

## 6

**Referências bibliográficas**

ADORNO, Theodor W. e HORHKEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

BALANDIER, Georges. **O contorno: poder e modernidade**. Traducnao de Suzana Martins. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

BARTHES, Roland. **O rumor da língua**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BENJAMIN, Walter. **Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BORGES, Jorge Luís. **Ficções**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996

\_\_\_\_\_. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.

\_\_\_\_\_. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007a.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1997.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes do fazer**. Petrópolis: Editora Vozes, 16ª ed, 2009.

\_\_\_\_\_. **A cultura no plural**. Campinas: Papirus, 1995.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural: entre práticas e representações**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil / Lisboa: Difel, 1990.

\_\_\_\_\_. **Cultura Popular: revisitando um conceito historiográfico**. In: Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 8, n. 16, 1995, p. 179-192.

Disponível

em:

<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2005/1144>

\_\_\_\_\_. **A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2ª ed, 1998.

\_\_\_\_\_. **A aventura do livro: do leitor ao navegador.** São Paulo: Ed. Unesp, 1999.

\_\_\_\_\_. **Os desafios da escrita.** São Paulo: UNESP, 2002.

\_\_\_\_\_. **Leituras e leitores na França do Antigo Regime.** Tradução de Álvaro Lorencini. São Paulo: Editora Unesp, 2004.

ECO, Umberto. **Obra aberta.** São Paulo: Perspectiva, 1976.

\_\_\_\_\_. **A inovação no seriado.** In: Sobre Espelhos e Outros Ensaios. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Comunicação, Espaço, Cultura.** São Paulo: Annablume, 2008.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema.** Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio: 7Letras, 2010.

\_\_\_\_\_. **Os crimes do texto: Rubem Fonseca e a ficção contemporânea.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

FOUCAULT, Michel. **O que é um autor?.** Lisboa: Passagens/ Vega, 2002.

\_\_\_\_\_. **A poeira e a nuvem.** In: MOTTA, Manoel Barros (Org). Ditos e escritos IV: Estratégia, Poder, Saber. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

\_\_\_\_\_. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão.** 2005. Petrópolis, Vozes.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 1988.

GOMES, Renato Cordeiro. **Todas as cidades, a cidade: literatura e experiência urbana.** Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

\_\_\_\_\_. **Matrizes culturais e formatos industriais: uma série brasileira de televisão.** Compós, Unesp: Bauru, 2006. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_463.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_463.pdf)

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HOMERO. **Odisseia.** Tradução: manuel Odorico Mendes. São Paulo: EDUSP, 1981.

HUYSSSEN, Andreas. **Memórias do Modernismo.** Rio de Janeiro: UFRJ,

1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOSGRILBERG, Fábio. **Cotidiano e invenção: os espaços de Michel de Certeau**. São Paulo: Escrituras, 2005.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia** – Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

LEMOS, Ronaldo. **O creative commons e as transformações da propriedade intelectual**. In: BARBOSA FILHO, André et al (Org). **Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005.

LEMOS, Ronaldo e CASTRO, Oona. **Tecnobrega: o Pará reinventando o modelo da música**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

LESSIG, Lawrence. **Free Culture**. Penguin, 2004.

MANOVICH, L. **Novas mídias como tecnologia e idéia: dez definições**. In: LEÃO, Lúcia (Org). **O chip e o caleidoscópio: Reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Senac, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. Tradução de Fidelina González. São Paulo: Editora Loyola, 2004.

\_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 4ª ed, 2006.

MATTOS, Carlos Alberto. **Eu, pirata**. In: DocBlog de 07 de Setembro 2007. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/blogs/docblog/posts/2007/09/07/eu-pirata-72468.asp>> Acesso em 07 dez. 2010.

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutemberg: a formação do homem tipográfico**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

MIRANDA, José Bragança. **Geografias imaginárias da terra**. In: MARGATO, Izabel e GOMES, Renato Cordeiro (Org). **Espécies de espaço: Territorialidades, Literatura, Mídia**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2008.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX: o espírito do tempo: neurose**. Vol. I. São Paulo: Forense, 1969, p. 31.

MOTA, Regina. **Os desafios da TV digital no Brasil**. In: BARBOSA FILHO, André et al (Org). **Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005.

NICOLAU, Marcos Antonio e NOBRE, Cândida Maria. **Compartilhamento e remixagem: o dilema da apropriação de conteúdos no âmbito da cultura midiática digital**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 21, p. 2-18, julho/dezembro 2009.

RANCIÈRE, Jacques. **Políticas da escrita**. Tradução de Raquel Ramallete [et al]. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

\_\_\_\_\_. **El espectador emancipado**. Buenos Aires: Manantial, 2010.

\_\_\_\_\_. **A partilha do sensível: estética e política**. Tradução de Mônica Costa Netto. São Paulo: Editora 34, 2005.

\_\_\_\_\_. **O desentendimento**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

SÁ, Simone Pereira de. **O que os fãs de Arquivo X podem nos revelar sobre a comunicação mediada por computador**. In: SÁ, Simone Pereira de e ENNE, Ana Lúcia (Org). Prazeres digitais: computadores, entretenimento e sociabilidade. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais Ltda, 2004.

SANTIAGO, Silviano. “O entre-lugar do discurso latino-americano”, in **Uma literatura nos trópicos**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. 2.ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SCOLARI, Carlos Alberto. **A construção de mundos possíveis se tornou um processo coletivo**. ano 4 – no 2 jan./jun. 2011 - São Paulo.

SCHWARZ, Roberto. **Nacional por subtração**. In: Que horas são? São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **Um novo capital cultural: pré-disposições e disposições à cultura informal nos segmentos com baixa escolaridade**. In: Revista Educação e Sociedade, Campinas, v. 26, n. 90, p.77-105, jan./abr. 2005.

SIMMEL, Georg. **A metrópole e a vida mental**. In: VELHO, Otávio G. (org.). O Fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

STAM, Robert. **A literatura através do cinema: realismo, magia e a arte da adaptação**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

VILLAÇA, Nízia Maria Souza. **Comunicação e literatura contemporânea; espaços reais e virtuais**. In: Revista Contemporânea, n 7, 2006.2.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

## 7

### Anexos

#### 7.1. Entrevistas com vendedores ambulantes

Alessandro, 26, camelô da Uruguaiana  
Entrevista realizada em: 18 de Janeiro de 2011

##### **Há quanto tempo você trabalha com venda ambulante de DVDs? E como foi este processo?**

Já trabalho como profissional de camelô há uns 8 anos. Eu estava desempregado, aí um amigo meu que já era camelô um dia me chamou pra trabalhar. Aí eu era camelô empregado, ganhava um salário de R\$ 10,00 por dia mais passagem e almoço. Mas com o tempo fui aprendendo, pegando o jeito aí virei autônomo.

##### **Você é autônomo? Então você mesmo produz os DVDs, replica as mídias?**

Não, eu sou autônomo porque trabalho pra mim. Não trabalho pra ninguém, mas eu revendo os DVDs, eu compro em quantidade com atacadistas.

##### **E você sempre trabalhou aqui, neste ponto?**

No início, quando trabalhava pra outra pessoa, eu ficava na Presidente Vargas. Depois de um tempo fui para a Rio Branco. E aí depois de já ser conhecido consegui o ponto aqui na Uruguaiana Não tenho box [pequenos estabelecimentos dentro do camelódromo], mas meu ponto é fixo, fico entre a saída do metrô e a banca. Tá vendo aquele camarada ali? Eu que trouxe ele. Agora ele já tem ponto fixo também, mas pode ver que ele fica um pouco depois de mim.

##### **E você tira todo seu sustento através da pirataria?**

Sim. Mas eu vendo aqui no centro, mas tenho também minha barraca de DVDs lá no morro da Providência, onde eu moro.

**E o que vende mais? Como você escolhe os DVDs que tem maior potencial pra venda?**

O que vende mais é lançamento. Como na pirataria a questão não é a qualidade, tem que ter na mão o que está na boca do povo. Tem que ser lançamento, entendeu?!

**E os DVDs que surgem na pirataria, quer dizer, os filmes que são vendidos como outros filmes, você já vendeu algum do tipo? Por exemplo, na época do Tropa de Elite venderam outros filmes como continuação, o Tropa 2, 3 e 4, você chegou a vender também?**

Claro. Vendi muito, Tropa de Elite foi uma época boa pra ganhar dinheiro, tudo que eu tinha na mão vendia, muito rápido.

**E neste caso, as pessoas te pediam outros filmes estilo *Tropa de Elite* ou você que fazia a propaganda?**

Os dois, tem cliente que é mais ansioso e já vai pedindo, mas eu também tô sempre aí fazendo propaganda, não fico quieto não. O negócio é vender o peixe, tem que ter talento também. Mas essa época estava muito fácil. Era só ter a capa. A gente deu para os clientes aquilo que eles já queriam, mas não sabiam dizer. Porque todo mundo sabia que não dava tempo de ter o Tropa até o 4. O Tropa 1 mesmo ainda nem tinha saído no cinema. Mas, mesmo assim todo mundo comprava. Vai entender?!

Antônio, 33, camelô do bairro do Catete

Entrevista realizada em: 08 de Dezembro de 2011

### **Há quanto tempo você trabalha com venda ambulante de DVDs?**

Há aproximadamente 15 anos, quer dizer, mas no início a gente vendia CD, porque ainda não existia o DVD. Vendia mais Cds de programas de computador. E antes do DVD existia o VCD, mas era uma mídia pequena, não cabia filme, às vezes gravávamos um filme em duas mídias. Ainda reduziam muito a qualidade do filme pra ficar um arquivo pequeno e caber no VCD.

### **E como foi com o surgimento do DVD?**

Olha, no início o gravador de DVD simples que grava um por vez era mais de R\$1.000,00, o DVD virgem custava R\$5,00. Surreal, a gente vendia cada DVD por R\$10,00 ainda, e hoje qualquer um faz 3 por R\$10,00, né. Mas, mesmo assim vendia bastante porquê os DVDs nas lojas eram muito caros. No início a maioria dos cliente eram técnicos de computação, eles compravam Cds e DVDs de instalação de programas e revendiam para seus clientes por um preço ainda mais alto. Aí aos poucos o DVD foi se popularizando e aí comecei a investir mais pesado nos filmes porque a rotatividade era muito maior.

### **E você trabalhou aqui neste ponto?**

Sim, mas trabalhei uns meses no centro da cidade. Antes de virar camelô eu trabalhava num banco, na parte de expedição e tinha uma amiga que trabalhava com pirataria ali no centro também, perto do banco. Mas, ela trabalhava com pirataria de cintos, calçados, era outra coisa. E ela sempre me dizia “por que você não vem trabalhar comigo? Vai ganhar muito mais, pode ter certeza.” Aí decidi sair do banco e fui trabalhar com ela, fiquei um mês, não achei legal, no centro tinha muita briga entre os camelôs e os guardas, etc.

Aí eu e um amigo resolvemos testar como seria aqui no Catete. Na época só tinha um camelô aqui, que foi o pioneiro. Muita gente trabalhava pra ele, era dono de sete pontos. Na época, em comparação a ele eu era só um peixinho. Mas, sabe qual é o problema da pirataria? Quanto mais famoso você fica, mais perigoso é. Foi o que aconteceu com esse cara. Foi ganhando fama até que um

dia a polícia bateu lá na casa dele, aí já era. Quando a atividade é ilegal você não pode chamar atenção.

**Mas, vocês também precisam chamar atenção dos clientes né?**

Pois é, mas tem várias maneiras. Eu sempre quis chamar atenção pela qualidade. Sempre trabalhei no mesmo ponto. E chamar atenção vai pelo boca a boca, até porque o Catete é um bairro residencial, um vizinho fala pro outro e por aí vai. Tenho clientes de anos que não sabem meu nome, quero vender, não quero ficar famoso. Porque nesse ramo tem que ter cuidado.

**E qual é o seu procedimento de trabalho, você compra de atacadista ou é autônomo?**

Eu mesmo faço meus DVDs. Só quando não tenho tempo mesmo é que procuro fornecedores. Essa é a forma que tenho de manter a qualidade, porque quando vem de terceiros sempre tenho dor de cabeça.

**E como você escolhe os DVDs que vai baixar? O que o faz escolher?**

O principal é o artista, o produtor, diretor. Se tiver um Keanu Reeves vende, se tiver um Tom Cruise, etc. Mas, aqui minhas clientes são na maioria mulheres, e geralmente os camelôs trabalham mais com filmes de ação, de guerra. Eu já invisto mais nos filmes de romance, nos filmes mais cults também, porque esse é meu público sabe. E as pessoas sempre vem e comentam, falam o que acharam dos filmes. Mas, além disso tem tudo na internet, tem um site que eu visito que mostra todos os lançamentos da semana, aí vou ali e pego o que acho mais interessante também. Mas, pego mais os filmes com atores consagrados porque aí é certeza de vender. Porque a pior coisa é replicar um monte de mídia e ficar tudo parado.

**E os “DVDs montagem”, esses DVDs que surgem na pirataria? Você criou algum do tipo? Já mudou a capa de algum DVD?**

Na verdade, nesses DVDs eu vou observando o que os outros camelôs estão vendendo mais e pego pra vender. Quando aparece alguma coisa de stand up comedy eu pego, tipo o Nós na fita, o Falando à veras, que vendem muito.

Mas, nem sempre eu pego tudo. O DVD da Elisa Samudio e do Bruno, por exemplo, eu não peguei. Não dá né, achei pesado demais aquilo. Mas, os caras vendiam muito, e saíram várias capas. Na época cheguei a ver uma que tinha a foto dela, do Bruno e de uns cachorros. Sinistro.

E capas já até fiz algumas, mas não sou muito bom. Sou bom de achar as coisas na internet. Conheço vários blogs de capas customizadas, vou lá e baixo tudo. Tem site só pra baixar logo. Na época do Tropa de Elite eu ficava no Google só baixando a logo do BOPE, ou qualquer caveira mesmo, e umas fotos daquele artista, do Wagner Moura.

### **Você já vendeu algum DVD sem capa?**

Não, quer dizer, já uma vez. Foi com Tropa de Elite mesmo, eu não tinha como imprimir em casa, e se eu fosse no fornecedor pra pegar os DVDs com capas eu ia perder muito tempo, porque estive vendendo igual água. Mas, foi a única vez. Porque a capa é fundamental, pra mim DVD sem capa não é DVD. A capa é a nossa publicidade, entendeu? Apesar de ser o que encarece mais o nosso custo de produção, porque o plástico, o papel e a tinta são, praticamente, 90 % do custo, não tem como fugir, a capa é o que move a venda.

**Nessa época muitos camelôs passaram a vender outros filmes como continuação do Tropa de Elite, né? Fizeram o Tropa 2, 3 e 4, com o documentário Notícias de uma guerra particular, o vídeo dos policiais de Niterói e Quase dois irmãos. Você também chegou a vender esses filmes?**

Sim, vendi muito o Notícias de uma guerra particular como Tropa 2. Era tudo nesse esquema, eu e um amigo meu que é bom de Corel [software Corel Draw], a gente ia lá e montava, botava uma foto de uma caveira e escrevia BOPE 2, Tropa de Elite 2. Mas aí, aqui no Catete vários clientes falavam, olha esse filme não é o Tropa de Elite 2 não, é o Notícias de uma guerra particular bla bla bla. Aí depois eu passei a vender com a capa original.

### **Vendeu com as duas capas? A customizada e a original?**

“Aham”, vendi com as duas capas (risos). Tinha pra todo mundo.

Mas, hoje pego tudo mastigado na internet. No máximo que eu tenho que fazer é quando baixo um filme que só acho a capa com o título em inglês, vou lá e joga no Google tradutor, e digito a tradução por cima da capa.

**Para concluir, me diz um pouco o que você pensa sobre essa circulação informal de filmes?**

É o que eu chamo de efeito colateral. Me lembro que antigamente eu não tinha dinheiro pra comprar fita K7, aí eu ficava reciclando o que gostava, pegava uma fita e ficava esperando tocar no rádio pra apertar o REC. Eu nem imaginava o que era pirataria, mas já estava de alguma forma fazendo.

Tomara que um dia seja legalizado porque é uma forma das pessoas terem acesso a informação. Já vendi pra muito artista de pagode aqui, e na maioria eles são a favor, porque divulga o trabalho deles. Mas, vira e mexe eu escuto gracinha, mas nem ligo porque quem diz que é contra deve ser mentiroso ou um burguês pra poder pagar tudo oficial.

Ricardo, 29, ex-atacadista e camelô

Entrevista realizada em: 10 de Dezembro de 2011

**Há quanto tempo você trabalha como camelô de DVDs? Você pode me contar um pouco sobre sua experiência?**

Trabalho com isso há 5 anos. Essa história começou quando eu era estagiário do Achados e Perdidos do metrô. Eu ganhava muito pouco, e já tentava de algumas maneiras ganhar um pouco mais. Uma delas era vender algumas coisas que ficavam muito tempo no Achados e Perdidos para os camelôs ali de perto, da Uruguaiana. E eu observava que circulava muito dinheiro ali no camelódromo. Um dia resolvi sair do metrô e vender lanche nos arredores do camelódromo. Mas, no fim do mês eu vendia no máximo R\$1.000,00. Ainda era pouco. Nessa época eu já tinha me ligado que quem andava com dinheiro eram os caras que vendiam filmes. Aí um dia pedi para uma dona de um box de filmes umas 5 capas vazias pra tentar vender na rua, se eu conseguisse vender eu levava o cliente até ela. Mas, não consegui. Fiquei chateado, mas no dia seguinte pedi de novo e consegui vender. Aí eu comecei a vender pra ela, comprava por R\$2,00 e vendia de R\$5,00 a R\$10,00 dependendo da quantidade.

**Nesta época então você ainda era varejista, né?! Como foi a transição para a venda no atacado?**

Depois de um ano vendendo nas ruas para esta mulher, um dia perguntei à ela se eu poderia alugar um pedaço do box dela, um pedacinho de nada de corredor que ficava vazio. Aí ela resolveu me alugar o espaço por uma mensalidade que eu poderia pagar. Foi aí que me tornei um atacadista.

**E depois você veio a ter um box com um acervo grande, com funcionários nas ruas, como foi esse crescimento?**

Pois é, eu passei a vender muito. Na época do Tropa de Elite eu saía de lá com bolsa de dinheiro, coisa de maluco. Vendia facilmente R\$1.000,00 por dia, cheguei a fazer mais de R\$2.000,00 num dia só. Pode acreditar.

Mas eu torrava tudo, gastei com bobagens demais, mulherada, fui burro nessa época. Mas, esse não era só o meu perfil não. Era o perfil de 90% dos meninos,

a minha diferença era só que eu não uso drogas, mas ninguém sabia administrar dinheiro.

**E como você vê no âmbito geral o poder de circulação e de lucro que a pirataria oferece?**

Ontem liguei para minha ex-cunhada e ela me perguntou “e aí, não está na hora de arrumar um emprego de carteira assinada não?” E eu disse: “Vai você. O que você ganha no mês eu tiro num dia em menos de oito horas.”

Sabe qual é a questão da pirataria, o porquê ela é tão mau-vista? Porque é uma afronta para a sociedade um cara como eu ganhar o que eu ganho. Qual emprego que se começa a trabalhar às 18h e termina às 20h e você ganha R\$300,00 neste dia. Hoje foi assim. No sábado passado vendi R\$1.200,00. Mas não é só o camelô de DVD que vende não, relógio vende, buginganga, etc...A pirataria é interessante porque o cara vira seu próprio patrão, e depois disso ele não volta a ser funcionário de ninguém. Por isso que eu sempre digo, o combate à pirataria no Rio de Janeiro é “enxugar gelo”. Se apreendem hoje 20 mil DVDs, amanhã já tem 200 mil DVDs rodando de novo. O processo é rápido, e o custo é baixo. Uma mídia virgem em São Paulo tá custando R\$0,30. Cada caixa vem com 600 mídias, eu compro 20 caixas por vez. E multiplico isso rápido. Na Uruguaiana por exemplo tínhamos um esquema que ninguém precisava sair de lá pra nada. Porque tem tudo lá, o box que vende mídias, outro vende papel, outro vende tinta e por aí vai.

As únicas pessoas que perdem com a pirataria são os profissionais da produção, das gravadoras. Porque muitos dos que estão envolvidos com os filmes ganham com isso. Quantos trabalhos o Wagner Moura já não fez depois do Tropa de Elite?

**Você considera que o sucesso do Tropa de Elite se deve à circulação no mercado informal?**

Claro, Tropa de Elite é um mérito nosso. Sabe qual é a forma de controle da pirataria? Nenhuma. É o crime do século XXI, ganha-se muito e quase não fica preso. Porque o governo já viu que não dá pra lotar cadeia com a gente, acabam gastando mais. Então eles já diminuíram a pena, hoje dá pra pagar uma fiança lá. Mas será que o governo não pensa em como eles podem

ganhar com a pirataria? Quer dizer, eles já ganham. Tem muito imposto na pirataria. Sabe por quê? Eles ganham muito com a venda de material. A gente compra um monte de produto de empresa, a gente paga imposto sim, no plástico da capa, na tinta da impressora, na mídia, no computador, etc...Eles só não ganham com o que vem da China! O contrabando é que não vale pra eles. Tem muita coisa envolvida, na verdade eles não proibem de fato a pirataria. Porque você vê na TV propaganda da HP, por exemplo. “A HP lança impressora que imprime 6 mídias por vez.” Me diz que ser-humano normal vai precisar de uma impressora dessas? Falavam há um tempo atrás que iam prender quem compra pirata. Duvido. Tá maluco, você acha que os caras vão perder voto? 90% da população carioca compra pirata, que político vai querer ficar mal com tanta gente? Eu tô cansado de falar com esses meninos que trabalham no ramo, mas são muito ignorantes, não sabem aproveitar, não percebem que trabalhar com pirataria é uma jóia.

**Como vocês mensuram o que vai vender. Como vocês escolhem os DVDs que vão baixar da internet e colocar à venda?**

Um dos principais fatores que fazem o filme vender bem é a capa. Quer dizer, a apresentação no geral. Depois, o nome do filme. O terceiro fator é o artista. E a gente vai percebendo na rua o que os clientes querem. É praticamente uma gestão empresarial, é igualzinho.

**E a reprodução dos DVDs nos camelôs é muito rápida, né? Como funciona essa distribuição? Há uma comunicação entre os principais centros de atacado?**

Olha, no caso dos camelôs que pegam de atacadista é rápido mesmo. Porque todos, quando vão buscar mercadorias, já vão direto nas novidades. E quando tem lançamento que vem de São Paulo, por exemplo, chega rápido aqui também, porque tem os “correrias” né, os caras que trabalham só fazendo esse transporte das matrizes.

**No caso dos “DVDs montagem”, aqueles que nunca saíram oficialmente, como vocês percebem o que vai vender?**

Tem várias maneiras, no dia a dia mesmo. O que as pessoas estão comentando. A Janete do Zorra por exemplo, a gente que começou a vender o DVD. O primeiro DVD da Janete saiu aqui, eram uns 7 episódios, tudo junto num DVD. Vendeu igual água. Mas eles rapidinho lançaram o DVD oficial, só que desta vez eles perceberam e fizeram mais barato, o DVD oficial estava sendo vendido por R\$19,00. É o que eu sempre digo a pirataria pensa na frente do produtor. O DVD do Thiaguinho também foi assim. Ele nem saiu ainda do Exaltasamba, mas já fizemos o DVD solo dele. Você acha que ele está achando ruim? Não, pra ele é ótimo. Ele já está na casa de milhares de pessoas. Sai mais barato do que ir no Faustão. Falo de novo, a pirataria é boa pra todo mundo, só não é para o produtor.

A pirataria é a arte de se virar, debaixo de sol e de chuva. Quer dizer, em dia de chuva eu vendo é guarda-chuva! O camelô de DVD só vai acabar quando a mídia DVD acabar, e eu já tô me preparando pra esse dia.

### **Como assim, para trabalhar com outro tipo de camelotagem?**

Não necessariamente. Estou me preocupando agora em investir o meu dinheiro. O errado é pegar dinheiro errado e investir errado. O certo é pegar dinheiro errado e investir certo. Igual bicheiro. Eu não vou ficar nisso só, entendeu? Vou ver como as coisas vão evoluir, o que as pessoas vão precisar daqui pra frente. Já tem pirataria de Blu-Ray. Mas, o Blu-Ray não vai pra frente.

### **O aparelho e a mídia de Blu-Ray são muito caros, né?**

É, aí já perdeu popularidade logo de cara, e ainda é grande, parece muito DVD. Vai rodar. Na verdade a mídia no atacado não é tão cara, eu consigo por R\$6,00 cada uma. Mas, não sei se eu quero isso. Eu pretendo lavar todo meu dinheiro de pirataria, e vou viver de música, fazer meus shows de pagode.

### **E aí você vai fazer circular seu próprio trabalho no comércio informal?**

Claro, já tô até planejando o bordão pra fazer propaganda! Tenho que aproveitar as oportunidades, porque eu sei que eu como camelô faço multiplicar qualquer coisa no Rio de Janeiro.

## 7.2. Entrevistas com consumidores dos DVDs piratas

Maria das Graças, 60, moradora do bairro da Pavuna

Entrevista realizada em: 9 de Janeiro de 2012

### **Você costuma comprar muitos DVDs aqui no camelódromo?**

Compro. Um filminho no fim de semana pra ver com a família é bom né?! Mas, compro só de vez em quando, porque eu sei que isso não pode, porque é ilegal.

### **E o que te leva a comprar aqui?**

Olha, é o preço né?! Aqui eu compro cada DVD por R\$ 2,00, se for levar mais é 7 DVDs por R\$ 10,00. E quando tá ruim o DVD eu venho aqui trocar com o rapaz também. Acaba valendo mais a pena do que na loja, entendeu?

### **Que tipo de DVDs você costuma comprar aqui?**

Ah varia. É difícil eu já saber o nome do filme. Na maioria das vezes, quando venho pro metrô, passo na frente deles e vejo as novidades, o que tem de lançamento.

### **Você já se surpreendeu ao encontrar algum filme à venda aqui?**

Não.

### **Mas já comprou algum DVD que a capa era de um filme e ao assistir encontrou outro?**

Já, teve uma vez que eu comprei um DVD que a capa era de um filme de suspense, mas o DVD era um show do Belo, foi engraçado (risos).

**Há alguns DVDs nos camelôs que não existem nas lojas, este DVD [Show da Virada] que a senhora está levando, por exemplo, é um programa que passou na TV Globo, não existe o DVD oficial do Show da Virada. Por que você está levando este DVD? Para se recordar do programa que assistiu?**

Ah, não. Tô levando justamente porque eu não assisti quando passou na TV. Ah passar o ano novo em casa assistindo TV é deprê, né? Quando é assim é bom assistir depois. E nesse ano teve muito artista bom, aí eu levo o DVD pra deixar passando quando for fazer festa em casa. Porque é DVD de música, né?!

**O que você acha dessa possibilidade de chegar aqui e encontrar DVDs de programas de TV, de shows, que você não encontra nas lojas?**

Eu acho muito bom, porque é mais opção né. E às vezes aparece coisa bem interessante.

**E, no geral, qual é sua opinião sobre o mercado informal de DVDs?**

Olha eu acho bom, pena que é ilegal.

Mauro, 62, e Cecília, 56, moradores do bairro de Laranjeiras

Entrevista realizada em: 13 de Dezembro de 2011

**Você costuma comprar muitos DVDs nos camelôs?**

M: Não sou um cliente assíduo. Mas, quando passo em frente e tenho tempo, e estou com vontade de assistir algum filme a noite, eu compro sim.

**Que tipo de DVDs vocês costumam comprar aqui?**

M: Eu compro muitos filmes de ação, quer dizer acabo escolhendo na hora também, depende.

C: Eu sempre procuro os lançamentos, a gente pergunta pro vendedor também, vê com ele como tá a qualidade da imagem, porque eles falam. Se não tiver uma boa imagem eu não levo.

M: Pois é, aqui o vendedor te dá informação, te dá o que você precisa. Você vai nas Lojas Americanas, por exemplo, não há uma pessoa disponível para te dar informação, para falar com propriedade sobre os filmes. Pode ver, nas lojas oficiais, não há o mesmo tratamento. Aqui o cara se esforça pra vender, pra te atender bem. Porque eu compro aqui mais pela comodidade do que pelo preço. Moramos aqui pertinho e ele sempre está por aqui.

**Vocês já se surpreenderam ao encontrar algum filme à venda aqui?**

M: Já, uma vez eu vi um DVD do seriado Bonanza aqui.

C: É verdade, aquilo foi surpreendente. Tiraram do fundo do baú. Tivemos que levar.

**E vocês já compraram alguma coisa e ao assistir encontraram outra?**

C: Sim, já comprei um DVD do filme “O diabo veste Prada”, e veio com legenda toda em inglês. Na hora fiquei frustrada, mas no dia seguinte vim aqui trocar com ele. Acho que nem tinha o filme, mas aí acabei trocando por outro que eu também queria assistir.

**E, no geral, qual é a opinião de vocês sobre o mercado informal de DVDs?**

M: Olha pra gente não faz diferença se é pirata ou se é oficial, o negócio é ver o filme, entendeu?

C: Aqui, muitas vezes eu consigo ver antes do que se eu fosse assistir nos cinemas. E nas lojas não tem a conversa, o desconto pra freguesa que tem com eles.

M: É, mas eu não costumo comprar de qualquer camelô não. Compro sempre aqui, ele tem ponto fixo, e acaba funcionando como um estabelecimento. Se houver qualquer problema é só vir aqui e reclamar, trocar, enfim. Mas, aqui ele está indo bem, aposto que está vendendo mais do que as lojas oficiais.

### **7.3. Entrevista com a cineasta Lúcia Murat**

Entrevista realizada em: 07 de Fevereiro de 2012

**Você poderia me falar um pouco como você teve conhecimento da circulação do seu filme Quase dois irmãos como Tropa de Elite 4 no mercado informal?**

Não me lembro, alguém me contou. Pouco tempo depois daquela história do Tropa de Elite, me falaram que o filme estava sendo vendido como Tropa de Elite 2. Provavelmente alguém que passou pela cinêlandia e viu. Eu mesma não encontrei, quer dizer, não vi. A maior parte dos meus filmes são pirateados, e até normalmente eu compro, pra ver como é que é. Teve até uma ocasião engraçada no Maré (Maré nossa história de amor), este último filme que eu fiz, eles mudaram o final (risos). Mudaram, fizeram uma readaptação do final. Fizeram um happy end, quando não tinha um happy end. Maravilha né, o cara pirateia e ainda resolve dizer “não esse final não é bom”, vou fazer um melhor. A criatividade das máfias. O filme se tornou um projeto interativo. Mas, o Quase dois irmãos, eu não vi, foi alguém que me contou.

**O Quase dois irmãos, ao menos eu não encontrei com readaptação do filme propriamente dito, tive oportunidade de encontrá-lo com capas diferentes. O caso do filme Maré, eu confesso que não encontrei este DVD com mudanças na estrutura do filme, estou tendo conhecimento agora através de você.**

E essas cópias do Quase dois irmãos, havia alguma capa original também?

**Sim, havia. Mas, muitas vezes, como ocorreu comigo, inclusive, mesmo com a capa original, o camelô durante a negociação, vendia-o como Tropa de Elite 4.**

Ah, sim.

**Lúcia, você como autora, como vê esses desvios pelos quais uma obra pode passar com todas essas possibilidades de apropriações disponíveis hoje?**

Eu acho extremamente complexo, e por acaso passei este fim-de-semana conversando sobre isso. Eu acho que num país como o Brasil, em que

o DVD é vendido caríssimo, e as pessoa não têm acesso. Eu até vejo como uma maneira de um filme meu chegar ao público, eu não me incomodo com isso. Pelo contrário, quer dizer, eu vejo que aquele filme está interessando e sendo possível de ser vendido a uma parcela da população que não tem acesso nem ao cinema nem ao DVD formal. Eu acho que se os DVD fossem vendidos mais baratos as pessoas comprariam o DVD formal. Uma vez eu até tive uma experiência com uma empregada minha, quando fui à casa dela e disse “ah esse DVD aqui é pirata” e ela me disse com maior orgulho “não esses DVDs eu comprei nas Lojas Americanas”.

Quer dizer, se houver uma possibilidade de comprar a um preço mais barato a pessoa, obviamente, vai querer o formal porque é mais bonito, porque vem com outras coisas e tal. Só compra pirata porque realmente não tem muitas alternativas e virou uma forma de divulgação. Acho que é uma realidade social que a gente vive. É dar murro em ponta de faca combater isso. No sentido moralista do termo e sim, verificar que isto faz parte desta realidade social. Evidentemente que como autora, quer dizer, no caso do Maré eu achei engraçado, não há como não achar engraçado. Não é uma coisa que se sinta tão ofendida. No caso do Tropa de Elite 4 é uma coisa um pouco espantosa, porque o Quase dois irmãos tem uma proposta bastante diferente do Tropa de Elite e é um pouco assustador ver que ele para ser vendido precisa de uma proposta de um filme que tinha uma característica muito mais violenta. Isso me assusta um pouco, é diferente. Mesmo que dentro dele não tenha tido uma interferência, como a que houve no outro caso, quer dizer, uma alteração daquilo que eu fiz. Mas, talvez, do ponto de vista ideológico a alteração seja maior. Porque ele está sendo vendido com uma característica que não é a deste filme.

Quer dizer, isto é um marketing, que, como há uma escola de marketing no mercado formal, acho que o mercado informal também tem sua própria escola, eles sacam (risos). Mas, de qualquer maneira, o que me espanta é que o filme seja vendido na esteira de um sucesso, mas um sucesso em que estava embutido uma carga de violência muito grande.

**E o que você acha que representa para a obra, no caso, Quase dois irmãos ganhar este outro espaço de distribuição, você acredita que a partir disso muda um pouco o estatuto da obra?**

Como eu te falei, praticamente todos meus filmes foram pirateados. Mas, eu nunca tive um experiência de ter um filme pirateado antes de ser distribuído nos cinemas. O que realmente é um pouco assustador. Porque você tem a sensação de que você não consegue distribuir um filme, se ele já foi distribuído antes. Meus filmes sempre foram pirateados depois, e isso eu sempre senti como uma possibilidade de atingir um número maior de pessoas do que eles geralmente atingem. Meus filmes normalmente são considerados filmes autorais e não são vendidos como filmes de ampla circulação, e não são entendidos como filmes de ampla circulação nem pelo distribuidor, nem pelo exibidor. E, portanto, não tem uma distribuição larga. Então, quando atinge esse ponto de serem distribuídos nos camelôs, eu acho que é uma possibilidade do filme atingir outras camadas populares que normalmente não veriam o filme, porque é uma obra considerada autoral e passa num mercado restrito, no chamado mercado de arte.

**E Quase dois irmãos depois desta passagem em que foi vendido travestido como Tropa de Elite, ele acabou ganhando seu espaço no mercado informal.**

Eu não tenho a menor ideia.

**Pois é, já tive oportunidade de encontrá-lo em grande quantidade em pontos atacadistas de DVDs.**

E sempre com este nome?

**Não, depois de um tempo, quando Tropa de Elite já não era mais o grande filme procurado no mercado informal, ele passou a ser vendido com o próprio nome mesmo. Inclusive, quando relacionado com Tropa de Elite, era corrigido pelos camelôs que diziam “este filme não tem nada a ver com Tropa de Elite, é um outro filme”.**

Então ele voltou às origens (risos). Que bom.

**Pois é, ele ganhou a fama como Tropa de Elite para depois retornar à sua origem.**

Mas, isto é engraçado porque isto não se reflete no mercado formal , por exemplo. Eu não tenho mais pedidos de *Quase dois irmãos* em função disso. Na verdade não sabia dessa história do filme, estou sendo informada por você. Sabia que tinha sido pirateado, e que tinha sido pirateado como *Tropa de Elite*, mas não soube que ele ganhou uma maior dimensão nos camelôs, como você está falando. E é engraçado porque o filme não foi mais ou menos vendido por conta disso.

**Pois é, apesar de haverem situações em que há influências do mercado informal no mercado formal, eles são mercados bastante distintos.**

Sim, acho que são mercados bastante distintos. Quer dizer, não são quando falamos de um mercado como *Tropa de Elite*, que mesmo no cinema, ele tem uma alcance do popular. No caso do *Quase dois irmãos* não, porque ele não tem essa margem do popular porque não é considerado um filme de massa, ele não é lançado como filme de massa. Ele é lançado num circuito onde esse mercado informal não tem acesso. Neste caso são mercado separados, mas no caso do *Tropa de Elite* não, no caso dos Blockbusters não.