



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
FACULDADE DE DIREITO

THIAGO SANTOS PINHEIRO

BANALIZAÇÃO DA PIRATARIA NA SOCIEDADE BRASILEIRA:
Percepções, Impactos e Meios de Combate

Belém – PA
2024

THIAGO SANTOS PINHEIRO

A BANALIZAÇÃO DA PIRATARIA NA SOCIEDADE BRASILEIRA:
Percepções, Impactos e Meios de Combate

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Pará, Campus Universitário de Belém – PA, como requisito para a conclusão do Curso de Direito.

Orientador: Prof.º Dr. Raimundo Wilson Gama Raiol.

Belém - PA
2024

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	4
2- A ORIGEM DO TERMO PIRATARIA	6
3- PIRATARIA NO BRASIL E SUAS CONSEQUÊNCIAS	10
3.1- IMPACTO NO SETOR FONOGRÁFICO E AUDIOVISUAL	12
3.2 - IMPACTO DA PIRATARIA NO SETOR DA TECNOLOGIA E SOFTWARE .	13
4- POR QUE CONSUMIR PIRATARIA? A FALTA DE CONSCIENTIZAÇÃO	14
5- LEGISLAÇÃO PERTINENTE PARA COMBATER A PIRATARIA	16
CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
REFERÊNCIAS	22

A BANALIZAÇÃO DA PIRATARIA NA SOCIEDADE BRASILEIRA: percepções, impactos e meios de combate

RESUMO

Este trabalho busca demonstrar uma contradição que se encontra presente na sociedade, qual seja, a pirataria, que é proibida, contudo, existe e pode ser cometida de maneira banal. A pesquisa busca entender, doutrinariamente, o significado de pirataria e demonstrar que ela não se resume ao camelô com a sua barraca, na feira, ou a pessoa com emprego informal revendendo alguns produtos. Para isso, o estudo perpassa pelas nuances sociais, bem como apresenta os meios presentes no nosso ordenamento jurídico para combater o delito.

Palavras-chave: Pirataria; Consequências; Ilegalidade; Meios de Combate.

ABSTRACT

This work seeks to demonstrate the contradiction that plagues society, namely: piracy, which is prohibited, however, exists and can be committed in a banal way. The research seeks to understand, doctrinally, the meaning of piracy and demonstrate that it is not limited to the street vendor with his stall, at the fair, or the person without formal employment reselling some products. To this end, the study goes through social nuances, as well as presenting the means present in our legal system to combat crime.

Keywords: Piracy; Consequences; Illegality; Combat means

1. INTRODUÇÃO

A expressão “pirataria” é usada socialmente de maneira livre, não é uma definição legal, no entanto, abrange uma série de crimes, normalmente interrelacionados, como contrabando, falsificação, adulteração de produtos, vendas ilegais no atacado e varejo com evasão fiscal e vínculos ao crime organizado ou mesmo violação de direitos autorais. (JUNIOR, 2013).

A terminologia mais próxima das definições legais do termo “pirataria” está relacionada ao ato que infringe a propriedade intelectual e o direito de autoria. Nesse universo, os delitos tipificados e comumente observados são: as infrações às leis de patente, de registro de marca e as infrações às obras literárias, artísticas ou científicas. Nesse sentido, a presente pesquisa estará limitada às definições legais e

doutrinarias que enquadram a “pirataria” como a violação de direitos oriundos da propriedade intelectual. Carneiro (2011) esclarece que:

(...) a pirataria como expressão da violação dos direitos de propriedade intelectual repercute na sociedade de forma devastadora. Em primeiro lugar, porque (...) está alicerçada em práticas comerciais que passaram a ser socialmente aceitas ao longo dos anos, “maquiadas” pelo falso discurso da necessidade de subsistência das camadas mais pobres da população. Em segundo lugar, porque possui um alcance surpreendente, já que é alimentada pela população em todas as suas faixas de renda, o que revela a sua aceitação cultural. Isso se demonstra ainda com mais intensidade junto à população latina, que possui valores flexíveis no que se refere a práticas comerciais legais e contribuição social através de pagamento de tributos cobrados pelo Poder Público. Em terceiro lugar, porque, por trás de uma prática comercial aparentemente estéril, inofensiva, de pequeno alcance e regional, encontra-se escondido um forte esquema mundial, sustentando grandes organizações criminosas que utilizam a pirataria como mecanismo de multiplicação da renda obtida com a prática de ilícitos. (CARNEIRO, 2011, P. 61-62)

Ultimamente, está cada vez mais comum encontrarem-se diversos objetos pirateados, sendo que a variedade é composta de utilidades domésticas, vestuário, bens digitais e até remédios. O ato de vender produtos pirateados, o que outrora era feito às escuras, hoje é realizado em plena luz do dia e com total conhecimento das autoridades, sem temor por parte dos infratores pelas consequências legais advindas dessas atitudes. Nesse sentido, André Pase explica que a pirataria está incrustada na cultura brasileira:

a pirataria está presente no cotidiano dos brasileiros. Seja em ruas, shoppings ou na versão doméstica através do download, o uso de produtos ilegais é comum. Mesmo com a maior presença de produtos de entretenimento originais disponíveis para compra. (PASE, 2013, p.1)

À vista disso, percebe-se que a população, em sua maioria, aderiu à pirataria e, apesar de crime, as ações mercantis ilegais de compra e venda de réplicas de produtos originais é compreendida como mais um ato comercial. Logo, como não há uma ação de repressão significativa por parte das autoridades públicas ou, se há, não é devidamente aplicada, as pessoas acabam aceitando a pirataria como uma “coisa normal” e do cotidiano.

A pirataria é um mal que assola toda uma sociedade de maneira direta ou indireta. De maneira direta, atinge os autores titulares dos bens e, de modo indireto, a sociedade como um todo, vez que os tributos, que naturalmente seriam recolhidos, deixarão de ser arrecados pelo fisco e repassados à sociedade.

Assim sendo, partindo do que é observado na sociedade brasileira, e levando em consideração a banalização de um delito fácil de ser flagrado, seja nas feiras de modo físico ou em sites na *internet*, de modo virtual. A presente pesquisa terá como ponto inicial apresentar a origem, bem como a abrangência social e jurídica do termo “pirataria” e como está posta no ordenamento jurídico brasileiro. Com a terminologia bem definida, a pesquisa estará voltada para entender quais são os impactos econômicos sociais e culturais provenientes da banalização da pirataria na sociedade brasileira e, por fim, apresentar as soluções existentes para combater esse fenômeno.

A partir dessas considerações formula-se a seguinte problemática: Quais são os impactos econômicos, sociais e culturais decorrentes da banalização da pirataria, na sociedade brasileira, e quais soluções podem adotadas para combater a essa prática danosa?

2. A ORIGEM DO TERMO PIRATARIA

O termo "pirataria" tem uma origem que remonta à Antiguidade, derivando do grego "piratēs" (πειρατής) (HOUAISS: 2001, p.2223), que se refere àquele que ataca e saqueia nos mares. Este termo (*piratēs*), por sua vez, origina-se do verbo grego "peirān" (πειράω), que significa "tentar" ou "aventurar-se". Assim, os piratas eram originalmente considerados aqueles que se aventuravam ou tentavam saquear navios no mar.

Durante o Império Romano, o termo "pirata" foi adotado para descrever os marinheiros que realizavam atividades de saque e roubo no mar. A pirataria era uma ameaça constante às rotas comerciais e à segurança marítima, e os piratas eram frequentemente alvo de ações militares e legais para reprimir suas atividades.

Consoante Cesar (2011, p.9), a pirataria se inicia contemporaneamente às navegações no século XV, praticada por aqueles que se “aventuravam a pilhar a maior quantidade de tesouro possível, fosse ouro, tecidos ou especiarias”. Os piratas de antigamente, além de temidos, eram estigmatizados como criminosos, ladrões e aproveitadores.

Do ponto de vista histórico, o conceito de pirataria se construiu como uma metáfora da pirataria marítima e precedeu a todas as tipificações legais. O termo

“pirataria” passou a ser usado no contexto da propriedade intelectual em meados séc. XVII, como equivalente à “apropriação indébita de ideias” (ou seja, próximo ao que hoje chamamos de “plágio”), embora o seu uso inicial tenha sido tímido. O termo passou a ter um sentido aproximado daquele que usamos atualmente apenas mais tarde, na virada do século XVII para o XVIII, quando também se popularizou e começou a aparecer em dicionários e textos de escritores famosos (COUTO, 2022).

O termo foi utilizado no contexto dos debates entre a Stationers' Company e Richard Atkins, o que foi decisivo para a posterior popularização de seu sentido econômico e político (pirataria como o roubo de bens do espírito). Mais tarde, entidades representativas da indústria de conteúdo, como a RIAA (Recording Industry Association of America) e MPAA (Motion Picture Association), elevariam o seu uso à décima potência, construindo o imaginário social que até hoje existente sobre as reproduções legais e ilegais de obras do espírito. (COUTO, 2022, p. 22).

Desse modo, nos séculos anteriores, a pirataria representava uma grande preocupação do transporte marítimo de mercadorias; o termo isolado “pirataria” teve, até o século XX, denotação predominante de pilhagem, apropriação forçosa de bens materiais em trânsito. No entanto, claramente houve uma transposição do conceito ao campo da propriedade intelectual, o que ademais se deduz pelo contexto em que é utilizado, para significar apropriação indevida de conteúdo protegido por direito autoral. (MIGALHAS, 2014).

Logo, “pirataria”, enquanto ato que infringe a propriedade intelectual e o direito de autoria, é termo informal que caiu na língua do povo, cuja expressão correta é contrafação e significa a falsificação do produto. Não se deve confundir a “pirataria” com o contrabando, que é a entrada de produto proibido no território nacional, e o descaminho, que é a entrada de produto permitido, também, no território nacional, mas sem o pagamento dos impostos devidos, entretanto, não havendo falsificação do produto, em ambos esses fatos ilícitos. (BARRETO, 2011).

No mesmo sentido, COUTO (2022) esclarece que, do ponto de vista do Direito, a palavra “pirataria” é considerada um conceito jurídico indeterminado. O uso desse termo entre os juristas é evitado sempre que possível, já que é considerado impreciso e, tecnicamente, errado. Todavia, o seu amplo uso popular pode obrigar o jurista autoralista a ter também que lidar com tal vocábulo.

A despeito de que a “pirataria” em si não é tipificada em lei, o jurista é obrigado a relacionar este conceito indeterminado àqueles que de fato podem ser mobilizados

pelos operadores do Direito (e.g., violação de direitos autorais, contrafação, limitações aos direitos autorais etc.). Esta operação é realizada sempre com dificuldade, porque o termo “pirataria” é mais amplo e difuso do que os seus equivalentes previstos em lei (COUTO, 2022, p. 22).

Bamossy e Scammon (1985) descrevem a pirataria como sendo a prática fraudulenta de atrelar uma falsa marca registrada a um produto. Assim, a falsa marca parece praticamente indistinguível em comparação à sua contrapartida legítima.

Gadelman (2004) define o termo "pirataria" como atividade de copiar ou reproduzir, bem como utilizar indevidamente (sob qualquer forma) — isto é, sem a expressa autorização dos respectivos titulares de direitos autorais —, tanto livros ou outros impressos em geral quanto gravações de sons e/ou imagens, software de computadores ou ainda qualquer outro suporte físico que contenha obras intelectuais protegidas.

Jose de Paiva (2017) salienta que, dentro do contexto comercial e industrial, a pirataria é compreendida como a falsificação de um produto. O autor exemplifica que um CD pirata de um disco comercial pode apresentar um produto falso (o suporte) mas seu conteúdo sonoro é verdadeiro, pois se trata da mesma gravação contida no disco autêntico, ao contrário de um tênis, por exemplo, onde o produto pirata (falsificado) não possui as mesmas características intrínsecas do original. Desde os acordos de Berna e Paris, no fim do século XIX, legislações vêm tentando promover a distinção entre violação de direitos autorais e violação de marcas registradas, porém, no caso de um CD pirata, tanto as marcas registradas (os selos de gravação) como os direitos autorais (diretamente ligados aos artistas) são desrespeitados.

Débora Sarmiento (2011) esclarece que as práticas mais comuns de pirataria são as falsificações ou cópias de produtos e o uso indevido de marca ou imagem, com infração à legislação que protege a propriedade artística, intelectual, comercial e industrial. De acordo com a autora, o incremento do comércio mundial, com a integração das economias e das sociedades de vários países, fenômeno conhecido como globalização, provocou um aumento expressivo da pirataria, sem que fosse acompanhada de tutela adequada à proteção da obra intelectual.

A definição de pirataria se expandiu com o tempo. Inicialmente, limitava-se à apreensão e venda de bens privados. Com a ampla disseminação da Internet, passou a incluir também a propriedade intelectual e sua distribuição. Assim, a pirataria é descrita como a reprodução ou distribuição de produtos protegidos por direitos

autorais sem a permissão do autor, produtor ou coautor, exceto no caso de uma única cópia para uso pessoal do comprador do produto legítimo. (GUPTA; GOULD; POLA, 2004).

Os produtos pirateados podem ser aqueles que são iguais aos originais e que utilizam a mesma marca, ou que são iguais aos originais, mas usam uma marca diferente, aqueles que não são precisamente uma cópia ou aquelas reproduções que não são convincentes (CHAUDHRY, 1996).

Considera-se pirata a replicação de determinado produto sem o consentimento do fabricante original, sem o pagamento de licença ou patente ou sem o pagamento dos direitos de autoria. Sua comercialização pode ser feita sob a forma de falsificação, cópia com intenção de imitar o material original, replicação de marca e logotipo, sem cópia dos produtos propriamente, e envio da réplica pela internet, no caso de músicas, softwares, filmes etc. (RYNGELBLUM, GIGLIO. p. 141).

Uma questão que merece ser esclarecida é a diferença entre pirataria e falsificação. O primeiro termo refere-se ao ato de copiar ou reproduzir, sem autorização, livros ou impressos em geral, gravações de som ou imagem, dentre outros, com nítida infração à lei. Já falsificar é imitar ou alterar com fraude, ou seja, reproduzir seus aspectos únicos sobre os quais o criador detém direitos de propriedade intelectual ou industrial, em consequência do que os seus direitos são violados por não serem remunerados por quem está copiando e se beneficiando das vantagens comerciais do produto ou mercadoria. (ADIPEC, 2007, *apud* MARTINS; NETO; GARCIA; DANTAS; PRADO, 2011, p.2).

Do ponto de vista do comprador, a falsificação ocorre quando a pessoa efetua a compra sem querer ou é induzida a erro, nas circunstâncias em que não há conhecimento regular pelo produto, para distinguir diferenças como qualidade e informações a seu respeito. Já o ato de comprar item pirata acontece na situação em que a pessoa sabe ou desconfia que o objeto seja falso, mas ainda assim o adquire. Sendo assim, conforme Strehlau (2008, p.106) “existem dois tipos diferentes de transação: uma que engana o consumidor e outra que não o ilude, pois nesta, o consumidor está ciente da falsificação quando compra o produto”.

Na falsificação, há um crime contra o autor, mas também contra o consumidor, pois o produto apresenta características físicas e embalagens idênticas às do original, todavia o produto é falso. (TEIXEIRA, 2006); na pirataria, o agente age com o intento

de comprar o produto que sabe ser falso, ou seja, não há o crime contra o consumidor. (MARTINS; NETO; GARCIA; DANTAS; PRADO, 2011).

3. PIRATARIA NO BRASIL E SUAS CONSEQUÊNCIAS

A pirataria está presente no cotidiano dos brasileiros. Seja em ruas, shoppings seja na versão doméstica por meio do download, o uso de produtos ilegais é comum. Isso pode ser constatado, com maior incidência, em relação a produtos de entretenimento originais cujas réplicas são disponibilizadas para compra. Há estimativa de que 95% dos países têm, de algum modo, o problema da pirataria, seja sob a forma de fabrico, distribuição, venda ou transporte de mercadorias (BEIRÃO, 2013, p.84)

O Brasil possui um mercado consumidor altamente visado pela pirataria, devido ao fato de ser um país com mais de 200 milhões de habitantes, onde uma parte significativa da população tem um poder aquisitivo muito baixo. Da mesma forma, empresas estrangeiras veem o Brasil como um mercado potencialmente lucrativo para seus produtos. No entanto, o fraco regime de proteção à propriedade intelectual pode ser considerado uma barreira não tarifária, pois desestimula o livre comércio e também desencoraja o investimento direto estrangeiro, vez que as empresas não percebem como um bom negócio entrar em mercados onde podem sofrer perdas por venda de falsificações de seus produtos (Sherwood, 1992).

De acordo com a Iniciativa Global contra o Crime Organizado Transnacional (GITOC), o impacto da produção e distribuição de produtos falsificados é extenso e global, mas a situação brasileira é especialmente alarmante. Em 2022, o aludido índice global colocou, pôs o Brasil na 171ª posição em *ranking* composto por 193 países em relação ao comércio de produtos falsificados. Na América do Sul, apenas Colômbia, Paraguai e Peru estão em situação mais alarmante.

O Brasil, no cenário internacional da pirataria, é um país mais consumidor do que produtor de artigos falsificados. Cerca de 75% da mercadoria pirata comercializada aqui vêm de fora, aproveitando a fraca proteção da fronteira marítima e terrestre brasileira. Estima-se que a maior porcentagem de produtos falsificados encontrados no Brasil venha do exterior. Destes, 60% vêm do Oriente - mais

especificamente da China, Coréia do Sul e Taiwan - e entram no Brasil, em primeira instância, pelos portos. (FNCP, 2023).

Sendo assim, os produtos falsificados ingressam no país por intermédio do contrabando e corrupção e são transportados de modo que atravessam as fronteiras, às vezes juntamente com armas e drogas. Após chegar aos grandes centros, a mercadoria é armazenada e então revendida para os ambulantes. Isso configura a rede logística que o crime organizado utiliza para movimentar seus produtos e abastecer a cadeia de operações ilegais que prejudica toda a sociedade. (DE MENEZES, 2013)

Segundo a Confederação Nacional da Indústria (CNI, (2024), os danos econômicos e sociais causados pela pirataria no Brasil ocasionam perdas fiscais e sociais. De acordo com o estudo “Brasil Illegal em Números”, realizado pela CNI, os prejuízos econômicos do mercado ilegal representaram custos de R\$ 453,5 bilhões, em 2022.

Em uma comparação com a quantia registrada em 2022 em relação a de 2014, verifica-se que o crescimento foi exponencial, vez que, naquele ano, 2014 o valor registrado era de 100 bilhões de reais (FNCP, 2023b), ou seja, apenas no que se tem conhecimento, o crescimento foi de quase 5 vezes em pouco mais de 8 anos, representando um considerável avanço no volume das atividades ilegais.

Vale destacar que precitados R\$ 453,5 bilhões refletiram, essencialmente:

1. O valor das mercadorias transacionadas ilegalmente, ocasionando prejuízos diretos ao setor privado;
2. Tributos que deixaram de ser arrecadados; e
3. Perdas não técnicas (furtos) de energia e água.

Desse montante, a maior parte refere-se aos prejuízos diretos causados pela ausência de arrecadação de impostos (R\$ 136 bilhões) e às perdas registradas considerando 16 setores econômicos (R\$ 297 bilhões) ¹. Sendo assim, esses valores subtraídos da sociedade representam investimentos e empregos que deixam de ser gerados.

¹ Audiovisual (filmes), balanças, bebidas alcoólicas, brinquedos, celulares, cigarros, combustíveis, cosméticos e higiene pessoal, defensivos agrícolas, material esportivo, óculos, PCs, perfumes importados, TV por assinatura, vestuário e fármacos. Fonte: Elaboração Firjan a partir de dados do Fórum Nacional contra a Pirataria e Ilegalidade (FNCP), Organização Mundial da Saúde (OMS), Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos (SINDUSFARMA) e Sindicato Interestadual da Indústria de Balanças, Pesos e Medidas (SIBAPEM)

Do ponto de vista da arrecadação de impostos, o mercado ilegal retira recursos do poder público, afetando diretamente sua capacidade de promover melhorias nos serviços oferecidos à população.

No entanto, o prejuízo não se resume a perdas econômicas, no âmbito social o CNI (2024) calcula a perda de 370 mil postos de trabalho, pois a tendência é de subprodução por parte das empresas afetadas, já que a demanda acaba sendo abastecida pelo mercado ilegal. Conseqüentemente, há perda de vagas formais de emprego. Isso significa precarização do mercado de trabalho, uma vez que os postos informais não conferem, ao trabalhador, direitos, garantias ou outros benefícios.

Levando em consideração 15 setores afetados pelo mercado ilícito, o Brasil deixou de gerar 369.823 empregos diretos com carteira assinada, em 2022. Um exemplo dessa magnitude é o segmento de vestuário, que mais perdeu, em consequência da ilegalidade, deixando de empregar quase 67 mil trabalhadores no ano de 2022. Outros setores duramente afetados pelo mercado ilegal são o farmacêutico e o de combustíveis, que deixaram de empregar 20,7 mil e 15,5 mil trabalhadores, respectivamente. Também são atingidas as indústrias legais, pois estes setores e outros mais enfrentam uma concorrência desleal de produtos piratas vendidos a preços muito inferiores. Isso reduz suas receitas e capacidade de expandir e contratar novos funcionários (CNI, 2024, p.5).

A presença de produtos piratas no mercado cria uma concorrência desleal. As empresas que cumprem todas as regulamentações e pagam os devidos impostos enfrentam dificuldades para competir em face de preços mais baixos dos produtos falsificados. Isso resulta em uma erosão das margens de lucro e pode levar muitas empresas a reduzir suas operações ou até fechar as portas.

De igual forma, desestimula o investimento em pesquisa e desenvolvimento de produtos e novas tecnologias pelas indústrias. Se um produto farmacêutico, por exemplo, está sendo violado, infringido, copiado, qual será o incentivo àquela indústria farmacêutica para desenvolver novos produtos? Nenhum, enquanto não houver verdadeira proteção à propriedade intelectual, no Brasil. (BEIRÃO, 2011).

3.1 IMPACTO NO SETOR FONOGRÁFICO E AUDIOVISUAL

Conforme reportagens da CNN (2021), do portal Embrazado (2020) e do site Migalhas (2023), no setor fonográfico, a perda de receita é significativa, com milhões de reais sendo perdidos anualmente, devido ao *download* ilegal de músicas e à cópia não autorizada de CDs e outros formatos físicos. Essas perdas afetam diretamente artistas, produtores e todos os envolvidos na cadeia produtiva da música. Com menos receita, as gravadoras e produtores têm menos recursos para investir em novos talentos, limitando a diversidade e a inovação, no mercado musical.

No setor audiovisual, a pirataria de filmes reduz significativamente a bilheteria dos cinemas e as vendas de DVDs, pois filmes pirateados estão amplamente disponíveis *online* e em versões físicas vendidas ilegalmente. Isso desestimula o consumo de produtos legítimos e reduz a arrecadação de bilheteria e vendas domésticas. A produção audiovisual brasileira também sofre, ante a pirataria, reduzindo a receita que poderia ser reinvestida em novas produções, afetando a qualidade e a quantidade de conteúdo nacional disponível. Isso compromete a viabilidade econômica de novos projetos, especialmente aqueles que dependem de financiamentos baseados na expectativa de retorno financeiro.

Embora as plataformas de *streaming* tenham mitigado parte do impacto da pirataria ao oferecer acesso legal e conveniente a filmes e séries, a pirataria em sua modalidade digital ainda representa um desafio. *Sites de streaming* pirata e *downloads* ilegais continuam a atrair usuários que buscam evitar pagar por serviços legais, reduzindo as assinaturas e a receita dessas plataformas. Além disso, a pirataria afeta diretamente os empregos na indústria audiovisual, com menos receita significando menos investimento em novas produções e, conseqüentemente, menos oportunidades de emprego para roteiristas, diretores, atores, técnicos e outros profissionais do setor. A pirataria limita o crescimento e o desenvolvimento tecnológico da indústria audiovisual, que depende de investimentos contínuos para inovar e competir globalmente.

Portanto, a pirataria nos setores fonográfico e audiovisual no Brasil causa danos econômicos significativos, prejudica a criação de empregos e desestimula o investimento em novos talentos e produções.

3.2. IMPACTO DA PIRATARIA NO SETOR DA TECNOLOGIA E SOFTWARE

A pirataria no setor de tecnologia e *software* no Brasil tem consequências profundas e multifacetadas, afetando desde a economia até a segurança cibernética. A pirataria de software resulta em uma perda significativa de receita para as empresas desenvolvedoras. De acordo com a *Business Software Alliance* (BSA), cerca de 47% dos *softwares* utilizados no Brasil são piratas, o que representa bilhões de dólares em perdas anuais, que poderiam ser reinvestidos em pesquisa e desenvolvimento, melhorias de produtos e expansão dos negócios.

Além de impactar diretamente na inovação e no desenvolvimento, pois, com a alta taxa de pirataria, as empresas de tecnologia enfrentam dificuldades para recuperar seus investimentos em desenvolvimento de novos produtos. A falta de retorno financeiro adequado desestimula a inovação, vez que as empresas têm menos recursos para investir em novas tecnologias e aprimoramentos. Em consequência, pode levar a um atraso no desenvolvimento tecnológico do país, mantendo-o atrás de outras nações com menores índices de pirataria. Além do mais, o uso de *software* pirata também representa um grande risco para a segurança cibernética. *Softwares* não licenciados frequentemente não recebem atualizações de segurança e podem estar infectados de *malware*, expondo indivíduos e empresas a ataques cibernéticos, roubo de dados e outras ameaças.

4 - POR QUE CONSUMIR PIRATARIA? A FALTA DE CONSCIENTIZAÇÃO

Apesar das mazelas trazidas pela pirataria, surgem algumas questões: por que as pessoas consomem produtos piratas? Por que a utilização de produtos piratas nos mais diversos âmbitos crescem dia após dia, em toda a sociedade?

Um fator inegável é o preço acessível do produto pirata, a lógica seguida pelo consumidor é: “eu não posso pagar o valor do produto original, logo, para ter algo visualmente parecido e por um menor preço, comprarei o item pirata”. Em um estudo conduzido por EISEND (2019), foi constatado que o preço é a principal razão pela qual os consumidores compram produtos piratas, especialmente em países com grandes desigualdades econômicas. Sendo assim, consumidores com menor poder aquisitivo são mais propensos a optar por produtos piratas devido ao custo reduzido.

Contudo, há estudo demonstrando que não são apenas as classes menos abonadas que consomem produtos pirateados. O autor afirma que a facilidade de

acesso a produtos piratas, tanto em mercados informais quanto *online*, contribui para o consumo de pirataria, vez que é simples e fácil de encontrá-los e tê-los para si, tornando-os facilmente disponíveis para qualquer consumidor, ou seja, essa acessibilidade, combinada com a conveniência e outros fatores, promovem a escolha para se adquirir produtos falsificados (FINK; MASKUS; QIAN, 2016, p. 1 - 28),

Em pesquisa com dez pessoas de alta renda e sete pessoas de baixa renda, avaliou-se que as duas classes socioeconômicas envolvidas têm características diferentes e que se refletem na sua maneira de pensar, de escolher e de consumir os produtos:

o comportamento quanto ao consumo de produtos falsificados se difere conforme a classe socioeconômica que a pessoa está inserida. O motivo de compra desses produtos em geral é pelo preço baixo, necessidade e status, esse último atribuído à classe alta que também se preocupa com a sua auto-imagem. Há diferenças na forma com que cada classe consome produtos falsificados e piratas, porém percebe-se que esse tipo de consumo existe nos dois segmentos pesquisados (MARTINS; NETO; GARCIA; DANTAS; PRADO, 2011, p.1)

Portanto, conclui-se que o ato de consumir os produtos pirateados está presente em todas as classes sociais; apenas os motivos que levam as pessoas a consumir são distintos.

DANTAS e LONADORNI (2020) afirmam que ainda que os preços dos produtos brasileiros fossem baixados, mesmo assim, não diminuiria a prática da pirataria. Segundo os autores, os brasileiros, em sua maioria, não se sentem mal ou acham não estar praticando crime quando compram produtos não legalizados. Então se deduz que é algo que faz parte da cultura da gente brasileira

(...) há o convencimento de que a prática de compra de produtos pirateados não se resume apenas na questão de preço baixo. Ainda que o governo reduzisse a carga tributária de muitos produtos, mesmo assim, este vezo continuaria sendo praticado. Está arraigado nos costumes dos brasileiros o desejo de levar vantagem em tudo. É o que se chama de “jeitinho brasileiro”. As pessoas que usam desse recurso, não importando a classe social, não levam em consideração se os seus atos trarão prejuízos em impostos para o governo, nem estão preocupados se estão contribuindo para o fechamento de postos de trabalhos ou impedindo que outros sejam criados. Este é um aspecto comportamental de cultura (DANTAS; LONADORNI, 2020, p 10).

Nesse aspecto, o estudo *“Digital piracy and the perception of price fairness: evidence from a field experimente”* (2021) explora a percepção de justiça no preço dos

bens culturais. A pesquisa destaca que a percepção de preços justos varia significativamente entre os consumidores, especialmente em relação a produtos culturais, como música e filmes. Muitas vezes, a percepção de que os preços são injustos não se baseia apenas no custo do produto, mas também no valor atribuído ao modo e momento de consumo. Sendo assim, reduzir os preços pode não ser suficiente para alterar significativamente o comportamento de quem consome pirataria, já que fatores como facilidade de acesso e conveniência também desempenham papéis cruciais. Portanto, tornar o conteúdo legal mais acessível pode ser eficaz para reduzir a demanda por pirataria, mas apenas até certo ponto. Quando o conteúdo pirata continua sendo fácil de acessar e utilizar, muitos consumidores ainda optam por ele, mesmo com a disponibilidade de alternativas legais a preços reduzidos

Como visto, muitos consumidores não estão plenamente cientes das consequências legais e econômicas da pirataria. A percepção de que a pirataria é um crime de "baixo risco" e a falta de campanhas efetivas de conscientização sobre os danos causados pela pirataria contribuem para o seu consumo. Por acreditarem que as grandes empresas não são prejudicadas significativamente ou que os preços dos produtos originais são injustos, à vista de tais alegações, os consumidores, utilizam de justificações morais para facilitar a aceitação da compra do objeto pirata, sem se sentirem culpados.

5 - LEGISLAÇÃO PERTINENTE PARA COMBATER A PIRATARIA

No Brasil, não há uma lei única e específica contra a pirataria. Em vez disso, a proteção jurídica contra a pirataria é abordada por meio de várias leis que tratam da propriedade intelectual e dos direitos autorais. Pode-se considerar ser o principal diploma da área a Lei nº 9.610/1998, Lei de Direitos Autorais, a qual protege os direitos dos criadores de obras intelectuais, como músicas, livros, filmes e *software*. Ela estabelece os direitos patrimoniais e morais dos autores e define as sanções para a reprodução não autorizada dessas obras.

No mesmo sentido, há também a Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996) que rege a proteção de patentes, marcas, desenhos industriais e indicações geográficas. Ela dispõe acerca dos direitos exclusivos dos titulares sobre

suas criações e inovações e prevê punições para infrações como contrafação e uso indevido de marcas registradas.

Na alçada eletrônica, tem-se a Lei do *Software* (Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998.) que regula os direitos de propriedade intelectual sobre programas de computador, equiparando-os às obras literárias. Ela também define os crimes relacionados à violação desses direitos, incluindo a reprodução e distribuição não autorizada de *software*.

Em âmbito internacional, por conta da difusão das obras intelectuais pelos meios de comunicação, gerou-se a necessidade de proteger o direito autoral pelo mundo, mediante contratos (internacionais) nos quais se procura dar aos autores e editores dos países assinantes a mesma proteção legal que têm em seu próprio país. O Brasil assinou os seguintes tratados: Convenção de Berna, de 9 setembro de 1886; Convenção Universal, de 24 de julho de 1971; Convenção de Roma, de 26 de outubro de 1961; Convenção de Genebra, de 29 de outubro de 1971 (fonogramas); acordo sobre aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio. (FILHO, 1998).

Ademais, no Brasil há o Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNCP), criado em 14 de outubro de 2004, sendo um órgão consultivo que atua dentro do Ministério da Justiça e Segurança Pública, com suas atribuições sendo instituídas pelo decreto N° 9.875 de 27 de junho de 2019. O CNCP coordena ações entre diferentes órgãos do governo e a sociedade civil para combater a pirataria. O Conselho é destinado a estabelecer as diretrizes e a proposta de plano nacional de combate à pirataria, ao contrabando, à sonegação fiscal delas decorrentes e aos delitos contra a propriedade intelectual. É um órgão consultivo que atua dentro do Ministério da Justiça e Segurança Pública (BRASIL, 2020).

O art. 3° do Decreto nº 9.875, de 27 de junho de 2019, traz as competências do Conselho Nacional de Combate à Pirataria e aos Delitos Contra a Propriedade Intelectual:

I - elaborar estudos e propor medidas e ações destinadas ao combate à pirataria, ao contrabando, à sonegação fiscal delas decorrentes e aos delitos contra a propriedade intelectual no País; II - efetuar levantamentos estatísticos, criar e manter, a partir de informações coletadas em âmbito nacional, banco de dados integrado ao Sistema Único de Segurança Pública, com o objetivo de estabelecer mecanismos eficazes de prevenção e repressão à pirataria, ao contrabando, à sonegação fiscal delas decorrentes e aos delitos contra a propriedade intelectual; III - apoiar as medidas necessárias ao combate à pirataria, ao contrabando, à sonegação fiscal delas decorrentes e aos delitos contra a propriedade intelectual junto aos Estados

e ao Distrito Federal; IV - incentivar e auxiliar o planejamento de operações especiais e investigativas de prevenção e repressão à pirataria, ao contrabando, à sonegação fiscal delas decorrentes e aos delitos contra a propriedade intelectual; V - propor mecanismos de combate à entrada de produtos que violem direitos de propriedade intelectual e de controle do ingresso no País de produtos cuja importação, ainda que regular, possam vir a se constituir em insumos para a prática de pirataria; VI - sugerir fiscalizações específicas nos portos, nos aeroportos, nos postos de fronteiras e na malha rodoviária brasileira; VII - estimular, auxiliar e fomentar o treinamento de agentes públicos envolvidos em operações e processamento de informações relativas à pirataria, ao contrabando, à sonegação fiscal delas decorrentes e aos delitos contra a propriedade intelectual; VIII - fomentar ou coordenar campanhas educativas sobre o combate à pirataria, ao contrabando, à sonegação fiscal delas decorrentes e aos delitos contra a propriedade intelectual; IX - acompanhar, por meio de relatórios enviados pelos órgãos competentes, a execução das atividades de prevenção e de repressão à violação de obras protegidas por direito autoral; e X - estabelecer mecanismos de diálogo e colaboração com os Poderes Legislativo e Judiciário, com o propósito de promover ações efetivas de combate à pirataria, ao contrabando, à sonegação fiscal delas decorrentes e aos delitos contra a propriedade intelectual. Parágrafo único. Para o exercício de suas competências, o Conselho poderá requerer aos órgãos públicos federais e solicitar aos órgãos públicos estaduais, distritais e municipais envolvidos no combate à pirataria, ao contrabando, à sonegação fiscal delas decorrentes e aos delitos contra a propriedade intelectual, o fornecimento de informações e de dados estatísticos relativos a ações de prevenção e repressão realizadas sobre o tema. (BRASIL, 2019)

Para a efetivar essas competências, o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e aos Delitos Contra a Propriedade Intelectual, é formado por representantes de 18 órgãos e entidades da sociedade civil². (BRASIL, 2019).

O atual Plano Nacional de Combate à Pirataria (PNCP), período 2022-2025, no Brasil, traz objetivos que serão operacionalizados por meio de ações de curto, médio e longo prazo, com um total de 62 metas específicas para os quatro anos de sua vigência.

Os principais objetivos perpassam por dismantelar redes criminosas envolvidas na pirataria e no contrabando de produtos falsificados, contribuindo para o combate ao crime organizado. O PNCP também foca na promoção da saúde e segurança do consumidor, enfrentando a falsificação de produtos que representa riscos, como medicamentos, produtos eletrônicos e brinquedos. Além disso, busca

² O Ministério da Justiça e Segurança possui 5 representantes, que são indicados pela Secretaria Nacional do Consumidor, Secretaria Nacional de Segurança Pública, Secretaria de Operações Integradas, Polícia Federal e pela Polícia Rodoviária Federal; o Ministério da Economia possui 2 indicados; o Ministério das Relações Exteriores, Ministério da Cidadania, Agência Nacional do Cinema, Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Agência Nacional de Telecomunicações e Instituto Nacional da Propriedade Industrial possuem uma indicação cada. Por fim, há 5 representantes da sociedade civil, que são escolhidos pelo Ministro da Justiça e Segurança Pública. Esses representantes da sociedade civil fazem parte de entidades, organizações ou associações civis reconhecidas, indicadas por chamamento público.

fortalecer a cooperação internacional, estabelecendo parcerias para a troca de informações e ações conjuntas contra a pirataria. Outro objetivo é fomentar a educação e conscientização do público sobre os prejuízos econômicos e sociais da pirataria, promovendo uma cultura de respeito à propriedade intelectual. Por fim, o plano incentiva o desenvolvimento e uso de tecnologias para identificar e combater a produção e distribuição de produtos piratas.

Em que pese a existência de órgão específico para discutir e propor meios de combate à pirataria, Debora Sarmiento (2011) enfatiza que a impunidade é o maior incentivo à pirataria e o desafio de combatê-la deve obedecer ao binômio rapidez-segurança, sob pena de se comprometer o comércio entre os países e o desenvolvimento mundial. Para a autora, a repressão deve seguir em três ordens:

1) GESTÃO - O combate a tal prática criminosa exige que o Estado disponha de pessoal treinado e equipamentos modernos para identificação do ilícito e de seus autores. Nesse sentido, faz-se necessária a disponibilização pelo Poder Executivo de recursos financeiros suficientes para tal aparelhamento, o que, certamente, reverterá em maior recolhimento de impostos e na preservação de divisas.

2) PLANO LEGISLATIVO - Ainda que a legislação sobre o tema tenha evoluído, continua inadequada à efetiva repressão do ilícito. As penas são brandas, conduzindo, em regra, à prescrição dos crimes sem a penalização de seus autores, sendo insuficientes para desencorajar os autores dos ilícitos a paralisarem suas atividades. A era digital exige um processo legislativo ágil e efetividade da prestação jurisdicional, capaz de acompanhar a evolução tecnologia e reprimir os ilícitos dela decorrentes. (...)

3) INFORMAÇÃO - É de suma importância que se conscientizem os consumidores sobre os riscos gerados pela pirataria, seja no que toca à segurança como na preservação da saúde. É crucial é o abandono da idéia de que o "camelô", principal agente de tal prática criminosa, ganha a vida honestamente, vendendo simples CDs, baterias de celulares, barbeadores ou canetas. O uso de um produto "pirata", fabricado sem higiene e os cuidados devidos, pode gerar graves riscos à saúde do consumidor. Ademais, a pirataria se estendeu às mercadorias de alto custo, como peças de aviões, de carros, próteses ósseas, medicamentos, o que agrava o problema de saúde e segurança pública (SARMENTO, 2011, p. 38-39)

De igual modo, ERICA CARNEIRO (2011) declara que os problemas que vêm sendo enfrentados para o combate à pirataria, como fenômeno mundial, são inúmeros, sendo destacados a seguir os mais evidentes:

1 - A existência de múltiplos intermediários dificulta a identificação da rede de falsificação e rotas de comércio de produtos pirateados. 2 - A falta de interesse político, em especial pela grande corrupção nos poderes públicos, faz como que o mercado da pirataria não seja apropriadamente combatido. 3 - O conflito de interesses do poder político que não deseja desagradar a parcela da população que o elegeu e configura grande mercado consumidor e, às vezes, produtor ou intermediário dentro do esquema da pirataria. 4 - Há demanda muito maior do que a oferta, o que estimula o consumo de produtos falsificados de baixa qualidade, mais acessíveis. 5 - Além disso, os produtos genuínos possuem altos preços, o que torna o produto pirateado atraente e

extremamente competitivo no mercado. 6 - A sociedade acredita erroneamente que, na falsificação, há um ilícito sem vítima, quando não percebe que a maior vítima é própria população consumidora e trabalhadora. 7 - Por outro lado, a legislação sobre a matéria é insuficiente, destoada da realidade e sem grandes perspectivas de mudança, já que os empresários não atuam conjuntamente através de lobbies junto aos Poderes Legislativos em geral. No Brasil, podem ser observados, além dos problemas acima, outros decorrentes de suas peculiaridades, como a grande extensão de fronteira, seja ela terrestre ou marítima, o que dificulta a atuação da polícia para combater a entrada ilegal de produtos no território nacional. O Brasil é destinatário final da rota e não apenas um país de passagem, diante do amplo mercado consumidor local. (CARNEIRO, 2011, p.64)

Ryngelblum e Giglio (2009, p. 22-23) esclarecem que, para combater uma rede (pirataria), é necessária outra rede, em que haja participação e integração dos atores, sendo que a força inicial dessa outra rede estaria no desenvolvimento de representações sociais do ator consumidor contrárias àquelas que hoje mantêm o *status* de aceitação do comércio pirata. No caso do Brasil, problemas econômicos e sociais, aliados à falta de recursos dos órgãos de fiscalização, criam uma atmosfera de aceitação passiva dos atores quanto à presença de ambulantes e existência de outros meios de pirataria. Assim, os elementos constitutivos dessa abordagem teriam como objetivo: dar poder e força ao consumidor; criar um claro vínculo mental entre a pirataria e o crime organizado; e criar representações positivas sobre o governo, em ações conjuntas de toda a comunidade.

A pirataria, tal qual foi abordada, está na sociedade, intimamente conectada, não há como escondê-la ou negá-la, no entanto, apesar de ser comum, não se pode apenas fingir que ela não existe, mas combatê-la com ainda mais ênfase e vigor.

À vista do desafio, para aventar a possibilidade de vitória nesse combate, é necessário atacar o mal em diferentes frentes, utilizando, por exemplo, campanhas nacionais de intensificação e reeducação antipirataria, ressaltando seus aspectos antiéticos e ilegais, a fim de provocar uma mudança cultural, por meio de programas do governo, a exemplo dos implementados pelo CNPC. Outro pilar importante, como já citado, seria o enrijecimento e aplicação efetiva das leis, das punições e da fiscalização, tanto daqueles que vendem produtos piratas quanto daqueles que os consomem. (DE CARVALHO, 2013).

Mudar um comportamento como esse não é uma tarefa difícil. Devido às suas raízes profundas, os esforços devem funcionar não só no desenvolvimento de produtos ou sistemas técnicos que evitem a pirataria, mas também na educação e apresentação de vantagens para o uso regular. A sociedade acredita erroneamente

que, na pirataria, há um ilícito sem vítima, quando não percebe que a maior vítima é própria população consumidora e trabalhadora.

6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo explicar o que se entende por “pirataria” e as consequências provenientes da banalização dessa prática, além de buscar soluções para coibir essa atividade ilícita, considerando a proteção oferecida pelas leis brasileiras ao direito autoral.

Evidenciou-se que a pirataria é um fenômeno complexo que abrange a reprodução, distribuição e venda não autorizada de produtos protegidos por direitos autorais. Legalmente, é abordada por diversas leis no Brasil, incluindo a Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/1998), a Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996) e a Lei do Software (Lei nº 9.609/1998). Essas legislações estabelecem os direitos dos criadores e as sanções para as infrações, consistindo em um esforço jurídico significativo para proteger a propriedade intelectual. No entanto, a efetividade dessas leis é frequentemente limitada por desafios, dentre os quais a fiscalização insuficiente e a falta de conscientização pública.

As consequências da pirataria são amplas e afetam tanto o setor público quanto o privado. No setor público, a pirataria resulta em perdas significativas de arrecadação tributária e prejudica o investimento em infraestrutura e serviços essenciais necessários à manutenção das finalidades estatais voltadas para a própria sociedade, bem como diminuição de oportunidades de emprego, enfraquecendo as rendas familiares. No setor privado, as empresas enfrentam prejuízos financeiros, perda de valor de marca e redução de incentivos para inovação e criação. Além disso, os consumidores são expostos a produtos de qualidade inferior e potencialmente perigosos.

Como visto, para combater a pirataria de forma eficaz, é essencial adotar uma abordagem multifacetada. Primeiramente, é necessário reforçar a fiscalização e as operações de apreensão de produtos piratas, com a colaboração entre diversas autoridades. Concomitantemente, a educação e conscientização da população sobre os prejuízos econômicos e sociais da pirataria devem ser intensificadas, promovendo

uma cultura de respeito aos direitos de propriedade intelectual. Por fim, o desenvolvimento e uso de tecnologias avançadas podem ajudar na identificação e combate à pirataria.

Concluindo, embora a legislação brasileira ofereça uma base para a proteção dos direitos autorais, a pirataria continua sendo um desafio significativo devido à complexidade do fenômeno e à necessidade de ações coordenadas e eficazes. O combate à pirataria requer um esforço conjunto entre governo, setor privado e sociedade civil para proteger os direitos de propriedade intelectual, garantir a segurança dos consumidores e promover um ambiente econômico justo e inovador.

REFERÊNCIAS

ADIPEC. Associação dos Distribuidores e Importadores de Perfumes, Cosméticos e Similares. **Cartilha: “Aprendendo para Ensinar Sobre a Pirataria”**. 2007. Disponível em: <http://www.adipec.com.br/>. Acesso em: 28 de maio de 2024.

BARRETO, Luciano Silva. Combate à Pirataria e Direitos do Consumidor. **EMERJ**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 5, p. 66 – 70, jun. 2011

BEIRÃO; Altino José Xavier. Desafios Atuais no Combate a Infrações de Propriedade Industrial. **EMERJ**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 5, p. 66 – 70, jun. 2011

BAMOSSY, Gary; SCAMON, Debra L. Product counterfeiting: consumers and manufacturers beware. *Advances. Consumer Research*, v. 12, p.334-339, 1985.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto Nº 9.875, de 27 de junho de 2019**. Dispõe sobre o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e aos Delitos contra a Propriedade Intelectual. Acesso em 03 de maio de 2024.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Secretaria Nacional do Consumidor. Conselho Nacional de Combate à Pirataria e aos Delitos contra a Propriedade Intelectual. **Resolução Nº 3, de 3 de dezembro de 2021**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 2021, edição 228, p. 48.

BRASIL. Presidência da República. **LEI Nº 5.648 DE 11 DE DEZEMBRO DE 1970**. Cria o Instituto Nacional da Propriedade Industrial e dá outras providências. Disponível em: Acesso em 08 de maio de 2024.

CARNEIRO, Érika Bastos O. Breve Relato sobre Desafios no Combate a Infrações de Propriedade Industrial e Intelectual. **EMERJ**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 5, p. 61- 65, jun. 2011

CNI, Confederação Nacional da Indústria. Brasil Illegal em Números. **FIRJAN -FIESP**. Nota Técnica, abril de 2024. Disponível em: [nota_tecnica.pdf \(portaldaindustria.com.br\)](#). acesso em: 9 de junho de 2024.

COUTO, Walter Eler do. Comunicação científica e direitos autorais: o acesso aberto e o avanço da pirataria. 2022. **Tese de Doutorado**. Universidade de São Paulo.

CHAUDHRY, Peggy E.; Walsh, Michael G. An assessment of the impact of counterfeiting in international markets: The Piracy Paradox Persists. **Columbia Journal of World Business**, v. 31, n. 3, p.34-49, 1996.

CESAR, Daniel Jorge Teixeira. Sob a Bandeira Pirata: Estudo sobre Identificação a partir da Prática do Compartilhamento de Arquivos. **Monografia de Conclusão do Curso de Antropologia**. Brasília: UnB, 2011

DANTAS, José S.; LONADORNI, Marines. A pirataria e sua contextualização social. **Revista Jurídica**, 2020.

DE MENEZES JÚNIOR, Eumar Evangelista. AÇÃO GOVERNAMENTAL NO COMBATE À PIRATARIA NO BRASIL. **Revista Jurídica**, v. 1, p. 21-32, 2013

DE CARVALHO, LUCAS MONTEIRO. Comprar ou piratear: critérios da tomada de decisão do consumidor. **Anais dos Seminários em Administração. São Paulo, SP, Brasil**, v. 16, 2013

DE PAIVA, José Eduardo Ribeiro. Da pirataria ao streaming: discutindo novas relações entre artistas e o mercado fonográfico. **Revista Geminis**, v. 8, n. 1, p. 115-125, 2017.

EISEND, Martin. "Morality Effects and Consumer Responses to Counterfeit and Pirated Products: A Meta-Analysis." **Journal of Business Ethics**, v. 154, nº 2, 2019, p. 25. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/45022877>. Acesso em 15 de junho de 2024.

FNCP - FÓRUM NACIONAL CONTRA A PIRATARIA E A ILEGALIDADE. **Economia brasileira perde R\$ 410 bilhões para o mercado ilegal**. 2023. Disponível em: <https://contrabandonao.com.br/economia-brasileira-perde-r-410-bilhoes-para-o-mercado-ilegal/>.

FNCP - FÓRUM NACIONAL CONTRA A PIRATARIA E A ILEGALIDADE. **Contrabando: descubra quem perde com o mercado ilegal**. 2023b. Disponível em: <https://contrabandonao.com.br/contrabando-descubra-quem-perde-com-o-mercado-ilegal/>. Acesso em 18 de maio de 2024.

FINK, Carsten; MASKUS, Keith E.; QIAN, Yi. The economic effects of counterfeiting and piracy: A review and implications for developing countries. The **World Bank Research Observer**, v. 31, n. 1, p. 1-28, 2016. Disponível em: [The Economic Effects of Counterfeiting and Piracy: A Literature Review \(worldbank.org\)](#)

GANDELMAN, Henrique. O que você precisa saber sobre direitos autorais. Rio de Janeiro: v. 1, **Senac Nacional**, 2004, p.96

GUPTA, Pola B.; GOULD, Stephen J.; POLA, Bharath. "To pirate or not to pirate": A comparative study of the ethical versus other influences on the consumer's software acquisition-mode decision. **Journal of Business Ethics**, v. 55, p. 255-274, 2004.

HOUAISS, Antonio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: **Objetiva**, 2001

JUNIOR, Eumar Evangelista de Menezes. Ação Governamental no Combate à Pirataria no Brasil. **Revista Jurídica UniEvangélica**. ANAPOLIS/GO, v.1, n. 20. p.1-12, jan. 2013

KUKLA-GRYZ, A.; TYROWICZ, J.; KRAWCZYK, M. Digital piracy and the perception of price fairness: evidence from a field experiment. **Journal of Cultural Economics**, V. 45, p. 105–131, 2021. Disponível em: Digital piracy and the perception of price fairness: evidence from a field experiment | Journal of Cultural Economics (springer.com). Acesso em: 19 junho de 2024.

MENDES, Diego; CHAVES, Karla; SANTORO, Tiê. Pirataria: prejuízo do Brasil com comércio ilegal ultrapassa R\$ 280 bilhões. **CNN**, 31/05/2021. Disponível em: Pirataria: prejuízo do Brasil com comércio ilegal ultrapassa R\$ 280 bilhões | CNN Brasil. Acesso em: 13 de junho de 2024

BSA | The Software Alliance. Uso de software não licenciado atinge 47% no Brasil, constata nova pesquisa da BSA. Disponível em: <https://www.bsa.org/pt/noticias-e-eventos/comunicados-de-imprensa/uso-de-software-nao-licenciado-atinge-47-no-brasil-constata-nova-pesquisa-da-bsa>. Acesso em: 13 de maio de 2024

MARQUES, Igor. Pirataria: Uma história de perseguição e declínio. **Embrizado**, 10/10/2020. Disponível em: Embrizado | Pirataria: Uma história de perseguição e declínio. Acesso em: 13 jun. 2024.

MARTINS, B. S.; NETO, M. A. A. F.; GARCIA, J. N.; DANTAS, S. S.; PRADO, K. P. L. A. Pirataria e falsificação: onde o pobre e o rico se igualam... Ou será que se se diferenciam? **Pensamento & Realidade**, v. 26, n. 2, 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/7865>. Acesso em: 12 jun. 2024.

ORRICO JUNIOR, Hugo. Pirataria de Software. Ed. 1. São Paulo: **MM Livros**, jan. 2004.

RYNGELBLUM, Arnaldo Luiz; GIGLIO, Ernesto Michelangelo. Uma Investigação Sobre o Ator Consumidor Na Rede De Pirataria E Uma Proposta De Alternativa De Estratégia De Combate. **Ram–revista de administração mackenzie**, v. 10, n. 4, 2009.

PINHEIRO, Luciano Andrade. Considerações sobre o termo pirataria. **Migalhas**, 17/02/2014. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/pi-migalhas/195549/consideracoes-sobre-o-termo-pirataria>. Acesso em: 13 jun. 2024

PASE, André Fagundes. Pirataria no Brasil, dos produtos baratos às práticas culturais. in: **SBC - Proceedings of SBGames**, 2013, PUCRS, out. 2013, p. 1 – 8

SHERWOOD, R. M. Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico. São Paulo: **EdUsp**, 1992.

SARMENTO, Debora Maria Barbosa. Desafios Atuais no Combate a Infrações de Propriedade Industrial. **EMERJ**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 5, p. 66 – 70, jun. 2011