem os conhece...são tudo novo e só querem ganhar dinheiro fácil.

São comuns frases de outros camelôs, como: *“eles só atrapalham o nosso trabalho”, “chamam fiscalização o tempo todo;”, “espantam os fregueses; só querem*

¹⁸ Gíria utilizada de forma irônica para se referir aos produtos fabricados no Paraguai.

ganhar; ganham muito fácil; to errado vender coisa ilegal, etc.”. Essas soam, a meu ver, como um paradoxo, vinda de trabalhadores, que abastecem suas bancas com mercadorias, na sua maioria, vindas do Paraguai e com entrada irregular no país.

Ilustrando este paradoxo, a primeira compra - que simbolicamente inaugurou o novo camelódromo - ocorreu quando o Secretário Municipal de Indústria e Comércio (SMIC) adquiriu por R\$ 25 reais um *pen drive*¹⁹, ironicamente sem nota fiscal. Além disso, em quase todas as bancas do local, é possível encontrar roupas e produtos falsificados de marcas famosas (em exposição) sem nenhum constrangimento. Apesar disso, o Secretário declarou à imprensa²⁰: “Produto pirata é proibido em qualquer lugar. Dentro do Centro de Compras teremos fiscalização diária” (sic).

A declaração do secretário, e a sua atitude de comprar um periférico sem nota fiscal e de procedência desconhecida revelam a repercussão do regime transnacional da propriedade intelectual operando localmente. Como veremos a seguir, a indústria do entretenimento (especialmente o cinema e a música), juntamente com a indústria de *softwares* tem tido seu desempenho comercial afetado pela pirataria. Em resposta pressionam e cobram do governo federal rigor no combate a essa prática. Caso contrário, ameaçam, através das Câmaras de Comércio, inviabilizarem a exportação de vários produtos brasileiros, taxando vários produtos nacionais.

Como resposta, o governo brasileiro aumenta a fiscalização nas ruas, com muitas operações de repressão. A repressão da prática da pirataria na rua é ainda possível, porém pode-se considerar essa repressão como um ato simbólico, uma vez que, de fato, é na

¹⁹ Fonte: <http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1&newsID=a2399793.htm>
Acesso 15/02/2009

²⁰ Fonte: <http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1&newsID=a2398591.htm>

internet, como veremos a seguir que estão ocorrendo às maiores violações à Propriedade Intelectual. E esta prática é muito mais difícil de ser controlada/fiscalizada e apreendida. As práticas se complementam (a pirataria da rua e da web). Conforme entrevista de um delegado da polícia especializado em combater a pirataria:

Chega a ser uma coisa chata porque a gente prende todo dia gente e, no outro dia, tem mais camelôs com uma quantidade de produtos piratas, às vezes, até superior. Para se ter uma idéia, fizemos, ano passado, uma operação na rodoviária onde foram mais de 100 mil DVDs apreendidos – numa ação conjunta entre a Polícia Militar, Prefeitura, Receita Federal e Polícia Civil. Quer dizer, um contingente enorme, onde foi preciso cercar todo o perímetro da rodoviária, do Iguatemi e ainda tomar conta das passarelas - e, no outro dia, parecia que não tinha sido apreendido nada. A gente se sente até constrangido (...) Isso é pela facilidade existente em se falsificar um CD. Qualquer vendedor pode ser um reproduzidor para ele próprio. Então, é como dizem: é o mesmo que enxugar gelo. (Del. Marcelo Tannus)²¹

2. A pirataria e a sua criminalização: o novo *cercamento* moral;

Antes de abordar a pirataria e a sua criminalização, introduzo uma ressalva: a escolha por produtos piratas não se restringe à população de menor poder aquisitivo. Até o atual Presidente da República²² do Brasil concedeu uma entrevista onde confessou que *baixa* música na internet e assiste filmes piratas. Como mostram inúmeras pesquisas, a pirataria não é uma prática vinculada à ordem financeira ou educacional, mas sim um fenômeno sociocultural que está presente em todas as classes sociais. Conforme o último levantamento “O consumo de produtos piratas no Brasil²³”, três em quatro brasileiros consomem produtos piratas. Detalhando um pouco mais o universo, vemos que os jovens entre 16 a 24 anos são a faixa etária que mais consome produtos piratas; Já em relação ao percentual de uso por classe social, os dados são: 68% (classe C), 65% % (classe B) e

²¹ Fonte: <http://www.abpi.org.br/empauta/sexta/311008.pdf> Acesso 14/02/2009

²² Fonte: <http://oglobo.globo.com> Acesso 20/01/2009

²³ Fonte: www.fecomercio-rj.org.br - Acesso: 22/01/2009

58% (Classe A). Entre os produtos mais comprados está o CD de música e o DVD de filmes.

Porém, com o advento da internet e da banda larga, é possível agora, ter mais uma opção de acesso a esses bens culturais e *baixar* esses produtos, assim como games, *softwares* e livros. Existem diferentes formas das pessoas trocarem arquivos pela *web*, sendo a forma mais usada e polêmica os programas P2P²⁴ (peer to peer, ou ponto a ponto, em português). Não há um servidor fixo e sim milhões de usuários trocando arquivos diretamente, de um computador para outro, o que torna praticamente impossível o controle e a repressão desta prática.

A lei define, no entanto, também como “pirataria” a intenção de compartilhar livremente materiais em formato digital. Mas a matéria não é clara, gerando polêmicas. Por exemplo, o usuário da internet que baixa os arquivos pode ser punido? Conforme matéria divulgada na imprensa:

Para o advogado Guilherme Alberto Almeida de Almeida, especialista em lei de internet, o ato de baixar um arquivo não é considerado crime, a não ser que a pessoa esteja lucrando com a cópia. Já para o advogado Attilio Gorini, especializado em indústria de entretenimento, sim, o usuário está cometendo crime previsto no art. 148 do Código penal (quebra de direito autoral).²⁵

Para compreender como o regime transnacional da propriedade intelectual - materializado através do marco regulatório do acordo TRIPS – impõe restrições e padrões excessivos, é preciso compreender como a idéia de Propriedade Intelectual foi concebida e naturalizada ao longo da história. Em termos jurídicos é possível definir Propriedade Intelectual como “o conjunto dos direitos resultantes das concepções da inteligência (...) tendo em comum a imaterialidade e fato de resultarem de atividade intelectual humana e

²⁴ Maiores detalhes ver REIS, Nicole, neste volume

²⁵ Fonte: publicado no Jornal Folha de São Paulo de 11/06/2007

não de força física”. (Hammes, p.18, 2002). Existem diferenças claras entre o direito à propriedade e ao direito à propriedade intelectual. Para Vianna (2005, p.4)

Esta é, e sempre foi, um instituto jurídico caracterizado fundamentalmente pelo direito de usar, gozar e dispor com exclusividade da coisa. (...) Um proprietário de um apartamento, por exemplo, tem interesse no uso exclusivo do imóvel, pois é evidente que não se sente confortável com a presença de pessoas estranhas. Já o autor de um livro ou um compositor de uma música tem justamente o interesse oposto. (...) Quanto mais pessoas lerem e ouvirem uma criação, tanto maior prazer trará a seu autor que terá seu talento reconhecido.

No entanto, sob o argumento da necessidade de se estimular a criação de invenções para o bem do público, criam-se recompensas materiais para o criador. As idéias, canções, livros e invenções foram protegidas para que os criadores não ficassem desestimulados de criá-las e expressá-las.

Conforme Vianna (2005), podemos dividir o direito da propriedade intelectual em dois grandes grupos: os referentes ao campo das artes e das ciências (direito do autor) e os do campo industrial (direito do inventor, de marcas). Pode-se afirmar que historicamente a preocupação com os direitos dos autores de produções intelectuais é recente, remontando a própria origem do sistema capitalista

Na antiguidade e na maior parte da Idade Média as dificuldades inerentes aos processos de reprodução dos originais, por si só, já exerciam um poderoso controle de idéias, pois o número de cópias de cada obra era naturalmente limitado pelo trabalho dos copistas. Com a invenção da imprensa, os soberanos sentiam-se ameaçados com a iminente democratização da informação e criaram um ardiloso instrumento de censura, consciente em conceder aos donos dos meios de produção dos livros o monopólio da comercialização dos títulos que editassem, a fim de que estes, em contrapartida, velassem para que o conteúdo não fosse desfavorável à ordem vigente.(IDEM, p. 3, 2005).

O direito à propriedade intelectual nasceu, então, como uma “política do governo para a concessão de um monopólio bastante restrito voltado à comercialização temporária

de determinadas criações intelectuais” (Carboni, p.80, 2007). Ou seja, o *copyright* (que quer dizer direito a cópia) elucida que a sua concepção deu-se não para proteger o direito dos autores, mas “somente garantir o monopólio de reprodução das obras. Firmou-se então a ideologia da produção intelectual, ocultando a venda do trabalho intelectual dos autores aos detentores dos meios de produção” (Vianna, p.4, 2005).

Com o tempo, a legislação de diversos países passou a considerar o direito do autor como algo próximo a um direito de propriedade, como um “direito natural do criador da obra intelectual”. (Carboni, p. 80, 2007). Com o aumento, porém, do poder da indústria cultural, a extensão do direito autoral tem sido ampliada²⁶, com a desculpa de estar modernizando-se. Como lembra Ortellado (2002) em meados dos anos 90, uma série de importantes obras em poder da indústria cultural, aproximava-se do prazo de expiração dos direitos autorais. E, mais uma vez, a legislação internacional “mais moderna” serviu de pretexto para a ampliação dos prazos de vigência dos direitos.

No período anterior à internet, a indústria que intermediava a produção intelectual tinha um sentido, porque transformava matéria-prima em produto, por exemplo, na confecção de um CD, os DVDs de filmes, os livros, etc. Na sociedade da comunicação em rede, no entanto, a distribuição passou a ser feita pela tecnologia, pela internet.

O posicionamento assumido pelo Brasil frente ao tema da propriedade intelectual é condicionado por muitos fatores e possibilidades internas e externas, dependendo do jogo de interesses e da sua capacidade de transformar e influir o curso dessas discussões. Pode-se afirmar que a posição do Brasil tem variado de uma posição passiva para a

²⁶A primeira lei é inglesa, de 1710 e dava ao criador o direito exclusivo sobre um livro por 14 anos. Já em 1841 estabeleceu-se o período de 20 anos depois da morte do autor a duração do direito autoral (Ortellado, p. 4, 2002).

liderança. Por exemplo, o país defende na Organização Mundial de Propriedade Intelectual, a flexibilização da propriedade intelectual. Em outros fóruns, ao lado da Argentina, lidera a chamada agenda de desenvolvimento. Possui posição de destaque na questão da defesa da saúde pública, impondo limites ao sistema de patenteamento de medicamentos, buscando uma harmonização e compatibilização com o acordo TRIPS, principalmente em relação ao grave problema da AIDS. Também possui posição destacada na proteção dos recursos genéticos e dos conhecimentos tradicionais associados. Em relação à informática, o governo possui um discurso de apoio e de defesa do *software livre*.

Especificamente em relação à Propriedade Intelectual, o combate à pirataria é uma preocupação constante do governo brasileiro. É uma realidade como política pública e possui diferentes frentes de atuação: legislativa, institucional, repressiva e educacional que, conforme o relatório denominado Brasil contra a Pirataria, (produzido pelo Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos Contra a Propriedade Intelectual) faz alusão a uma verdadeira “guerra” contra as organizações criminosas que financiam as atividades da pirataria, e que geram enormes perdas à economia mundial. Há a compreensão de que a pirataria e a falsificação possuem claros vínculos com grandes grupos de máfias internacionais, inclusive com o narcotráfico e o contrabando de armas, além do prejuízo monetário pela arrecadação de impostos e a consequente colaboração para a diminuição de empregos formais²⁷. Em termos jurídicos a pirataria fere a licença de copyright, protegido pela lei Antipirataria (10.695 de 01/07/2003 do Código de Processo Penal), que pune os responsáveis e dependendo dos casos a pena pode chegar a 4 (quatro) anos de reclusão de pena, e multa.

²⁷ Fonte: <http://www.mj.gov.br/combatepirataria/> Acesso: 12/12/2008

Já a reação da indústria de bens culturais, conforme Ochoa (2003), pode ser dividida basicamente em 3 estratégias; a primeira se dá a nível tecnológico, onde a indústria tenta *contra atacar*, tentando desenvolver empecilhos que impeçam a reprodução. Uma segunda opção é a busca da intervenção dos governos nacionais para a repressão e perseguição policial para tais práticas. E por fim, a procura de novos modelos de negócios para o direito autoral, adaptando-se aos avanços irreduzíveis das novas tecnologias.

Sem dúvida, a indústria cultural mundial está em crise e aqui no Brasil a reação do governo priorizou a forma repressiva. Esta pode ser representada pelo slogan da campanha do governo: “a pirataria é crime: denuncie”. (0800....)



Imagem do site oficial da campanha contra a pirataria, www.piratariatofora.com.br

Outro exemplo, são as campanhas da indústria cinematográfica, veiculadas nas cópias de DVDs, que literalmente *obrigam* o telespectador do filme assistir todo o conteúdo da propaganda antes do início do filme. Essas mensagens, de cunho moralista, procuram responsabilizar diretamente quem consome pirataria pelos problemas estruturais existentes na sociedade brasileira como o desemprego, a corrupção e o tráfico

de drogas. Reproduzindo algumas das falas vinculadas nessas propagandas antipirataria estão: *O dinheiro que circula na pirataria é o mesmo que circula no mundo do crime; Aceita o troco em bala? Obrigada por nos ajudar a comprar armamentos! Comprar DVD pirata é patrocinar o crime ou Você permite que seu filho cole na prova na escola?*

Enfim, habitualmente o que sempre ouvimos é uma desqualificação e uma demonização da produção de bens piratas. Estas campanhas, em tom acusatório, são mal recebidas (o público interpreta que a sociedade está transferindo a responsabilidade do problema para ele) e tendem a “cair no vazio”, como mostra um estudo encomendado pela Microsoft que objetivou desenvolver argumentos para campanhas contra o consumo de produtos ilegais/piratas no Brasil²⁸. Ou seja, o ataque à pirataria em si não vem trazendo resultados. Inclusive, o referido estudo aponta que, quem compra produtos originais tem sua posição questionada e rebaixada por sua atitude, sendo tratado como “bobo” ao pagar caro por um produto original. As novas campanhas agora irão apelar para o sentimento de ética e atacar o *jeitinho brasileiro* e a cultura de permissividade.

Já a pirataria, conforme Ortellado (2007), quando voltada para o consumo popular, tem a característica de oferecer acesso a bens culturais digitais.

O benefício comercial é enorme: a estimativa é de que se multiplica por sete o acesso a musica e por 2,5 aos filmes. Isso não causa prejuízo significativo para a indústria porque essas pessoas estavam excluídas do mercado, pois não têm meios econômicos para pagar R\$ 30,00 em um CD ou R\$ 60,00 em um DVD.(IDEM, 2007.)

Além disso, o referido autor, questiona o cálculo que a indústria cultural faz das suas perdas monetárias pois, conforme suas palavras:

Não se trata de um mercado que estava atendido anteriormente pela indústria tradicional, e que se esvaiu com a pirataria. O combate à

²⁸ Fonte: <http://www.microsoft.com/latam/presspass/brasil/2008/agosto/akatu.msp> Acesso: 20/01/2009

pirataria para os setores populares não cumpre nenhuma função sistêmica para a indústria, além de restringir o acesso dos pobres aos bens culturais. Isso, sem aumentar o mercado consumidor porque a participação dessa camada no mercado é marginal. (IDEM, 2007)

3 - O consumo das novas tecnologias²⁹ pelas classes populares;

Para a Antropologia, o fenômeno consumo é uma categoria central para o entendimento da modernidade, sendo possível “compreender uma cultura a partir dos objetos que ela produz e consome” (OLIVEN, 2005, p.7). O ato de comprar - mesmo quando percebido como uma escolha privada - é condicionado pelo contexto em que os indivíduos vivem, agem e interagem, sendo uma chave para o entendimento da sociabilidade contemporânea e uma das formas fundamentais de construção de identidade, além de ser definidor de pertencimento social e/ou de exclusão.

Para as classes populares, o ato de consumir vem sendo ampliado, já fazendo parte dos direitos constituintes do cidadão, tais como o direito à educação, à saúde, à habitação, etc. Para a efetiva participação na sociedade moderna é necessário consumir, incluindo, obviamente, os bens advindos das novas tecnologias, que já são considerados essenciais para a nova forma de sociedade em que vivemos – a *sociedade da informação*. As grandes redes de varejo e indústrias já perceberam esse novo mercado e, cada vez mais, procuram vender para o cliente de baixa renda. O mercado descobriu que, para se

²⁹ Defino como *novas tecnologias* o conjunto de tecnologias microeletrônicas, informáticas e de telecomunicações que permitem a aquisição, produção, armazenamento, processamento e transmissão de dados na forma de imagem, vídeo, texto ou áudio. Televisões, rádios, reprodutores de vídeo, materiais impressos e outras tecnologias convencionais, em tese, não são consideradas novas, porém todos os equipamentos estão convergindo para as redes de aplicação que utilizam o protocolo da internet. (BARBOSA 2005). Destaco, porém no meu estudo o consumo do *computador conectado a web* por ser o mais emblemático deste universo e estar muito relacionado a um estilo de vida contemporâneo.

expandir, é preciso vender para as classes C, D e E³⁰. Conforme dados divulgados pela consultoria Data Populares, para cada adulto das classes A e B, há 5,5 adultos nas classes D e E. Dessa forma, as famílias das classes populares passaram a fazer parte da estratégia de marketing. O discurso vigente é de que se trata de um consumo *inclusivo*, como um resgate da cidadania, que pode ser ilustrado pelo *slogan* de uma loja especializada para o comércio popular: “*Aqui você pode*”.³¹

A crescente difusão social das novas tecnologias de informação e comunicação é um dos fenômenos globais mais marcantes da atualidade e são reconhecidas como importantes fontes de progresso material e de bem estar. Por esse motivo, a chamada *revolução digital* vem sendo encarada pela maioria dos países em desenvolvimento como sendo capaz de gerar mudanças tão profundas como a revolução industrial nos séculos 18 e 19, além de ser uma oportunidade, uma *porta*, para que esses países consigam desenvolver-se. (Burke, 2003)

Basicamente, a exclusão digital³² tem sido compreendida como um processo simultaneamente econômico, cultural e social que afeta grupos sociais que não possuem os requisitos mínimos para ingressar na chamada sociedade da informação por não terem acesso a computadores e à internet.

³⁰ No Brasil o instrumento de segmentação da população é o seu poder de compra – diferentemente dos EUA e Europa, que segmentam pela renda familiar. A classificação dos consumidores em classes econômicas (A,B,C,D e E) é feita por meio de pontuação obtida pela posse de determinados bens e pelo grau de instrução do chefe de família. Os critérios que definem a que classe econômica foi instituído no país em 1996, por meio de uma pesquisa chamada CCEB (Critério de Classificação Econômica Brasil), desenvolvido pela Abep (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa) e servem como padrão de mercado. Fonte: www.ibope.com.br Acesso 20/01/2009

³¹ Fonte: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp1111200398.htm> Acesso 15/02/2009

³² É preciso cuidado com os conceitos que descrevem esse fenômeno. São recorrente nos estudos sobre as novas tecnologias a categoria analítica inclusão/exclusão digital. Essas palavras podem ser vistas como armadilhas, uma vez que o termo *excluído* passa a ser uma categoria definida quase inteiramente em termos de suas características negativas, reificando pré noções e preconceitos. (Fonseca, 2006)

Neste cenário complexo, porém, o governo - através da sua política de *inclusão digital* - tem priorizado e incentivado o aspecto material, investindo principalmente na compra de equipamentos³³. Em outras palavras, é muito mais fácil e rápido comprar equipamentos do que enfrentar todas as dimensões e dificuldades que envolvem a efetiva *inclusão digital*, principalmente nas questões relacionadas à infra-estrutura de conectividade e aos *softwares*, que são protegidos pelo direito de propriedade intelectual.

O consumo entre as classes populares de produtos tecnológicos está em alta no país e é o grande impulsionador da economia nacional. O Brasil já é inclusive o 4^a (quarto) ³⁴ mercado em volume de vendas de equipamentos tecnológicos, atrás dos Estados Unidos, China e Japão.

Entre as principais explicações para este novo fenômeno estão: estabilidade econômica, crédito farto, recuperação parcial de renda das famílias mais pobres e o barateamento do preço dos produtos e a saturação do mercado das classes mais elevadas. Se por um lado a compra dos equipamentos está sendo um sucesso, é preciso um olhar atento para os números desta “inclusão”, pois grandes são as disparidades entre as classes sociais e mesmo entre as regiões brasileiras. Por exemplo, enquanto o índice de domicílios com computador na *classe C* é de 9%, o da *classe B* é de 66%.³⁵ Além dos equipamentos, outro grande desafio do governo é desenvolver uma infra-estrutura de acesso à internet com *banda larga* ³⁶ para a maioria da população. Atualmente só 13% da população têm acesso a esse serviço.

³³ Alguns exemplos das prioridades do governo podem ser encontrados no Portal de Inclusão Digital do governo - <http://www.inclusaodigital.gov.br/inclusao>

³⁴ Fonte: <http://www.notebooks-site.com/blog/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-computadores/>

³⁵ A pesquisa "TIC Domicílios e Usuários" do Comitê Gestor da Internet . Fonte: <http://www.cetic.br/usuarios/tic/2007/rel-int-04.htm> Acesso 20/01/2009

³⁶ Banda Larga é o nome usado para definir qualquer conexão à internet acima da velocidade padrão dos modems analógicos . Usando linhas analógicas convencionais, a velocidade máxima de conexão é de 56

Para marcar bem esta posição (ou tensão), reproduzo um trecho de um documento oficial brasileiro³⁷ que ilustra, à luz do direito jurídico, o discurso do governo admitindo com clareza essa nova e importante demanda moderna e que também reforça a ligação existente entre *novas tecnologias e cidadania*:

O acesso à informação e o direito à comunicação são direitos inalienáveis do ser humano e, por isso, o acesso e a produção da informação utilizando tecnologias digitais de informação e comunicação (TICs) devem ser compreendidos como um novo direito humano fundamental, devendo ser respeitado, garantido e promovido pelo estado brasileiro.

Os números da pesquisa do Comitê Gestor da Internet do Brasil³⁸ (Cgibr) - órgão responsável pela produção de indicadores e estatísticas sobre a disponibilidade e uso da internet no Brasil - aponta que já são 24% os domicílios brasileiros que possuem computador e 17% possuem conexão a Internet e 13% com banda larga.

Esse aumento é o resultado dos programas de inclusão digital que facilitam a compra de micros pela população por meio do aumento de financiamento e da isenção de impostos. Outro dado divulgado é que a maioria dos brasileiros (49%) acessa a internet por meio de centros pagos, ultrapassando o acesso domiciliar. O acesso à *web* em centros públicos gratuitos (telecentros), ainda é modesto, cerca de 6%.

Para quem não tem computador em casa, a solução inovadora encontrada para a falta de conectividade são as chamadas *Lan House*³⁹ - locais onde as pessoas podem

Kbps. Para obter velocidade acima desta tem-se obrigatoriamente de optar por outra maneira de conexão do computador com o provedor. Atualmente existem inúmeras soluções no mercado. Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Banda_larga. Acesso em: 29/12/2007.

³⁷ Fonte: http://www.idbrasil.gov.br/docs_prog_gesac/docoficiais/pdf/II_Oficina_Relatorio_Sintese.pdf
Acesso em: 10/11/2007.

³⁸ Fonte: <http://www.cetic.br/usuarios/tic/2007/destaques-tic-2007.pdf> Acesso 15/02/2009

³⁹ Estabelecimento comercial onde as pessoas pagam para utilizar um computador. Os frequentadores são na maioria jovens que praticam jogos virtuais, servindo de local de encontro e sociabilidade. Para maiores detalhes, ver Dornelles (2008).

acessar a internet e jogar pagando por hora. Esses estabelecimentos comerciais, espalhados pelos bairros de periferia e favelas nas cidades brasileiras, vêm promovendo, para alguns especialistas como Vianna (2007) e Lemos (2008), uma inclusão digital inovadora e mais eficiente que os programas governamentais, criando assim um novo modelo de negócio *aberto* ou *open business models*. As *Lan*, além de reduzirem a exclusão digital, apropriam-se da tecnologia de forma autônoma e criativa.

O fenômeno demonstra que esses espaços, onde é cobrado de R\$ 0,50 a R\$ 2,00 por hora de uso, mostram ser mais eficientes do que os telecentros. Não que os telecentros sejam ruins. Pelo contrário, são essenciais. Mas são poucos e é caro mantê-los. Assim, as *Lan House* tornam-se uma grande alternativa nos lugares mais isolados e carentes”. (LEMOS, p.28,2008).

Relacionando ao tema da Propriedade Intelectual, o autor esclarece que:

Com a emergência da tecnologia digital e da internet, em várias partes de países em desenvolvimento (como as “periferias”) a tecnologia tem chegado antes da idéia de propriedade intelectual. Essa situação de fato propicia o surgimento de novas modalidades de industria cultural, que não são movidas pelos tradicionais incentivos da propriedade intelectual. Nesses novos modelos de negócios culturais, a idéia de compartilhamento e de livre disseminação do conteúdo é intrínseca às circunstâncias sociais que estão ocorrendo nas periferias. (IDEM, p.32)

Porém existe teóricos, como o sociólogo Sérgio Amadeu⁴⁰, que não acredita que estes estabelecimentos estejam promovendo a inclusão digital, uma vez que não capacita os usuários para a utilização das ferramentas disponíveis na internet. Para Amadeu as chamadas *Lan* são locais importantes, por gerarem empregos e oferecer acesso ao computador e a Internet para uma parcela da população, porém sem nenhuma perspectiva crítica, libertadora ou transformadora, reproduzindo, na sua essência, a relação excludente e individualista do “usa quem pode pagar”. Ressalta a importância dos

⁴⁰ Fonte: <http://www.inclusaodigital.gov.br/inclusao/noticia/lan-house-nao-e-solucao-para-inclusao-digital-diz-sociologo> Acesso 15/02/2009

telecentros - espaços comunitários com acesso gratuito para a população local que oferecem também oficinas e cursos de informática básica e que funcionam (ou deveriam funcionar) com *software livre*⁴¹ (SL).

Estes representam um novo modelo de produção e de geração de conteúdo por estimular a difusão do conhecimento livremente e por ser uma alternativa tecnológica para a barreira que representa a propriedade intelectual na questão da produção dos *softwares*. O principal exemplo é a própria internet, que não é propriedade de ninguém. Os protocolos que a fazem funcionar são de domínio público; ninguém paga *royalties*, nada é patenteado. Movimentos como o do *Creative Commons*; (a produção de forma aberta), a enciclopédia *Wikipédia* e *Comunidade mundial do Software Livre* apontam para outra lógica que não a de mercado, operando a partir da idéia do direito à informação e ao conhecimento, baseado no conceito de *commons*⁴².

Para Vianna (2005), a questão da implantação do *software livre* é a batalha política mais importante que está sendo travada hoje nos campos tecnológicos, econômicos, sociais e culturais. Porém o movimento do SL, apesar dos avanços, ainda sofre muitos obstáculos na sua implementação, devido principalmente à desinformação, ao monopólio do *Windows* vigente e à consequente falta de recursos humanos

⁴¹ Software livre é qualquer programa de computador que pode ser usado, copiado, estudado, modificado e redistribuído sem nenhuma restrição. A liberdade de tais diretrizes é central ao conceito, o qual se opõe ao conceito de software proprietário. Fonte: Wikipédia Acesso 20/01/2009 . Para uma discussão aprofundada, ver neste livro, capítulo ? Luis Felipe, neste livro.

⁴² Commons são conjuntos de recursos utilizados em comum por uma determinada comunidade. Todos os membros dessa comunidade podem utilizá-los, de forma transparente, sem necessidade de permissões de acesso. Sua principal característica é que ninguém tem o controle exclusivo do uso e da disposição de qualquer recurso particular (Benkler, 2007)

qualificados para a sua utilização. Reproduzo a seguir um trecho da Carta de Porto Alegre – Por um compromisso com a Inclusão Digital no Brasil (2006), que expressa o posicionamento dos participantes do evento e que problematiza questões chaves do movimento SL.

No Brasil, olhando desde a realização da primeira Oficina de Inclusão Digital, em 2001, é difícil construir uma análise negativa, mas tampouco se pode dizer que alcançamos as metas que propusemos. Avanços notáveis se deram no campo da construção do discurso. O software livre foi compreendido por setores importantes do governo brasileiro como estratégia não só para economia de recursos públicos, mas também como ponto de apoio para geração de novas oportunidades para pequenas e médias empresas brasileiras. A inclusão digital está em discursos e ações pontuais de vários ministérios, mas nenhuma ação concertada nacionalmente está em curso. O país desperdiça tempo, faz investimentos de pouca monta e a participação na economia do conhecimento pode estar sendo relegada a um segundo plano e reservadas às elites.⁴³

Neste sentido, o Programa Brasileiro de Inclusão Digital (Cidadão Conectado – Computador para Todos) é um exemplo emblemático das tensões existentes na produção e no consumo dos *softwares* (ou na disputa entre os *softwares* proprietários e *softwares* livres). Esse programa oferece à população de baixa renda um computador capaz de se conectar a Internet a um preço acessível e com a possibilidade de financiamento em até 30 parcelas mensais. O governo reduziu para indústria de informática alguns impostos, porém, em contrapartida, impôs um conjunto de requisitos mínimos de *hardware* e de *softwares*, entre eles o da utilização de *softwares* livres. O pacote oferecido pelos fabricantes são computadores com sistema operacional Linux e mais 26 *softwares* livres instalados para as mais diversas atividades. O programa é uma das primeiras experiências mundiais do uso, em massa, de *softwares* livre para usuários residenciais. Não se sabe ao

⁴³ Fonte: <http://www.softwarelivre.org/news/6720> Acesso: 20/01/2009

certo qual o número de computadores que permanecem com Linux, mas a iniciativa é considerada inovadora.

Recentemente, a ABES (Associação Brasileira Empresas de Software) divulgou uma pesquisa ⁴⁴ para avaliar o programa Computador para Todos. Os dados apontam que 73% dos entrevistados trocaram o sistema operacional livre pelo Windows da Microsoft, e a mudança se dá, em média, 31 dias após a compra do equipamento. Importante ressaltar que a ABES é uma associação formada também por empresas estrangeiras, entre elas a Microsoft. E esta entidade tem feito, desde o início, críticas ao programa. Argumentam que cabe ao comprador o "direito de escolha" do sistema operacional e aplicativos. A Microsoft chegou a oferecer o seu *Windows Starter Edition*, uma versão bastante limitada do sistema, com um *software* simplificado, e que abre no máximo três aplicativos simultaneamente, mas a proposta não foi aceita pelo governo.

Várias são as explicações para a preferência dos usuários por programas já conhecidos. Mesmo tendo em vista que se trata de uma pesquisa dirigida e encomendada por uma entidade com claros interesses econômicos neste projeto, não podemos ignorar o fato de que o mercado de software é um mercado propenso à formação de monopólios. A lógica é: quanto mais usado é um produto, mais fácil é usá-lo também. Ou seja, por que a maioria usa Windows – vou usar também, pelas facilidades de comunicação, e de produtos compatíveis. Criou-se um padrão e é este padrão que o usuário procura, não importando se este *software* é pirata ou não.

Existe, pois, um paradoxo nas políticas públicas governamentais, pois, ao mesmo tempo em que governo incentiva a informatização da sociedade, não oferece uma solução

⁴⁴ Fonte: http://idgnow.uol.com.br/computacao_pessoal/2006/11/21/idgnoticia.2006-11-21.0896416348/IDGNoticia_view/ Acesso 26/07/2008

viável para a questão, *conduzindo* assim a população à informalidade da pirataria, cuja prática está sendo cada dia mais criminalizada, através de uma “cruzada moralista” por violar os direitos da chamada PI (Propriedade Intelectual).



Paródia feita com a campanha anti-pirataria

Porém, várias são as iniciativas existentes pelo Brasil e pelo mundo, de novos tipo de modelo de negócios, onde os autores compartilham suas publicações na rede e conseguem uma distribuição mais horizontal dos ganhos nas diversas etapas da cadeia produtiva. “As novas maneiras de fazer formam a contrapartida, do lado dos consumidores dos processos mudos que organizam a ordenação sócio-política”. (De Certeau, p.41). Neste sentido, a cultura ordinária é antes de tudo uma “ciência prática do singular”, pois:

Uma prática cotidiana abre um espaço próprio numa ordem imposta (...): a prática cotidiana é relativa às relações de força que estruturam o campo social e o campo do saber. Apropriar-se das informações, colocá-las em série, montá-las de acordo com o gosto de cada um é apoderar-se de um saber e com isso mudar de direção a força de

imposição do totalmente organizado. É traçar o próprio caminho na resistência do sistema social com operações quase invisíveis e quase inomináveis. (...), a prática cotidiana restaura com paciência e tenacidade um espaço de jogo, um intervalo de liberdade, uma resistência à imposição (de um modelo, de um sistema ou de uma ordem): poder fazer é tomar a própria, defender a autonomia de algo próprio. (De Certeau, p. 341, 2008)

Diante do exposto até aqui, me proponho a pensar a pirataria como uma resistência, bem no sentido do conceito cunhado por De Certeau (2006), que estudou as astúcias sutis, as táticas de resistência que definem a arte de viver na sociedade de consumo.

Considerações Finais

- *Tu tem o photoshop*⁴⁵?
- *A versão CS4? R\$ 15, 00*
- *É uma versão craquiada*⁴⁶?
- *Claro, qualquer coisa traz aqui.*
(Trecho retirado do diário de campo, setembro de 2008)

No condensado espaço deste artigo, elenquei alguns apontamentos acerca das tensões e ressignificações existentes na prática descrita acima. Legalmente a pirataria é um crime e com as facilidades da internet, tornou-se algo fora do controle da indústria cultural, que tem como grande desafio encontrar novos modelos de negócios que tornem rentáveis, de uma maneira sintonizada com o momento do mundo, o trabalho do autor e dos proprietários de conteúdos.

Especificamente na pirataria de software, ao contrário do que pensa o senso comum, esta prática, conforme estudo polêmico na Inglaterra, mostra que a pirataria, por

⁴⁵ Programa proprietário mais usado para a edição de imagens, que tem um preço médio de R\$

⁴⁶ Gíria para referir-se ao desbloqueio da instalação do programa

exemplo, favorece o uso do sistema operacional da Microsoft, o Windows⁴⁷. Isso porque quanto mais pessoas usam o software, maior é o efeito rede, o que torna o mais valioso e permite que a Microsoft cobre mais por ele. Assim esses programas tornam-se referência, criando também publicidade gratuita.

Enfim, a prática da pirataria possui muitos ângulos para ser analisada. Esse mesmo *crime*, pelo olhar das classes populares, pode ser visto como uma *fratura*, pois a mesma tecnologia que não exclui desigualdades, abre brechas imprevisíveis que acabam promovendo a virtualização do conhecimento e novas formas de sociabilidade e inclusão social. Neste sentido, por R\$ 15 reais, conforme o exemplo acima, a maioria dos brasileiros passa a ter acesso a *softwares*⁴⁸ caríssimos e avançados do primeiro mundo. Ao refletir sobre os efeitos simbólicos (portanto culturais e sociais) da reprodução ilegal, constata-se que o que existe, na prática é uma situação social que não reconhece como legítimo o direito de propriedade intelectual.

Isso posto, a pirataria pode ser vista como uma prática ilícita ou como um gesto significativo de apropriação e ressignificações, que constrói novos sujeitos; portanto, novos discursos dentro da sociedade de consumo.

⁴⁷ Fonte: http://idgnow.uol.com.br/computacao_corporativa/2006/09/11/idgnoticia.2006-09-11.3554208066/IDGNoticia_view/ Acesso 18/02/2009

⁴⁸ No caso do referido *software* o preço no mercado é de cerca de mil dólares.

Referências

- APPADURAI, Arjan. *Dimensões Culturais da Globalização*, Lisboa, Teorema, 2004
- BARBOSA, Alexandre. *Cuidado, a internet está viva!*. São Paulo: Ed. Terceiro Nome, 2005.
- BENKLER, Yochai. A economia política dos commons. In: A comunicação digital e a construção dos commons: redes virais, espectro aberto e as novas possibilidades de regulação /Sérgio Amadeu da Silveira e outros. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2007
- BOYLE, J. *Fencing Off Ideas: Enclosure and the Disappearance of the Public Domain*. In: Ghosh, R. (ed) CODE: Collaborative Ownership and Digital Economy. Cambridge: The MIT Press 2002.
- BURKE, Peter. *Uma História Social do Conhecimento, de Guttenberg a Diderot*. São Paulo, Editora Zahar, 2003
- BAUMAN, Zygmunt. *A Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1995.
- CASTELLS, Manuel. *A internet e Sociedade em rede*. In: Por uma outra comunicação. MORAES, Dênis (Org). Rio de Janeiro: Editora Record, 2005.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano; artes de fazer*. Petrópolis, RJ, Ed. Vozes, 2008.
- ESCOBAR, A e PARADO, M *Movimentos Sociais e BioDiversidade no Pacífico Colombiano* . IN: SANTOS, Boaventura *Semear e outras soluções: os caminhos da biodiversidade e dos conhecimentos rivais*. Rio de Janeiro, Ed: Civilização Brasileira, 2005
- FONSECA, Claudia; BRITES, Jurema (Orgs.). *Etnografias da Participação*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- HAMMES, Bruno Jorge *O Direito de Propriedade Intelectual*, Rio Grande do Sul, ED Unisinos, 2002
- LEMONS, Ronaldo. *From Legal Commons to social Commons – Brazil and the Cultural Industry in the 21 st Century (Working Paper)*. Center for Brazilian Studies. University of Oxford, 2007. Disponível em: <http://dlc.dlib.indiana.edu/archive/00002304/>
- LESSING, L *Free Culture, 2004* Disponível em: www.free-culture.cc/frecontent www.

OCHOA, Ana Maria *Musicas Locales em Tiempos de Globalización*, Buenos Aires, Ed: Editorial Norma, 2003

ORTELLADO, Pablo *Por que somos contra a propriedade intelectual?* Disponível em: http://www6.ufrgs.br/antropi/doku.php?id=contra_a_propriedade_intelectual#por_que_somos_contra_a_propriedade_intelectual

SELL, Adeli *Pirataria aqui não* Porto Alegre, Editora Kad, 2004

VIANNA, Hermano. *As pessoas estão aprendendo mais fora da escola*. Educação & Internet: Os prós e os contras da rede. Jornal *O Globo*. Rio de Janeiro, sexta-feira, 27 de agosto de 2007, p.12-13.
