

Pirataria e crime organizado: ligações perigosas?

Arthur Coelho Bezerra

Arthur Coelho Bezerra é doutorando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGSA/UFRJ) e mestre em sociologia pelo Instituto de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPER). Professor do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora (DCSO/UJFJ) e pesquisador do Núcleo de Estudos da Cidadania, Conflito e Violência Urbana (NECVU/UFRJ).

✉ NECVU / UFRJ. Rio de Janeiro – Rio de Janeiro - Brasil

✉ arthur.ufrj@ufrj.br

Resumo

Por serem termos cujas definições permanecem não consensuais, tem sido comum a associação estratégica, feita por alguns setores interessados, entre pirataria e crime organizado, tendo como chave de ligação o comércio de mídias piratas. Presente principalmente em países em desenvolvimento como o Brasil, tal comércio depende de uma força de trabalho informal para movimentar a venda de mercadorias ilegais em espaços públicos das cidades. Esse mercado ilegal será aqui abordado a partir de um trabalho de campo realizado junto a um grupo de vendedores de mídias piratas no centro do Rio de Janeiro, trazendo como principal questão as possíveis ligações do que se entende por pirataria com aquilo que se possa entender por crime organizado.

Palavras-Chave

Pirataria. Comércio ilegal. Crime organizado.

O conceito de pirataria, outrora referente à atividade de indivíduos que saqueavam navios e cidades desde os tempos antes de Cristo, ganhou novo significado nos últimos séculos. Desde a promulgação da primeira lei de direitos autorais na Inglaterra (o *Statute of Anne*, de 1710), o termo tem sido usado para referir-se à violação desses direitos, como no caso da reprodução e da venda de cópias não autorizadas de bens culturais. Os dois principais documentos internacionais sobre o tema, ambos assinados pelo Brasil, partilham desse entendimento: a Convenção de Berna, de 1886, delibera sobre a apreensão de trabalhos pirateados (*pirated works*) pelas autoridades dos países signatários, enquanto o Acordo Relativo aos Aspectos do Direito da Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (TRIPs, na sigla original) de 1994, administrado pela Organização Mundial do Comércio (OMC), exige que as nações associadas prevejam procedimentos criminais e punições contra práticas comerciais do que é chamado de *copyright piracy* (PANETHIERE, 2005).

No Brasil, uma das medidas tomadas após a conclusão dos trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Pirataria, em 2004, foi a promulgação do Decreto nº 5.244, que definiu a pirataria em termos jurídicos (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2009). De acordo com a norma, pirataria é a violação de direitos autorais tratada pelas leis 9.610 (lei de direitos autorais) e 9.609 (lei de proteção de propriedade intelectual de programas de computador), ambas de 1998. É o caso das cópias não autorizadas de filmes, mú-

sicas, jogos eletrônicos e *software*. Assim como na definição britânica, o conceito brasileiro de pirataria não contempla a totalidade dos direitos de propriedade intelectual, mas tão somente aqueles ligados à violação dos direitos autorais. A infração dos direitos de propriedade industrial (como no caso de marcas e patentes) não é cometida por ato de pirataria, mas sim por *falsificação* (quando o *design* e as propriedades de um produto são copiados), *contrafação* (o tipo de falsificação que inclui a cópia da marca original, no intuito de enganar o consumidor) ou *contrabando* (quando mercadorias, falsificadas ou não, entram ilegalmente no território brasileiro). Deveria estar claro que pirataria e falsificação são coisas diferentes. Porém, não é o que acontece.

Desde o fim do século passado, o termo pirataria vem ganhando musculatura e sendo associado a atividades de contrabando, falsificação, contrafação, tráfico, evasão de divisas e outras vertentes de comércio ilegal. No livro de Moisés Naím (2006), a pirataria é usada para abarcar desde mídias piratas até bebidas e cigarros contrabandeados, acessórios falsificados de Gucci e Chanel, máquinas industriais produzidas com peças de segunda linha e passíveis de acidentes, placebos vendidos como Viagra e todo o tipo de medicamento vencido ou com fórmula adulterada. O mesmo entendimento foi adotado pela CPI da Pirataria (2004, p. 9), que, apesar do nome, investigou também a falsificação e o contrabando de brinquedos, bebidas e cigarros no Brasil. O deputado Luiz Antônio Medeiros, que presidiu a referida CPI,

classifica a pirataria como a “cópia, reprodução e utilização de qualquer produto”, tratando como sinônimos “pirataria, roubo, contrafação, imitação, adulteração, falsificação, reprodução fraudulenta, seja que nome tenha ou de que forma se apresente” (MEDEIROS, 2005, p. 22). Na imprensa brasileira, por sua vez, a pirataria assume contornos ainda mais elásticos, qualificando um amplo espectro de atividades irregulares, como as rádios comunitárias que não possuem licença governamental para operar (as “rádios piratas”) e os transportes alternativos que carecem de licenciamento (os táxis e as “vans piratas”). Também tornou-se comum ouvir âncoras de telejornais valerem-se da expressão “piratas da Internet”, em referência a *hackers* que invadem páginas virtuais da rede de computadores.

Nesse espectro tão amplo, uma das mais graves acusações dirigidas à pirataria é a sua associação com o que se convencionou a chamar de crime organizado. Mas diferentemente da pirataria, a expressão crime organizado nunca foi positivada juridicamente no Brasil. A lei brasileira apenas refere-se a “quadrilhas” ou “bandos”, descritos como a associação de três ou mais pessoas com o intuito de cometer crimes – o que, na avaliação do Social Science Research Council (SSRC), trata-se de um critério amplo o suficiente para abranger desde a falsificação e o tráfico internacional até a venda de produtos piratas em pequena escala (SSRC, 2011, p. 260). Mesmo a ideia de uma organização que é capaz de cooptar agentes do Estado esbarra na dificuldade, apontada por Michel Misse (2007, p. 142), de se distinguir onde há cooptação e onde há apenas mais um mercado ilegal, que oferece uma mercadoria constituída por relações de força e poder ou extraída simplesmente da autoridade pública, como uma

fração privatizada e mercantilizada da soberania do Estado. Para o autor, a variedade dos crimes e de seus contextos produz tamanha diversidade de organizações sociais possíveis de cometê-los que aglutinar numa só expressão essa multiplicidade conduz geralmente a grandes equívocos (MISSE, 2007, p. 141).

Para discutir aqui as relações entre a pirataria (segundo a sua definição legal) e o que venha a ser entendido por crime organizado, procurou-se estabelecer um diálogo entre os trabalhos de estudiosos do tema e a pesquisa de campo realizada em 2010. O mercado de pirataria, sua estrutura organizacional e suas possíveis ramificações com outras atividades ilegais serão construídos mediante a observação etnográfica desse mercado, complementada pela realização de entrevistas semidirigidas com vendedores de mídias piratas, aqui citados sob os pseudônimos Antônio, Deco, Jorge, Zinho, Viagra, Sônia, Seu Carlos e Argentino.

O trabalho de campo

O trabalho de campo da pesquisa nasceu em meio a longas caminhadas pelo centro da cidade do Rio de Janeiro e bairros vizinhos. Como sabem todos os seus habitantes, as calçadas dos centros comerciais das metrópoles são apinhadas de vendedores, legalizados ou não, que comercializam grande variedade de mercadorias, tanto legais quanto ilegais. O termo “cidade-bazar” foi utilizado por Ruggiero e South (1997) para descrever as feições de mercado oriental que são adquiridas pela cidade ocidental moderna, caracterizada pelo “embaralhamento” das fronteiras entre legal e ilegal, lícito e ilícito (TELLES, 2010). Na “cidade-bazar”, bares e restaurantes dividem sua clientela ávida por uma cerveja após o expediente com ambulantes e seus isopores cheios de latas geladas. Brin-

quedos, tênis, bolsas, óculos, relógios, bebidas, cigarros e outros acessórios de vestuário podem ser comprados tanto em lojas legalmente estabelecidas quanto “na mão” de comerciantes de rua. Esses trabalhadores, conhecidos como *camelôs*, comercializam praticamente qualquer tipo de produto que possa ser encontrado no interior do ambiente aclimatado das lojas.

As primeiras caminhadas pelo centro da cidade foram revelando as especificidades relativas à ocupação do espaço urbano, disposição das mercadorias, táticas de venda e interações com agentes da lei. Os primeiros contatos com os vendedores de mídias piratas foram facilmente estabelecidos, já que, *a priori*, qualquer transeunte é visto pelos camelôs como um potencial consumidor e, ao se dirigir um olhar curioso para as mercadorias dos vendedores, já se é interpretado como um consumidor interessado nessas mercadorias, incitando um contato direto dos vendedores. Informações relevantes foram coletadas a partir dessas interpelações, quando havia a possibilidade de migrar de perguntas mais “inofensivas” (sobre a qualidade da mercadoria, algo do interesse de qualquer consumidor) para outras mais investigativas (sobre a procedência, por exemplo).

A grande maioria dos comerciantes de mídias piratas ouvidos confirmou já haver trabalhado com a venda de algum outro produto na rua. Seu Carlos contou que anteriormente vendia livros. Zinho disse que começou a trabalhar vendendo água de coco, depois passou para a venda de salgados. Argentino e Deco vendiam cerveja no carnaval e em outras oportunidades pontuais. Deco revelou já ter trabalhado também com a venda de bolsas femininas. A mudança para a comercialização de mídias piratas, para alguns, aconteceu pelo

surgimento da oportunidade, como no caso de Sônia e Antonio, de contatos com pessoas que vendiam cópias ilegais de filmes no atacado, para serem renegociados no centro da cidade. O grande atrativo, aqui, é a alta possibilidade de lucro: conforme contaram Sônia e Deco, os DVDs eram comprados por cinco reais a cada três unidades, sendo vendidos, na rua, por dez reais, o que garantia um lucro de cem por cento, superior ao que conseguiriam com a venda de outros produtos.

Os vendedores de mídias piratas destacaram a grande procura por suas mercadorias e a possibilidade de conseguirem realizar boas vendas em pouco espaço de tempo. A maioria trabalhava apenas quatro horas por dia (“meio-expediente”, brincou Zinho), geralmente em torno dos horários de grande fluxo de pessoas nas ruas do centro, como no fim da tarde. Nesse período, em um bom dia, alguns chegavam a vender entre 200 e 300 reais, garantindo até 150 reais de lucro, ou seja, mais de 25% de um salário mínimo. Argentino, Sônia, Deco, Antônio e Seu Carlos afirmaram depender exclusivamente desses rendimentos para custear a própria sobrevivência.

No caso de Argentino, os bons ganhos permitiram a contratação de dois ajudantes (Zinho e Viagra). “Contratar” alguém em vez de ser “contratado” era outra vantagem; para Antônio e Argentino, a melhor coisa de seus trabalhos era o fato de poderem ser o “próprio patrão”. Rosana Pinheiro-Machado, ao etnografar sobre uma rota transnacional de circuitos informais entre China, Paraguai e Brasil, sintetizou o pensamento dos agentes que trabalham no mercado informal na seguinte frase: “se é para trabalhar como escravo(a), prefiro ser escravo(a) de mim mesmo(a)”.

Mesmo que o trabalho informal seja, indubitavelmente, fruto da maneira desigual com que o capitalismo se expande, não podemos negar que ele também tem sua origem na própria ética capitalista. O desemprego, nesse sentido, não constitui o único fator explicativo para o fenômeno da informalidade. Em última instância, é o *ethos* que faz com que os sujeitos legitimem-na socialmente, no momento em que estão imbuídos do desejo de ser patrão, de estar no topo da cadeia, de trabalhar por si próprio e, principalmente, de mandar. Podemos dizer, *lato sensu*, que o trabalho informal é resultado tanto das condições materiais produtoras de desigualdade, como da subjetividade dos indivíduos, motivados por um espírito empreendedor (PINHEIRO-MACHADO, 2008, p. 120).

Para descrever o *ethos* constitutivo do trabalhador informal, a autora recorre à noção de “empregabilidade/empreendedorismo” definida por Luís Antônio Machado da Silva: mecanismos de convencimento “cuja característica mais fundamental é a individualização e subjetivação dos controles que organizam a vida social, inclusive a produção material” (*apud* PINHEIRO-MACHADO, 2008, p. 120).

É grande o número de comerciantes de rua que atuam na informalidade. A posição de marginalidade em relação ao estatuto legal varia, de maneira decisiva, conforme o tipo de mercadoria que será comercializada. Segundo Misse, “a designação criminal de um certo tipo de mercadoria depende do seu significado contextual para a ordem pública, para a reação moral da sociedade e por suas possíveis (ou imaginárias) afinidades com outras mercadorias e práticas criminalizadas” (MISSE, 2006, p. 218). Da mesma forma, a incriminação efetiva dos agentes se mostra submetida a interesses, campanhas morais, visibili-

dade pública dos ganhos privados ilegais, ou ao montante de violências concorrentes mobilizadas (MISSE, 2006, p. 219).

Como tal contextualização depende de certos cursos de interesses nem sempre revelados, é possível que haja um “enfraquecimento da dimensão moral da designação criminal de uma mercadoria” (MISSE, 2006, p. 219) que abra brechas sociais para uma maior tolerância à comercialização de certos bens. A venda informal de cerveja, por exemplo, envolve uma combinação de revenda e serviço: o vendedor geralmente adquire o produto legalmente (ou seja, paga aos produtores e ao governo, que tributa o produto), compra o gelo (produto mais difícil de se garantir a procedência), arruma seu isopor e vai até o local onde o cliente está. O trabalho é informal, não recolhe imposto e não garante direito trabalhista ao comerciante, mas, por não envolver atividades criminosas, tende a ser tolerado pelas autoridades fluminenses. Já o comércio que envolve a interceptação de mercadorias roubadas sofre mais repressão em batidas policiais, durante as quais é exigida a apresentação de nota fiscal dos produtos vendidos, sejam eles relógios, garrafas de uísque ou aparelhos eletrônicos. Nesses casos, a ausência da nota pode resultar em apreensão da mercadoria pelas autoridades.

Outro tipo de comércio informal é aquele que movimenta mercadorias proibidas por lei, gerando a situação de “dupla informalidade” comentada. Mas mesmo dentro dessa categoria é preciso fazer distinções entre a venda de drogas e a de produtos falsificados ou piratas. No primeiro caso, os comerciantes não são considerados camelôs e sim traficantes, e possuem dinâmicas bastante distintas das que são observadas em relação à venda de qualquer outra mercadoria proibida por lei, com destaque para o uso de

arma de fogo e a incidência de confrontos armados, tanto com a polícia quanto com facções criminosas rivais. Segundo Misse (2007, p. 141), “o que parece demarcar a diferença nesse caso não é tanto o tipo de mercadoria ou a rede de comercialização, mas os efeitos diferenciais de violência que seu comércio pode produzir”.

Em relação a produtos falsificados e produtos pirateados, as dinâmicas são bastante semelhantes, com uma considerável vantagem para aqueles que comercializam mídias piratas: além de possuírem pouco peso e volume, permitindo a um camelô transportar mais de 100 unidades em uma pequena bolsa, as mídias em si não precisam ser expostas para o cliente, mas apenas uma reprodução das capas dos produtos vendidos – segundo Deco, “a madame não vai comprar uma bolsa só pela foto, mas o pirata ela compra”. E dentre as mercadorias piratas, há clara vantagem numérica para os DVDs de filmes e de *shows* de certos artistas consagrados. Isso é parcialmente explicado pela dificuldade dos usuários brasileiros de Internet para fazer *download* de filmes – uma combinação do grande tamanho dos arquivos de filmes e da baixa velocidade de conexão à rede no Brasil, o que causa morosidade nos acessos a conteúdo audiovisual, principalmente entre os estratos mais pobres.

A repressão policial aos camelôs

O comércio de rua é considerado problemático pelo poder público por uma série de fatores, que vão desde a informalidade da atividade (à margem de tributação fiscal), passando pelos riscos dos produtos vendidos à saúde da população e chegando à ocupação irregular do espaço público. De forma geral, a atividade só é legalmente permitida no Rio de Janeiro para aqueles que dispõem de pontos

concedidos pela Prefeitura, cuja obtenção por vias legais tornou-se praticamente impossível (MAFRA, 2005). No caso dos comerciantes de mídias piratas, a obtenção de qualquer licença é impensável, dada a ilegalidade das próprias mercadorias.

Para reprimir os camelôs irregulares, que são a grande maioria dos existentes (e todos aqueles que vendem CDs e DVDs piratas), existe um aparato policial e fiscal que atua conforme critérios específicos. Assim, a rotina de trabalho dos camelôs que ocupam as calçadas do centro do Rio é invariavelmente tensa, e conflitos entre esses trabalhadores informais e autoridades são recorrentes (embora de eficácia discutível). A condução da pesquisa de campo aqui apresentada se deu durante a gestão do prefeito Eduardo Paes, marcada pela realização de um conjunto de ações pontuais de caráter repressivo, com vistas ao ordenamento do espaço público – o chamado “choque de ordem”. Em algumas ocasiões da pesquisa, as calçadas que normalmente estariam cheias de vendedores e seus diversos artigos encontravam-se completamente vazias, indicando a realização recente de uma operação de repressão ao comércio informal no local. Em uma ocasião, enquanto era realizada uma conversa, Sônia avistou a Guarda Municipal e foi obrigada a esconder a mercadoria e atravessar a rua com seus colegas de trabalho (que voltavam a seus pontos logo após a saída dos policiais).

Além da Guarda Municipal, as principais instituições que atuam na repressão aos camelôs no Rio de Janeiro são a Polícia Civil – especialmente por meio da Delegacia de Repressão a Crimes Contra a Propriedade Imaterial (DR-CPIM) – e a Polícia Militar. A PM, como é popularmente chamada, foi apontada por alguns camelôs como a polícia com a qual há possibi-

lidade de “acerto”, ou seja, para a qual se pode pagar propina para poder trabalhar. A existência de tal expediente é previsível no contexto do comércio ilegal. Conforme esclarece Misse (2006, p. 222), “uma atividade mercantil que não se submete à regulação do Estado não se desenvolve sem apelar para recursos políticos próprios”. Daí o entrelaçamento entre dois mercados informais ilegais: um que comercializa mercadorias econômicas ilícitas; e outro que, parasitando o primeiro, produz e transaciona o que o autor chama de “mercadorias políticas”.

Por ficarem excluídos da proteção legal do Estado em suas transações econômicas, os agentes desse mercado tendem a desenvolver suas próprias agências de proteção, ou a se colocarem sob a proteção de cursos de ação ilegais de agentes estatais (policiais, servidores civis, juízes, políticos, militares etc.). As ligações “perigosas” possíveis entre a oferta de mercadorias políticas e o mercado informal ilegal de mercadorias criminalizadas abrem assim um leque de opções quanto ao emprego da violência (MISSE, 2006, p. 224).

A “economia da corrupção” é apontada por Misse como o principal tipo de mercadoria política. Nessa modalidade, o recurso político usado para produzir ou oferecer é expropriado do Estado e privatizado pelo agente. O autor cita a corrupção policial, que negocia a “liberdade” de criminosos e traficantes, como um exemplo de “mercadoria política produzida por expropriação de um poder estatal (no caso, o ‘poder de polícia’), fazendo uso de recursos políticos (a autoridade investida no agente pelo Estado) para a realização de fins privados” (MISSE, 2006, p. 220).

O comércio informal dos camelôs, por estar às margens das regulamentações legais, requer

a participação desse tipo especial de mercadoria e, por isso, liga-se, segundo Mafra (2005, p. 85), “à troca de favores, presentes e facilidades. Além disso, extorsões e cumplicidades ligam agentes fiscais e policiais aos camelôs”. Antônio, por exemplo, contou que só começava a trabalhar às 15h por causa do “acerto” que possuía com policiais militares. Seu Carlos disse que, embora não tivesse nenhum acerto formal, conhecia os policiais militares que transitavam pela sua localidade e que, em certas ocasiões, havia presenteado-os com alguns filmes piratas que vendia. Já Argentino reconheceu pagar “lanches” (o significado real do que seria o “lanche” ficou um tanto dúbio) aos policiais militares para poder trabalhar naquele ponto. Mesmo assim, sua postura revelava uma constante preocupação com a chegada de guardas municipais, com quem não possuía acordos. Já a sua percepção em relação aos policiais civis era a de que estes só levavam camelôs para averiguação se houvesse alguma obrigação nesse sentido, pois nos outros casos pareciam não querer realizar a detenção de gente que, segundo Argentino, “tá trabalhando, não tá aí roubando, cometendo crime, dando tiro nos outros”.

Pirataria e crime organizado

A autopercepção apresentada por Argentino – a do camelô como um trabalhador que tenta ganhar a vida honestamente, ainda que por caminhos informais – revelou-se um tipo de justificativa amplamente disseminado entre os comerciantes ouvidos, no sentido de afirmar o valor positivo do ato praticado (no caso, a venda de mídias piratas) em face da alegação do contrário (SCOTT; LYMAN, 2008, p. 147). Conforme visto, a opção por vender mídias piratas foi, em grande medida, associada não apenas à necessidade do trabalho, mas também a questões financeiras e de comodidade, aqui incluída a questão do tempo de

trabalho e da segurança. Além da recusa de um “emprego” que “não oferece condições de sustento nem a manutenção dos padrões de consumo desejados”, Mafra (2005, p. 94) comprovou que, “de forma recorrente entre os informantes da pesquisa, a prática da camelotagem aparece como alternativa ao tráfico de drogas”.

Para seu Carlos, o comércio de pirataria é visto como uma “chance de ganhar um dinheiro sem precisar ter que estar roubando”. Deco entende que o trabalho dele é prejudicial para as pessoas envolvidas na produção dos bens culturais, cujas versões piratas comercializa, mas temporiza dizendo que precisa trabalhar e que, se não estivesse vendendo pirataria, não sabe que tipo de coisa poderia estar fazendo. Argentino também diz algo parecido: “pelo menos eu tô vendendo filme, não tô vendendo droga”.

Segundo as pesquisas de Vera Telles e Daniel Hirata (2007, p. 174), o “embaralhamento” do legal e do ilegal, constitutivo do “bazar” metropolitano, oferece formas de “mobilidades laterais” (termo de RUGGIERO; SOUTH, 2007) que permitem que trabalhadores transitem entre o legal, o informal e o ilícito sem que por isso cheguem a se engajar em carreiras delinquentes. É aí que emerge o tipo-ideal do agente que “sobrevive na adversidade” (expressão usada por Hirata), localizado nos interstícios de dois tipos sociais distintos: o “pobre-coitado” (ou “zé povinho”) e o “bandido” (TELLES, 2010, p. 36). Nessa configuração, o comerciante de mídias piratas, apesar de atuar nas dobras da ilegalidade, não precisa se valer de expedientes de violência contra outras pessoas para contornar o quadro de escassez que lastreia o mercado formal de trabalho.

Entretanto, não é cotejando aspectos compreensivos que a *persona* dos camelôs tem sido

construída socialmente. Nos principais meios de comunicação de massa, de acordo com Mafra, há um claro viés depreciativo e acusatório perante a atividade dos camelôs, sustentado por um discurso alarmista que “denuncia as rotas de um comércio escuso e irregular, ligado à contravenção e ao crime organizado, e apresenta os camelôs como causa da ‘degradação’, da ‘sujeira’, da insegurança e da violência das ruas”. Ainda segundo a autora, “o discurso em prol da repressão traz sempre consigo a ideia da ‘perda de tributos’ por parte do Estado e da movimentação de um dinheiro invisível, advindo do comércio de bugigangas e falsificações, que financiaria o ‘crime organizado’” (MAFRA, 2005, p. 86).

Além dos veículos de mídia, órgãos governamentais e associações que representam grupos industriais e comerciais, no Brasil e no mundo, têm empreendido grandes esforços para associar a pirataria ao crime organizado, como é notório nas campanhas antipirataria veiculadas em salas de cinema e DVDs oficiais. Conforme destaca o estudo do Social Science Research Council (SSRC), a relação entre pirataria e crime organizado no país já havia sido levantada no relatório da Aliança Internacional de Propriedade Intelectual (IIPA) de 2001, cujo texto afirma que “elementos do crime organizado, de dentro e de fora do Brasil, exercem controle sobre a produção e distribuição de produtos que infringem *copyright*”. Nove anos depois, no relatório de 2010, o crime organizado continuava sendo apontado pela IIPA como “profundamente envolvido com a pirataria no Brasil”, destacando a presença de grupos que controlariam a distribuição de DVDs piratas no mercado negro no fim de uma complexa cadeia de comando (SSRC, 2011, p. 256).

Para as indústrias de conteúdo, estabelecer uma conexão entre pirataria e crime organizado

revela-se uma forma de sensibilizar governo e opinião pública para a gravidade de uma questão usualmente vista como de menor importância. A expressão crime organizado, internacionalmente vinculada às máfias italiana (Cosa Nostra) e japonesa (Yakuza), foi relacionada ao jogo do bicho no Brasil e, nas últimas décadas, passou também a ser usada em referência ao tráfico de drogas (MISSE, 2007). Ao ser associada a crimes mais graves, a pirataria alça novo *status* que permite a adoção de procedimentos policiais mais invasivos, a diminuição da preocupação com os direitos humanos dos envolvidos e o aumento do número de prisões e condenações, bem como das penas a serem cumpridas – o que, ao fim e ao cabo, representaria uma agenda para o combate mais incisivo à pirataria por parte das forças policiais e do sistema judiciário. É essa a principal meta dos grupos industriais em provar tal conexão, manifestada desde o citado relatório da IIPA de 2001, que exigiu do Brasil uma proposta de legislação que reconhecesse “o princípio de que a pirataria em média e longa escala configura um esquema de crime organizado” (*apud* SSRIC, 2011, p. 260).

O interessante é que, além de o termo “pirataria” ser geralmente utilizado em uma definição ampla, a própria definição de “crime organizado” não é consensual, nunca tendo sido positivada juridicamente no Brasil. Em seu livro mais conhecido sobre o tema, Peter Reuter (1983, p.175) escreve que a expressão “crime organizado” nunca contou com uma descrição satisfatória, ressaltando que as literaturas oficial e acadêmica apresentam definições contraditórias. Por ser um termo “em negociação”, é interessante para representantes da indústria que o seu entendimento seja o mais amplo possível, para que a prática de pirataria possa ser convenientemente nele acomodada.

É do conhecimento de delegacias especializadas no assunto, como a DRCPIM no Rio de Ja-

neiro e a Delegacia de Polícia de Crimes Contra a Propriedade Imaterial (DEPPRIM), no Recife, que existem centenas dos chamados “laboratórios” de fabricação de pirataria espalhados pelo país. São recorrentes as ações policiais que culminam no fechamento desses estabelecimentos, que nada mais são do que cômodos de imóveis com impressoras, monitores e torres de computador com gravadores de CDs e DVDs embutidos. Normalmente, segundo as investigações policiais, cada um desses laboratórios produz milhares de cópias de mídias piratas e é responsável pelo abastecimento de feiras e mercados locais. Só no Estado de São Paulo, em apenas um mês de trabalho (setembro de 2011), a polícia descobriu mais de uma dezena deles, em cidades como Sorocaba, Paulínea, Valinhos, Campinas e outras.¹ Não obstante, faltam indícios que apontem a existência de vínculos entre esses laboratórios: o que se vê, de fato, são iniciativas dispersas, organizadas em cadeias produtivas formadas por apenas dois elos, sendo que um deles corresponde aos laboratórios onde são produzidas as cópias piratas no atacado e o outro refere-se ao ponto de venda no qual as mercadorias são comercializadas no varejo.

Essa simplificação, entretanto, não leva em conta um dado muito importante, que embaralha as fronteiras entre pirataria, falsificação e contrabando. Diferentemente do trânsito ilegal de bens culturais na rede de computadores, que prescindem de qualquer suporte físico (além, obviamente, de algum espaço de memória no disco rígido), o comércio ilegal de bens culturais que acontece nas ruas depende de uma matéria-prima específica para a fixação desses conteúdos: a mídia virgem. Essas mídias, que podem ser compradas em atacado nos camelódromos e em lojas de informática, muitas vezes são, elas próprias, falsificações chinesas de marcas como Sony e Samsung, trazidas ile-

galmente para o Brasil pela prática de contrabando na tríplice fronteira. Um consumidor que compra um CD pirata muitas vezes leva para casa, além da cópia do bem cultural desejado, uma falsificação contrabandeada, ou seja, a própria mídia na qual o conteúdo foi gravado. Admitindo-se mais esse “elo”, delinea-se uma configuração que Telles (2010, p. 195) define como um conjunto de “redes superpostas de escalas variadas”, que partiriam do contrabando de mídias virgens pela fronteira do Paraguai (embora originalmente fabricadas no sudeste asiático) e passariam por laboratórios clandestinos de empresários do comércio ilegal ou, ainda, por pequenas produtoras piratas que utilizam *kits* de gravação comprados em lojas de produtos de informática formalmente estabelecidas em galerias comerciais. Mas se a procedência das mídias virgens usadas para a produção de mídias piratas pode indicar conexões com redes mais amplas de falsificação e contrabando, desse ponto em diante as associações parecem perder fôlego.

De acordo com a informação passada por vários deles, foram verificadas apenas duas configurações em que os camelôs obtêm suas mídias piratas: ou eles mesmos as produzem, baixando os conteúdos da Internet ou alugando CDs e DVDs em locadoras, ou compram em atacado de um fornecedor. Sônia, por exemplo, disse que seu fornecedor de DVDs piratas era uma pessoa “de confiança”, que já trabalhava há mais de sete anos com “o pessoal da pista”. Esse fornecedor, segundo contou, era dono de uma locadora e copiava os filmes à noite, depois do fim do expediente, para vendê-los para Sônia e outros comerciantes durante o dia. Já Antônio, que viajava para São Paulo a fim de encontrar com seu fornecedor, descreveu-o como alguém com “contato com uma rede de locadoras”.

O caso de Argentino tinha uma visível diferença. Embora dissesse aos clientes que seus

DVDs piratas eram, em sua maioria, “gravados de DVDs originais”, em algumas ocasiões pode vê-lo recebendo encomendas de fregueses mais frequentes, que vez ou outra pediam títulos específicos que Argentino trazia depois de dois dias. Segundo afirmou a um deles, “se não tiver na locadora a gente procura na Internet”. Conforme pude averiguar, algumas cópias de filmes recém-lançados no cinema que eram vendidas por Argentino estavam disponíveis na Internet.

Seu Carlos, por sua vez, tocava todo o seu negócio individualmente. Revelou-me que possuía uma boa impressora, com tinta de qualidade para imprimir as capas dos filmes, e contou ter acabado de investir 150 reais na compra de mídias virgens (que adquiria no camelódromo da Uruguaiana). Seu *modus operandi* consistia em alugar os DVDs de longa-metragens recém-lançados em uma locadora, copiar os filmes para o computador, baixar as capas na Internet e fazer, ele mesmo, as cópias em seu computador pessoal. A forma artesanal de trabalho de Seu Carlos é um exemplo de como o aumento da facilidade de duplicação de mídias no ambiente doméstico coloca em dúvida a ligação da pirataria com o crime organizado. Desde 2002, o relatório da IIPA já admitia que “a pirataria mudou de um perfil industrial internacional para um esforço doméstico semiprofissional” (*apud* SSRC, 2011, p. 262).

Custos de produção e margens de lucro em discos óticos despencaram, levando a um colapso dos preços. Em 2001, DVDs de qualidade normalmente custavam cinco dólares ou mais nas ruas. Em 2010, eles já custavam menos de um dólar no varejo, em muitas partes do mundo. Gravadores de DVD e mídias virgens são agora *commodities*, e sua maior disponibilidade levou à expansão maciça da pro-

dução local, ao deslocamento do contrabando e – em muitos países – à reorganização da produção artesanal em pequena escala, geralmente de base familiar. (...) Esse declínio dos custos é, ao nosso ver, o principal fator de influência dos mercados piratas e um crescente desestímulo ao tradicional envolvimento com o crime organizado (KARAGANIS, 2011, p. 39).

Com os preços de mídias virgens e de equipamentos eletrônicos de gravação tão acessíveis, tudo que o camelô precisa fazer para tornar-se um microempreendedor “dono do próprio negócio” é disponibilizar um capital inicial mínimo e aprender o *know-how*. Foi o que aconteceu com Reinaldo, um vendedor entrevistado por Mafra, que, ao dominar o modo de produção de cópias de programas de computador, não só deixou de comprar essas mercadorias como passou a abastecer outros camelôs com cópias de *software*:

Segundo seu relato, muitas das cópias vendidas são feitas por ele mesmo, em seu próprio computador. Ele fica a maior parte do dia num boxe do camelódromo, onde vende também a varejo e guarda toda a mercadoria — Reinaldo não me disse em que quadra fica o seu boxe. “No início”, disse ele, “eu vendia na rua as coisas que o meu cunhado trazia de São Paulo. Depois vim cuidar do boxe dele aqui no camelódromo, arrumando a mercadoria e atendendo os camelôs que vendem pra gente na pista. No início do ano passado [2003], compramos dois computadores, e rapidinho peguei as manhas. Hoje, a gente só trabalha com programas de computador” (MAFRA, 2005, p. 92).

Entre os casos apresentados, vê-se que as locadoras de DVDs de filmes e jogos e a própria Internet apresentam-se como as principais matrizes para a produção de bens culturais piratas, e que a cadeia produtiva da pirataria não costuma

ter mais do que dois elos, sendo um de cópia e produção das mídias piratas para venda aos camelôs (no atacado) e outro de venda ao consumidor final (no varejo). Em vez de uma estrutura complexa formada por nós e redes interligadas, o que se afigura é a existência de uma produção descentralizada de cópias piratas, formada por uma profusão de pequenos fornecedores e produtores sem maiores conexões aparentes.

Considerações finais

As histórias de vida dos camelôs que foram ouvidos para esta pesquisa envolvem uma série de fatores que orientaram suas trajetórias, desde reações à sombra do desemprego até iniciativas que caracterizam o espírito empreendedor típico do capitalismo moderno. Ao invés do vazio sugerido pela disseminada noção de exclusão social, existe, como enxergaram Telles e Hirata (2007, p. 188), “um mundo social tecido nesses terrenos incertos nas fronteiras porosas do legal e ilegal, do lícito e ilícito, e por onde transitam as ‘histórias minúsculas’ de que é composta a vida urbana”.

O trabalho de camelô, independente de estar ligado ao mercado ilícito de pirataria, sem dúvida encontra dificuldades para conquistar aceitação social, ainda que represente, para boa parte de seus integrantes, uma forma “digna” de sobrevivência. Vender mídias piratas ou outras mercadorias nas ruas não é exatamente uma ocupação de prestígio dentro do mercado social de trabalho, mas muitas vezes serve de “artifício usado na defesa contra outras acusações, como, por exemplo, a de ‘ser ladrão’” (MAFRA, 2005, p. 91).

É preciso lembrar, sem dúvida, que em muitos casos os próprios comerciantes de mídias piratas admitiram a existência de ligações entre a oferta de mercadorias políticas e o mercado informal ilegal de mercadorias criminalizadas. Não obstante,

os camelôs ouvidos fizeram questão de encerrar as suas “ligações perigosas” por aí, desautorizando maiores associações com outras práticas ilegais. Segundo as pesquisas feitas pelo SSRC no Brasil, vendedores de rua envolvidos com mídias piratas geralmente sentem-se ofendidos com associações entre a pirataria e o crime organizado, sendo que vários caracterizam a pirataria como uma alternativa a outras atividades, como o tráfico de drogas (SSRC, 2011, p. 261). O trabalho de campo aqui apresentado reforça essa visão.

Em que pese todo o esforço reunido por associações, produtoras e outros agentes para provar o parentesco entre pirataria e crimes mais graves, as informações empíricas levantadas junto aos camelôs ouvidos não indicaram a existência de maiores conexões destes trabalhadores com redes criminosas – além das que foram aqui descritas, a saber: de um lado, o contato com um distribuidor (que pode nem existir se o próprio comerciante tiver acesso à matéria-prima, via *download* na Internet ou aluguel na locadora); de outro, o contato com autoridades policiais, destacando-se aquelas que se integram à organização dos mercados ilegais de pirataria a partir da oferta de mercadorias políticas. E na ponta desta cadeia, o contato com o consumidor final, cuja demanda pelo bem cultural aquece o mercado de pirataria de rua, tornando-o uma atividade especialmente popular entre os estratos com menor poder aquisitivo e sem acesso a um serviço de Internet por banda larga.

Cabe agora decidir se o que se entende por pirataria pode ser incorporado àquilo que se entende por crime organizado. A pergunta é colocada por Misse (2007, p. 141):

O que se pretende, afinal? Distinguir organizações criminais de crimes convencionais individualizados? Distinguir a articulação social de grupos criminosos daqueles *faits divers* da crônica cotidiana da imprensa? ... sabemos que qualquer ladrão que pratica seu ofício sistematicamente precisa de receptadores, que seus contatos com esses exigem algum grau de articulação e que todos, por sua vez, participam ativamente de redes que comercializam bens furtados ou roubados. Diríamos, no entanto, que esse ladrão participa de uma rede organizada de crimes? Estaria esse ladrão envolvido no “Crime Organizado”?

Como foi visto, a expressão crime organizado não é consensual, o que compromete a associação automática que se venha a fazer com o comércio de mídias piratas. Para Alan Wright (2006, p. 203), o problema é ao mesmo tempo semântico e empírico: semântico, no sentido de que não há consenso sobre o que o termo “crime organizado” denota; empírico, no sentido de que também não há consenso sobre quais exemplos substantivos de atividades podem ser a ele associados. Sublinhando a questão empírica, Reuters (1983, p. 175) já havia apontado que, para alguns, crime organizado refere-se a um tipo de relações, enquanto para outros diz respeito a um tipo de atividades. Assim, é necessário que se tenha suficiente clareza sobre o que se quer dizer com crime organizado – ou seja, se a alusão é referente ao grau de organização da atividade ilegal ou à sua associação com redes de organizações criminosas – para que suas possíveis aproximações com a pirataria possam ser mais bem compreendidas.

1. Dados divulgados pela Associação Antipirataria Cinema e Música (APCM). Disponível em www.apcm.org.br/noticias.php. Acesso em 20/10/2011.

Referências bibliográficas

- COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO DA PIRATARIA. **Relatório final**. Presidente: Deputado Antonio Medeiros. Relator: Deputado Josias Quintal. Brasília, 2004.
- KARAGANIS, J. Rethinking piracy. **Media piracy in emerging countries**. Nova Iorque, 2011. Disponível em: <<http://piracy.ssrc.org>>.
- MAFRA, P. D. A “**pista**” e o “**camelódromo**”: camelôs no centro do Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado em Antropologia). Rio de Janeiro, Museu Nacional/UFRJ, 2005.
- MEDEIROS, L. A. de. **A CPI da pirataria**: os segredos do contrabando e da falsificação no Brasil. São Paulo: Geração Editorial, 2005.
- MISSE, M. O Rio como um bazar: a conversão da ilegalidade em mercadoria políticas. **Crime e violência no Brasil contemporâneo**. Estudos de sociologia do crime e da violência urbana. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006, p.211-28.
- _____. Mercados ilegais, redes de proteção e organização local do crime no Rio de Janeiro. **Estudos Avançados**, v. 21, n. 61, p. 139-157, 2007.
- NAÍM, M. **Ilícito**: o ataque da pirataria, da lavagem de dinheiro e do tráfico à economia global. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- PANETHIERE, D. The persistence of piracy: the consequences for creativity, for culture, and for sustainable development. 2005. Disponível em: <http://portal.unesco.org/culture/en/files/28696/11513329261panethiere_en.pdf/panethiere_en.pdf>.
- PINHEIRO-MACHADO, R. China-Paraguai-Brasil: uma rota para pensar a economia informal. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 67, p. 117-133, jun. 2008.
- REUTER, P. **Disorganized crime**: the economics of the visible hand. Cambridge: MIT Press, 1983.
- RUGGIERO, V.; SOUTH, N. The late city as a bazaar: drug markets, illegal enterprise and the barricades. **The British Journal of Sociology**, v. 48, n. 1, p.54-70, 1997.
- SCOTT, M. B.; LYMAN, S. M. Accounts. **Dilemas**, v. 1, n. 2, p. 139-172, 2008.
- SSRC – SOCIAL SCIENCE RESEARCH COUNCIL. **Media piracy in emerging countries**. Nova Iorque, 2011. Disponível em: <<http://piracy.ssrc.org>>.
- TELLES, V. da S. **A cidade nas fronteiras do legal e do ilegal**. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2010.
- TELLES, V. da S.; HIRATA, D. V. Cidade e práticas urbanas: nas fronteiras incertas entre o ilegal, o informal e o ilícito. **Estudos Avançados**, v. 21, n. 61, p. 173-191, 2007.
- WRIGHT, A. **Organised crime**. Cullompton: Willan, 2006.

Pirataria e crime organizado: ligações perigosas?

Arthur Coelho Bezerra

Resumen

Piratería y crimen organizado: ¿relaciones peligrosas?

Por ser términos cuyas definiciones permanecen sin un consenso, ha sido común la asociación estratégica, hecha por algunos sectores interesados, entre piratería y crimen organizado, teniendo como clave de enlace el comercio de materiales pirateados. Presente principalmente en países en vías de desarrollo como Brasil, dicho comercio depende de una fuerza de trabajo informal para mover la venta de mercancías ilegales en espacios públicos de las ciudades. Ese mercado ilegal será abordado aquí a partir de un trabajo de campo realizado junto a un grupo de vendedores de materiales pirateados en el centro de Río de Janeiro, aportando como principal cuestión los posibles vínculos de lo que se entiende por piratería con aquello que se pueda entender por crimen organizado.

Palabras clave: Piratería. Comercio ilegal. Crimen organizado.

Abstract

Piracy and organized crime: dangerous liaisons?

Due to the lack of consensus on definitions for piracy and organized crime, strategic associations between the two is commonplace among some sectors involved, with trading of pirated media acting as the key link between them. This kind of trade, most predominant in developing countries such as Brazil, relies on an informal workforce to drive the sale of illegal goods in public city spaces. We report on this illegal market through a field study conducted among a group of traders of pirated media operating in the center of Rio de Janeiro. This study focused on the possible connection between activities construed as piracy and those conceived as organized crime.

Keywords: Piracy. Illegal trade. Organized crime.

Data de recebimento: 10/11/2011

Data de aprovação: 19/12/2011