



Pesquisa Fecomércio  
**PIRATARIA 2016**

Federação do Comércio de Bens, Serviços  
e Turismo de Santa Catarina

# **Pesquisa Fecomércio Pirataria 2016**

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Novembro de 2016

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>2</b>
<b>PIRATARIA EM SANTA CATARINA.....</b>	<b>4</b>
Perfil socioeconômico .....	4
Comportamento consumidor .....	5
Percepção sobre as campanhas contra a pirataria.....	11
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>17</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>19</b>

## INTRODUÇÃO

Segundo o Conselho Estadual de Combate a Pirataria de Santa Catarina (CECOP) o crime de pirataria é “todo ato de reprodução não autorizada ou abusiva de objeto protegido pela propriedade intelectual, bem como outro ato que permita a circulação ou utilização do objeto pirateado, para fins comerciais ou não, conforme o disposto na legislação federal pertinente”.

Apesar disso, a fabricação e venda de produtos piratas tornou-se uma cena corriqueira nas cidades do Brasil. Mesmo, infelizmente, se tornado algo comum e até naturalizado pela sociedade, o comércio de produtos piratas tem relação com diversos outros tipos de crimes, como tráfico de drogas, de armas e de pessoas, segundo Beirão (2011).

Beirão (2011) observa também que a pirataria não é um fenômeno que ocorre apenas em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, ao contrário, segundo o autor:

A pirataria está presente em todos os continentes: há estimativa de que 95% dos países têm de alguma forma, o problema da pirataria, seja sob a forma de fabrico, distribuição, venda ou transporte de mercadorias (BEIRÃO, 2011, p.22).

Observando a gravidade do crime, que no senso comum ainda é considerado um “crime sem vítimas” (RIBEIRO, 2011), diferentes órgãos governamentais, em diferentes esferas de poder, foram instituídos para combater a fabricação, a venda e o consumo. De maneira resumida, são elencados os principais: em 2003 é instalada a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) de Pirataria. Também em 2003 foi decretada a lei Nº 10.695 que discorre sobre o crime de violação dos direitos do autor. Nesse contexto, e em decorrência das investigações e deliberações da CPI, em 2004 foi assinado o Decreto nº 5.244/04, de criação do Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos Contra a Propriedade Intelectual – CNCP. Criado dentro da estrutura do Ministério da Justiça, o CNCP é um órgão consultivo que tem por finalidade a elaboração das diretrizes para a formulação e proposição de um plano nacional para o combate à pirataria, sendo composto por instituições públicas federais e por representantes da sociedade civil (BRASIL, 2011).

Na esfera estadual, em 2009, o Governador de Santa Catarina Luiz Henrique sanciona a Lei Complementar que cria o Conselho Estadual de Combate à Pirataria – CECOP, semelhante ao órgão Federal. O Conselho tem a finalidade de promover estudos e coordenar ações de combate ao comércio ilegal, sonegação fiscal e delitos contra a propriedade intelectual em Santa Catarina.

Por gerar tantos prejuízos, tanto para os seus representados, mas também para toda a sociedade, a Fecomércio SC tem como uma de suas principais bandeiras o combate à venda e o consumo de produtos piratas, além de atuar estrategicamente junto à Secretaria de Desenvolvimento Sustentável, em alinhamento com o Conselho Estadual de Combate a Pirataria (CECOP) e apoiando as ações da Polícia Federal SC no combate a esse crime.

A Federação realiza ações políticas junto aos sindicatos e ao poder público de combate à pirataria, conjugada a essas ações realiza, desde 2011, uma pesquisa com os consumidores buscando mensurar o consumo de produtos piratas no estado de Santa Catarina.

Em 2016, a Federação ajustou e reaplicou a pesquisa, a qual será a seguir exposta, com o objetivo de compreender, a partir da perspectiva dos consumidores, o consumo de pirataria no Estado. A pesquisa ocorreu entre os dias 13 a 15 de outubro, quando 412 consumidores foram entrevistados em locais de grande circulação de pessoas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis.

O grau de confiança da pesquisa é de 95% e o erro amostral é de 5% para a amostra para o estado.

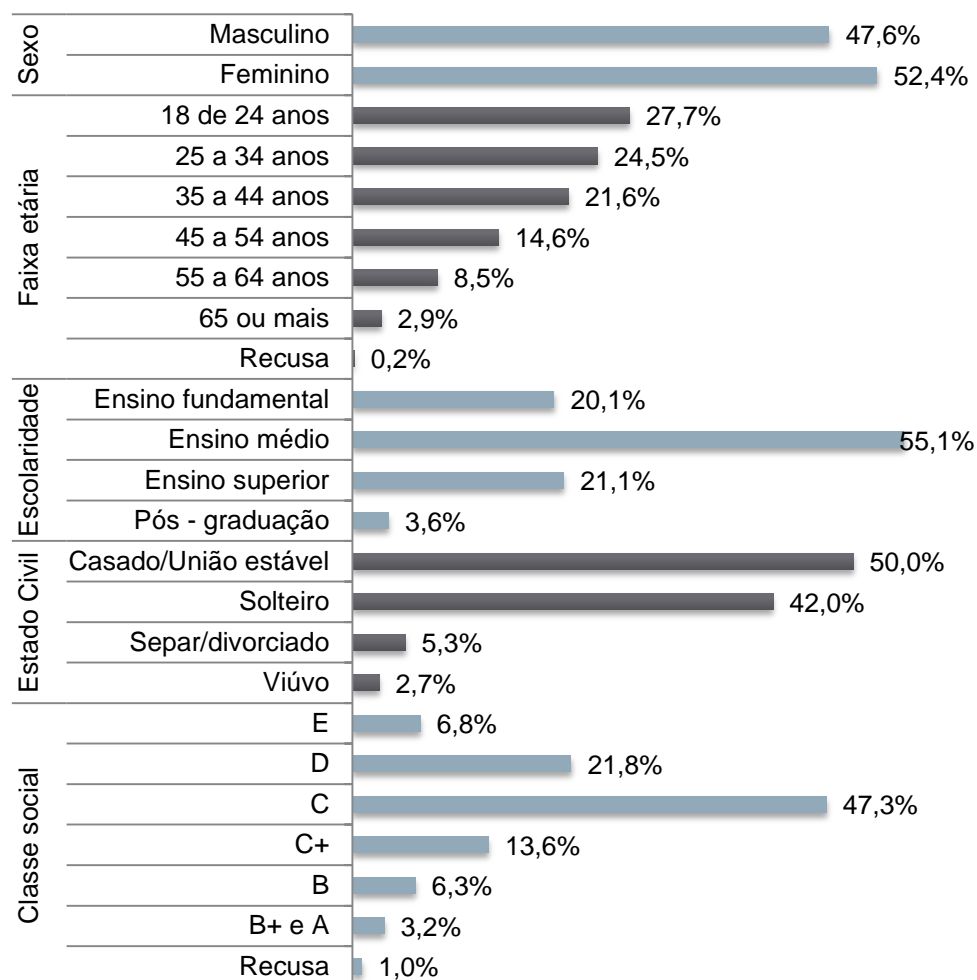
## PIRATARIA EM SANTA CATARINA

### Perfil socioeconômico

A pesquisa entrevistou transeuntes em situação de compra em locais com considerável fluxo de pessoas nas cidades de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma, Itajaí e Florianópolis. A escolha destes municípios extrapola o âmbito geográfico e está baseada na representatividade deles para o estado no que se refere às particularidades dos negócios de comércio e serviços.

Foi apurado inicialmente o perfil socioeconômico dos consumidores, coletando informações sobre: sexo, faixa etária, grau de escolaridade, estado civil e classe social. O gráfico a seguir expõe o perfil do público entrevistado.

### Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

O perfil do consumidor catarinense entrevistado é composto majoritariamente por mulheres (52,4%) jovens entre 18 a 35 anos (52,2%),

casadas ou em união estável (50%) que estudaram até o ensino médio (55,2%) e que pertence a classe C. Os dados do perfil socioeconômico são de fundamental importância para a compreensão do comportamento consumidor do público entrevistado. Conjugado a tais dados, foram realizadas questões sobre o consumo de pirataria e assim a pesquisa mensurou o perfil do consumo de pirataria em Santa Catarina.

### Comportamento consumidor

Conforme discutido anteriormente, o “mercado” criminoso de produtos piratas é responsável por diversos problemas sociais e econômicos. Apesar disso, a venda e o consumo destes produtos é algo comum em todo o mundo. Nesse sentido, a pesquisa apurou o percentual deste consumo em Santa Catarina, buscando compreender também quais as motivações que levam este consumidor a adquirir tais produtos.

A pesquisa apurou a evolução do consumo de pirataria em Santa Catarina, investigando se o entrevistado comprou produtos piratas no ano de 2016, até a data da pesquisa. A maioria dos consumidores declarou que não consumiu produtos piratas este ano (68%), enquanto 32% reconheceram o consumo destes produtos. Analisando o histórico dos dados, apenas no ano de 2011 o percentual de pessoas que declararam consumir pirataria foi maior.

Evolução do consumo de pirataria				
Consumiu produtos piratas neste ano?	2011	2014	2015	2016
Sim	57,8%	43,9%	32,9%	↓32,0%
Não	42,2%	56,1%	67,1%	↑68,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Considerando o perfil deste consumidor, observa-se que os jovens são os que mais admitem consumir produtos piratas, 46,5% na faixa etária entre os 18 a 24 anos e 38,6% entre os com idade entre 25 a 34 anos.

## Pesquisa FECOMÉRCIO-SC | Pirataria em Santa Catarina 2016

Relação Faixa etária X Consumo de pirataria			
Faixa etária/Consumo pirataria	Sim	Não	Total
18 a 24 anos	46,5%	53,5%	100%
25 a 34 anos	38,6%	61,4%	100%
35 a 44 anos	24,7%	75,3%	100%
45 a 54 anos	16,7%	83,3%	100%
55 a 64 anos	20,0%	80,0%	100%
65 ou mais	8,3%	91,7%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Observando a evolução do consumo de produtos piratas por classe social verifica-se que as Classes A e B são as que menos consomem, e em 2016 apresentaram a menor taxa de consumo (15%) da base histórica destas classes. Contudo, analisando as classes D e E, que nas pesquisas anteriores vinham apontando queda no consumo, em 2016 apresentaram aumento de 8 pontos percentuais, na comparação com 2015. Esse aumento pode ter relação com a crise econômica e política que o Brasil vem sofrendo desde 2015, mas que se agravou em 2016, desencadeando em desemprego e queda no poder aquisitivo dos consumidores. Nesse contexto de retração da atividade produtiva, a pirataria torna-se mais atrativa, através do aumento da informalidade e da redução da renda das famílias.

Evolução do consumo de produtos piratas por classe social					
Ano	Consumiu produto pirata?	Classes A e B	Classe C	Classes D e E	Total
2011	Sim	44%	62%	67%	61%
	Não	56%	38%	33%	39%
2014	Sim	33%	46%	45%	44%
	Não	67%	54%	55%	56%
2015	Sim	36%	36%	28%	33%
	Não	64%	64%	72%	67%
2016	Sim	15%	33%	36%	32%
	Não	85%	67%	64%	68%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

### Segundo Beirão, 2011:

É sabido que os produtos falsificados apresentam qualidade inferior e não passam por controle de qualidade, apresentando durabilidade menor. São produtos sem garantia... (p.23)

Apesar disso, como já exposto, um percentual considerável de catarinenses declarou consumir pirataria (32%). Mas, quais as motivações que levam consumidores ignorarem os riscos inerentes a esse consumo? A pesquisa constatou que o preço mais em conta em relação aos produtos originais continua sendo a principal motivação para esse consumo (69,7%). A facilidade de encontrar esses produtos (12,5%) e a disponibilidade deles antes dos originais serem lançados oficialmente (9,2%), permanecem, respectivamente,



em segundo e terceiro lugar, mas apresentaram aumento se comparado com o ano anterior.

Motivação para a compra de produtos piratas				
Se sim, por quê?	2011	2014	2015	2016
Preços mais em conta	81,0%	80,2%	88,5%	69,7%
Porque é mais fácil de encontrar	6,3%	12,0%	5,4%	12,5%
O produto pirata está disponível antes do produto original	6,7%	3,7%	2,0%	9,2%
Alguns produtos podem ser descartáveis	0,5%	0,5%	0,0%	0,7%
Para poder comprar produtos "marca"	1,7%	1,6%	2,0%	5,3%
Outros	3,8%	2,0%	2,0%	2,6%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre os que afirmaram consumir produtos piratas em 2016, os produtos mais consumidos foram CD e DVD (39,2%), seguido por roupas (10,6%), óculos e equipamentos eletrônicos, ambos com 9,3%. Apesar de parecer inofensivo, o consumo de eletrônicos pirateados, Beltrão (2011) exemplifica os riscos que esses produtos também podem causar:

A Nokia tem problemas com baterias de telefones celulares que explodiram. Imagine-se o risco de uma explosão de bateria próximo à cabeça de qualquer consumidor (p.23).

Analisando a série histórica, o comportamento é bastante semelhante entre as demais categorias pesquisadas, conforme demonstra a tabela com os dados.

Categorias de produtos piratas mais consumidos				
Se sim, quais?	2011	2014	2015	2016
CD/DVD	48,7%	44,6%	36,8%	39,2%
Roupas	6,6%	7,3%	10,5%	10,6%
Óculos	5,4%	9,7%	4,2%	9,3%
Equipamentos eletrônicos	6,0%	8,5%	15,9%	9,3%
Calçados e Tênis	3,3%	4,0%	5,9%	5,7%
Brinquedos	2,7%	5,6%	7,1%	5,3%
Perfumes/cosméticos	2,2%	2,1%	3,8%	4,8%
Relógios	0,6%	3,5%	2,1%	4,8%
Bolsas	5,5%	3,8%	3,8%	1,8%
TV Fechada	-	-	-	1,8%
Outros	11,1%	4,5%	2,1%	1,8%
Cigarros	1,2%	0,8%	1,3%	1,3%
Acessórios para veículo	-	0,8%	0,8%	1,3%
Artigos esportivos	2,0%	2,1%	2,5%	0,9%
Programas de computador	4,7%	1,8%	2,5%	0,9%
Bebidas	-	-	-	0,9%
Itens de Time	-	-	0,4%	0,4%
Canetas	-	0,8%	0,4%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Apesar de ser apenas o sexto produto pirata mais consumido (5,3%), assusta o fato das pessoas realizarem compras de brinquedos piratas, considerando os riscos reais que o consumo do mesmo pode causar como elucida Beltrão:

A pirataria pode causar prejuízos à saúde. Tal fato pode ser constatado por alarmante notícia jornalística, a qual dá conta de que um simples brinquedo pirata pode conter até mesmo lixo hospitalar, como se transcreve na referência a seguir:

*Brinquedo Pirata tem até lixo hospitalar. Bonecas feitas de lixo hospitalar reciclado ou com excesso de metais pesados, carrinhos que soltam peças que podem ser engolidas e brinquedos com arestas e pontas afiadas. Com participação de 15% do setor e consumidos por um em cada quatro brasileiros, os brinquedos pirateados representam um risco à saúde das crianças. Análises feitas pelo Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial) em brinquedos piratas apreendidos revelaram dados assustadores. Uma boneca de plástico, por exemplo, tinha na composição 298 mg/kg de chumbo, valor três vezes acima do máximo aceitável pela OMS (Organização Mundial de Saúde), que é de 90 mg/kg (p.22)*

Outro dado alarmante é a quantidade de produtos piratas consumidos em um ano. Os consumidores que declararam ter consumido produtos piratas compraram em média 16,6 produtos em 2016. Além disso, foi realizado o tratamento estatístico (*outliers*) na série de dados, onde os valores aberrantes foram retirados da série.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Entre a maioria dos entrevistados que declarou não ter consumido produtos piratas (68%) também se buscou saber os motivos para não o realizarem. Em 2016 o principal motivo elencado foi porque o consumidor não teve necessidade em comprar esses produtos (32,9%). Tal alternativa foi listada em 2016 como uma das opções de resposta estimulada porque, em anos anteriores, vinha aparecendo recorrentemente na opção aberta Outros, tanto

que em 2015, após a categorização das respostas “Outros” atingiu percentual de 7,4%.

Esse dado chama atenção para uma realidade que não pode ser ignorada: apesar de não terem efetivado compras de pirataria em 2016, até a data da pesquisa, esses consumidores (32,9%) não o fazem apenas porque não tiveram o estímulo necessário para realizarem o consumo e não por entenderem os prejuízos que esse consumo acarreta, assim sendo, são potenciais consumidores de pirataria.

Apesar desta importante constatação, as demais motivações para não consumirem produtos piratas tem relação com o entendimento de que esses produtos são de péssima qualidade, com 23,9% afirmando que preferem o original, 17,1% não compram devido à má qualidade dos produtos e 9,6% porque tais produtos não possuem garantia.

Motivação para não comprar produtos piratas				
Se não, por quê?	2011	2014	2015	2016
Não teve necessidade	-	-	7,4%	32,9%
Prefere original	-	-	5,3%	23,9%
Qualidade ruim	64,2%	41,0%	36,5%	17,1%
Falta de garantia	21,6%	24,1%	23,0%	9,6%
Prejudica o comércio formal	4,1%	6,2%	8,9%	6,1%
Temor de ter um prejuízo maior que o benefício financeiro	8,6%	4,2%	6,0%	5,4%
Falta de dinheiro	-	-	2,5%	3,2%
Temor de comprar um produto ilegal e ser punido	0,8%	1,6%	1,8%	1,4%
Outro	0,8%	22,8%	8,5%	0,4%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Entre a amostra total de entrevistados (412), a pesquisa apurou o grau de rejeição aos produtos piratas, aquelas categorias de produtos que o consumidor não compraria de forma alguma na “versão” pirata. Os medicamentos mantiveram-se como a categoria com maior rejeição (25,3%), entretanto, espanta o fato da rejeição a esta categoria ter apresentado queda de 7 pontos percentuais, na comparação com 2015. Esse dado alerta para os riscos a saúde que produtos piratas podem causar, como constata Beirão (2011):

Alguns (produtos piratas) causam danos à integridade física, por compor-se de material tóxico; em outros casos, podem levar até mesmo à morte, como quando se trata de medicamentos. Há medicamentos falsificados no Brasil e no mundo. O Brasil contribui com 33% dos remédios falsificados no mundo (p. 23).

A segunda categoria com maior rejeição são os equipamentos eletrônicos, com 15,6%, seguida por óculos (8,5%) e bebidas (6,8%). Haddad (2011) discute

e reforça as problemáticas do consumo destes produtos para além dos prejuízos financeiros:

É possível asseverar que, em relação a alguns produtos, tais como medicamentos, bebidas, óculos, dentre outros, o prejuízo causado pela pirataria aos cofres públicos e à indústria é o menor dos problemas, ao se considerarem problemas de saúde que os mesmos podem causar. Sendo que em relação aos medicamentos, além da composição do produto de *per si*, deve se atentar que o consumidor pode supor que está tomando uma dosagem, quando na verdade está tomando outra, superior ou inferior à prescrita por seu médico (p.69).

Diante dos diversos problemas que produtos piratas podem acarretar choca o fato de que, entre os consumidores que declararam consumir pirataria, óculos e equipamentos aparecem ambos em terceiro lugar com 9,3%, demonstrando um consumo inconsequente, sem que se leve em conta os riscos reais que esse produto pode causar.

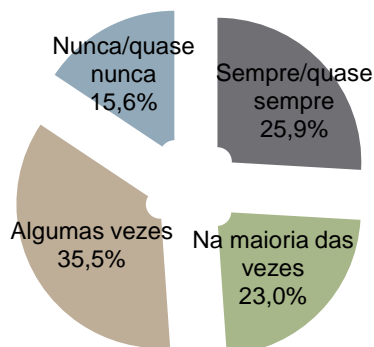
Categorias de produtos piratas não consumidos (Rejeição aos produtos piratas)				
Produto pirata que jamais compraria:	2011	2014	2015	2016
Medicamentos	36,7%	34,5%	32,3%	25,3%
Equipamentos eletrônicos	9,0%	14,4%	13,5%	15,6%
Óculos	8,3%	8,9%	13,5%	8,5%
Bebidas	15,3%	6,6%	4,6%	6,8%
Calçados e Tênis	5,6%	3,9%	3,3%	5,9%
Perfumes/cosméticos	8,0%	8,6%	8,9%	4,8%
Cigarros	5,2%	5,9%	2,9%	4,4%
Roupas	3,1%	2,4%	1,7%	4,1%
Relógios	0,6%	1,8%	2,2%	3,6%
Brinquedos	1,3%	1,0%	1,4%	3,3%
TV fechada	-	-	-	3,2%
Acessórios para veículos	0,0%	2,9%	2,6%	2,8%
Programas de computador	2,2%	2,7%	3,7%	2,8%
CD/DVD	1,1%	4,0%	7,2%	2,8%
Bolsas	-	-	0,2%	2,2%
Artigos Esportivos	-	-	0,6%	1,4%
Canetas	-	-	0,2%	1,2%
Itens de time	-	-	0,3%	1,2%
Outro	3,7%	2,4%	0,8%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Como anteriormente discutido, o “mercado” de pirataria faz parte de um crime organizado que tem relação com diversos outros tipos de crimes. Dentro deste articulado sistema criminoso, as cópias cada vez mais são reproduzidas muito semelhantes aos produtos originais. Nesse sentido, muitas vezes, dependendo do produto, o consumidor pode ser enganado, comprando produtos piratas como sendo originais. Foi observando essa característica que a pesquisa buscou saber se os consumidores conseguem diferenciar um produto pirata de um original. A maioria dos pesquisados afirmou que algumas vezes consegue

realizar essa diferenciação (35,5%), enquanto 25,9% conseguem fazer essa análise sempre/quase sempre.

### Reconhece os produtos piratas



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Observando a relação classe social e capacidade de diferenciar cópia, a classe B é a que mais consegue diferenciar com mais frequência um produto original de uma cópia (42,3% sempre/quase sempre), na classe A 100% dos entrevistados consegue diferenciar na maioria das vezes. A classe E é a que com menos frequência consegue diferenciar um produto original de uma cópia (30,8% nunca/quase nunca).

Relação classe social X Capacidade de diferenciar cópia					
Classe social/Diferenciar cópia	Sempre/quase sempre	Na maioria das vezes	Algumas vezes	Nunca/quase nunca	Total
E	15,4%	11,5%	42,3%	30,8%	100%
D	23,3%	25,6%	38,9%	12,2%	100%
C	23,1%	23,1%	35,9%	17,9%	100%
C+	41,1%	17,9%	30,4%	10,7%	100%
B	42,3%	30,8%	15,4%	11,5%	100%
B+	16,7%	33,3%	50,0%	0,0%	100%
A	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

### Percepção sobre as campanhas contra a pirataria.

Observando o quão prejudicial é o “mercado” de pirataria, diversas entidades que combatem esse crime têm como política a veiculação de campanhas educativas buscando combater a venda e o consumo destes produtos. Nesse sentido, a pesquisa buscou a opinião dos consumidores sobre essas campanhas: se lembravam de alguma campanha e acreditavam que tais ações eram efetivas.

A maioria dos entrevistados, nos três anos em que essa questão foi realizada, declarou se lembrar de campanhas contra a pirataria veiculadas em

## Pesquisa FECOMÉRCIO-SC | Pirataria em Santa Catarina 2016

diferentes meios de comunicação, contudo, em 2016, o número de entrevistados que se lembram das campanhas caiu 9 pontos percentuais.

Lembrança de campanha veiculada em TV, jornais e outros contra pirataria.			
Lembrança campanha	2014	2015	2016
Sim	73,5%	72,6%	63,6%
Não	26,2%	27,1%	34,5%
NR/NS	0,3%	0,2%	1,9%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Os entrevistados da última faixa etária abordada (65 anos ou mais) demonstraram maior lembrança das campanhas contra a pirataria. Apesar disso, em todas as faixas etárias os entrevistados que se lembram das campanhas superam os 50%.

Relação Faixa etária X Lembrança de campanha			
Faixa etária	Lembrança de campanhas		
	Sim	Não	NS/NR
18 de 24 anos	50,9%	48,2%	0,9%
25 a 34 anos	69,3%	29,7%	1,0%
35 a 44 anos	67,4%	28,1%	4,5%
45 a 54 anos	73,3%	26,7%	0,0%
55 a 64 anos	57,1%	37,1%	5,7%
65 ou mais	75,0%	25,0%	0,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Entretanto, referente à opinião dos consumidores sobre a efetividade das campanhas, esta não foi favorável, analisando toda a base histórica, o maior percentual foi de consumidores que compreendem que as campanhas não surtem efeito, como ilustra a tabela a seguir.

Opinião sobre a efetividade das campanhas contra pirataria.			
Efetividade campanha	2014	2015	2016
Sim	36,6%	37,6%	42,5%
Não	60,3%	60,7%	54,9%
NR/NS	3,1%	1,7%	2,7%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

Apesar disso, o percentual de entrevistados que vislumbram a efetividade das campanhas vem crescendo gradativamente a cada ano da pesquisa, 5,9 pontos percentuais de 2014 a 2016.

A seguir encontra-se a imagem de uma das campanhas do CECOP contra a pirataria. A campanha busca ressaltar que a pirataria prejudica a economia, mas que também afeta os direitos sociais e a segurança dos cidadãos.



Fonte: CECOP, 2016.

A pesquisa também apurou a opinião dos entrevistados sobre diversos temas correlatos a pirataria, referente às questões e consequências que giram em torno deste consumo e a percepção sobre temas como o prejuízo ao fabricante e sonegação. Os dados demonstram que os consumidores catarinenses tem entendimento dos prejuízos que o “mercado” de produtos piratas pode causar e que a opinião deles parte de um entendimento consolidado, pois a base histórica da maioria dos questionamentos aponta equilíbrio.

Destaque para duas afirmações, as quais tiveram maior variação entre os anos de 2015 e 2016:

- **A pirataria causa desemprego:** a concordância a esta afirmação teve aumento de 9,4 pontos percentuais. Esse aumento pode estar relacionado ao aumento do desemprego em 2016, em virtude da crise política e econômica pela qual o país passa, fazendo com que as pessoas passem a vivenciar, sentir e compreender as reais

consequências deste comércio. Saindo do campo do abstrato e passando para a prática.

- **Baixar filmes, músicas e jogos da internet para uso pessoal é crime:** a concordância a esta afirmação teve aumento de 10,8 pontos percentuais. O pouco entendimento da legislação sobre o tema é o que pode causar confusão, pois tal ação não é de fato crime. Apesar disso, a maioria dos entrevistados discorda desta afirmação (64,6%). O entendimento da maioria vai de encontro com a legislação vigente sobre o tema, a qual não enquadra como crime a reprodução de tais conteúdos para fins pessoais, apenas a reprodução que gere lucros, diretos ou indiretos.

Os demais dados destes questionamentos estão analisados por ano de pesquisa no quadro que segue.



## Pesquisa FECOMÉRCIO-SC | Pirataria em Santa Catarina 2016

Opinião dos consumidores sobre a pirataria												
Concorda com a afirmação	2011			2014			2015			2016		
	Sim	Não	NS/NR	Sim	Não	NS/NR	Sim	Não	NS/NR	Sim	Não	NS/NR
Prejudica fabricante ou artista	88,2%	10,1%	1,8%	92,3%	6,9%	0,8%	92,9%	6,9%	0,2%	93,7%	6,1%	0,2%
Alimenta sonegação de impostos	85,0%	11,0%	4,0%	86,4%	10,6%	3,0%	84,8%	13,6%	1,7%	88,3%	10,2%	1,5%
Prejudica faturamento do comércio	86,6%	10,8%	2,6%	86,4%	12,3%	1,3%	84,8%	13,6%	1,7%	85,0%	14,6%	0,5%
Pode causar consequência negativa	69,9%	26,3%	3,8%	78,9%	19,3%	1,8%	84,0%	13,1%	2,9%	81,3%	18,2%	0,5%
Financia o crime organizado	70,8%	20,0%	9,1%	75,6%	20,4%	4,0%	75,2%	18,1%	6,7%	78,9%	16,3%	4,9%
É crime	50,7%	43,2%	6,1%	65,4%	31,1%	3,5%	71,4%	23,8%	4,8%	75,0%	22,6%	2,4%
Causa aumento no preço dos produtos legais	55,0%	39,6%	5,4%	54,8%	40,8%	4,4%	54,0%	41,2%	4,8%	57,3%	40,0%	2,7%
Causa desemprego	54,1%	41,2%	4,7%	53,8%	42,0%	4,2%	46,9%	46,7%	6,4%	56,3%	42,0%	1,7%
Campanhas diminuem consumo	-	-	-	42,3%	55,5%	2,3%	41,9%	55,0%	3,1%	47,8%	50,5%	1,7%
Baixar filmes, músicas e jogos da internet para uso pessoal é crime.	18,7%	76,0%	5,3%	22,9%	71,9%	5,2%	20,5%	71,7%	7,9%	31,3%	64,6%	4,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Um dado importante pode ser observado no cruzamento das variáveis sobre o entendimento da pirataria como crime, com a variável sobre o consumo de pirataria, onde a maioria dos entrevistados (72,2%) que tem o entendimento correto de que a pirataria é um crime não consumiram pirataria em 2016, apontando a coerência em seu comportamento consumidor. Já entre os que não percebem a pirataria como crime, o consumo é mais equilibrado, com 44,1% consumindo pirataria em 2016.

## Pesquisa FECOMÉRCIO-SC | Pirataria em Santa Catarina 2016

Percepção sobre pirataria X consumo			
Entende a pirataria como crime?	Comprou em 2016?		
	Sim	Não	Total
Sim	27,8%	72,2%	100%
Não	44,1%	55,9%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

Como demonstrado ao longo do texto, por meio de diversas fontes que discutem o tema pirataria, esse crime, que no senso comum é considerado um “crime sem vítimas” na verdade pode muitas vezes estar associado a crimes como tráfico de pessoas e de armas. Além de estar relacionado a tais crimes, o uso desses produtos pode causar problemas diretos ao consumidor, afetando até mesmo a sua saúde.

A pesquisa Fecomércio SC **Pirataria em Santa Catarina**, entretanto, vem apontando sucessiva queda, segundo a declaração dos consumidores, no consumo de produtos piratas. Em 2016 32% dos entrevistados declararam ter adquirido produtos pirateados ao longo do ano, até a data da pesquisa, uma pequena queda de 0,9 pontos percentuais em relação ao ano anterior.

A faixa etária que mais admitiu o consumo de produtos piratas é a de pessoas com idade entre 18 a 24 anos (46,5% consumiram pirataria) e as classes sociais que mais assumiram este consumo foram a D e E, as quais apresentaram aumento em relação aos anos anteriores, em 2016 36% compraram pirataria. Já as classes A e B apresentaram o menor percentual da base histórica, com apenas 15% assumindo esse consumo.

O principal motivo para a compra destes produtos se mantêm o mesmo ao longo da série histórica: os preços mais em conta em relação aos produtos originais (69,7%). Os produtos piratas mais consumidos também foram os mesmos: CD/DVD (39,2%).

Dentre os consumidores que declararam não ter adquirido produtos piratas em 2016, o principal motivo para não realizar a compra é porque não tiveram necessidade de adquirir tais produtos (32,9%). Essa opção foi listada em 2016 como uma das alternativas estimuladas, pois, em anos anteriores, vinha aparecendo recorrentemente na opção aberta Outros. Tal informação chama atenção para uma realidade: apesar de não terem efetivado compras de pirataria em 2016, até a data da pesquisa, esses consumidores (32,9%) não o fazem apenas porque não tiveram o estímulo necessário para realizarem o consumo, e não por entenderem de fato os prejuízos que esse consumo acarreta, assim sendo, são potenciais consumidores de pirataria.

Um dado interessante que a pesquisa apurou entre a amostra total de entrevistados é o grau de rejeição a diversos produtos na “versão” pirata. Os medicamentos são ainda os produtos com maior rejeição (25,3% não comprariam de jeito nenhum), contudo, apresentou queda no percentual de rejeição. Esta é uma mudança importante, pois, como os diversos autores apontam o consumo de produtos piratas, especificamente remédios, podem

causar problemas diversos à saúde dos consumidores, podendo até mesmo levar ao óbito.

Em segundo e terceiro lugar em grau de rejeição em 2016 encontram-se os equipamentos eletrônicos (15,6%) e óculos (8,5%). O que chama atenção neste dado é que, na amostra dos que assumiram consumir pirataria, estas categorias estão em terceiro lugar no ranking de produtos consumidos, ambos com 9,3%, confirmando que o consumidor de produtos piratas realiza esse consumo sem mensurar os diversos riscos e problemas, até mesmo de saúde, que esses produtos podem acarretar. Isso aponta também que a grande maioria da população possui consciência dos malefícios, já que não os comprariam de forma alguma.

Essa conscientização da população frente aos problemas relacionados à pirataria pode ser percebida nas questões que versam sobre a concordância, ou não, a diversos temas relacionados à pirataria. Um tema que pode ser tomado como exemplo é sobre o prejuízo que a pirataria acarreta aos fabricantes ou artistas, onde 93,7% dos entrevistados concordam com a frase. 88% também concordam com a frase: A pirataria alimenta a sonegação de impostos.

O grau de concordância na frase “A pirataria causa desemprego” teve aumento de 9,4 pontos percentuais (56,3%). Como anteriormente discutido, esse aumento no entendimento pode estar relacionado ao aumento do desemprego em 2016, em virtude da crise política e econômica pela qual o país passa, fazendo com que as pessoas passem a vivenciar, sentir e compreender as reais consequências deste comércio.

Sobre o tema campanhas, a maioria dos entrevistados declarou lembrar-se das campanhas contra o consumo de pirataria (63,6%), essa realidade repete-se na comparação com os anos da pesquisa. Mas, a maioria não entende que tais campanhas sejam efetivas, ou seja, não entende que a veiculação das campanhas freia o consumo de pirataria (54,9%), esse entendimento também vem sendo o mesmo ao longo dos anos de realização da pesquisa. Tal realidade aponta a urgência na necessidade de mudança de estratégias dos órgãos e instituições competentes que buscam combater a pirataria.

## ANEXO

Tabela de valores de referência das classes sociais, em valores atuais.

Classes sociais 2016	Renda Média Familiar Mensal
E	De 0 a R\$ 946
D	De R\$ 947 a R\$ 1.509
C	De R\$ 1.510 a R\$ 4.007
C+	De R\$ 4.008 a R\$ 6.506
B	De R\$ 6.507 a R\$ 8.483
B+	De R\$ 8.484 a R\$ 12.479
A	De R\$ 12.480 ou mais

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEIRÃO, Altino José Xavier. **Causas da Pirataria no Brasil**. In: Combate à Pirataria e Agressão a Direitos de Propriedade Intelectual e Industrial: o Pensamento de Magistrados do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: EMERJ, 2011.

BRASIL, Conselho Nacional de Combate a Pirataria. **Brasil original**: compre essa atitude. Brasília, 2011.

CECOP. Conselho Estadual de Combate a Pirataria de Santa Catarina. Disponível em: <http://www.sds.sc.gov.br/cecop/index.php/institucional/institucional>. Visualizado pela última vez: 28 de novembro de 2016, às 16h48min.

HADDAD, Eunice. **Combate a Infrações de Propriedade Industrial**. In: Combate à Pirataria e Agressão a Direitos de Propriedade Intelectual e Industrial: o Pensamento de Magistrados do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: EMERJ, 2011.

RIBEIRO, Marcia da Silva. **O Panorama da Pirataria no Mundo e no Brasil**. In: Combate à Pirataria e Agressão a Direitos de Propriedade Intelectual e Industrial: o Pensamento de Magistrados do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: EMERJ, 2011.

