

COMÉRCIO PIRATA DE GAMES E JUVENTUDE

Afonso Carlos Pereira Lima - Graduando de Bacharelado em Ciências Sociais, da Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Joabson Melo Silva de Aquino - Graduando de Bacharelado em Ciências Sociais, da Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Paulo Afonso Barbosa de Brito - Professor Adjunto de Sociologia do Departamento de Ciências Sociais (DECISO), da Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Resumo:

O objetivo deste trabalho é discutir a relação do comércio pirata especificamente do mundo dos games com o consumo juvenil destes produtos em Recife. A grande oferta de produtos piratas do mundo dos games especialmente no centro da cidade e nos bairros onde há comércio popular e a influência de valores da sociedade de consumo nos jovens cria uma busca incansável e diária para aquisição de produtos genéricos pelos mesmos apresentarem baixo valor de mercado comparado com os produtos originais. Estudar esse comércio ilícito de games e sua influência no meio juvenil é uma tarefa desafiadora, pois se trata de um grande mercado informal que a cada dia cresce nos centros urbanos chegando seu consumo até em lojas de shoppings centers, sob o olhar quase desconhecido do poder público, que num primeiro momento parece não se importar. Nosso trabalho conta com abordagens teóricas entre outros de Octavio Ianni sobre as ciências sociais na época da globalização, Maria R. Kehl sobre comportamento juvenil, bases que julgamos ser necessárias para articular a relação de consumo de produtos com conteúdos apelativos e vinculados pela mídia e que repercutem no universo jovem da cidade.

A metodologia de nosso trabalho passa pela análise qualitativa, de outras pesquisas recentes e entrevistas com jovens de vários perfis socioeconômicos, usuários e vendedores de produtos pirateados no centro e na periferia.

Nosso objetivo dentre outros é demonstrar que as ações de uma parte do poder público contra a pirataria em relação a produtos de games visam apenas pequenos vendedores ambulantes de alguns locais na cidade em quanto que os grandes comerciantes são deixados de fora de suas diligências, que a cultura cotidiana de muitos jovens na periferia da cidade é passar seu tempo com o consumo de jogos eletrônicos pirateados, que a compra e consumo de produtos pirateados pelos jovens compõe uma ética baseada em valores da sociedade capitalista, e que aparelhos pirateados de games são vendidos em grandes centros comerciais como os shoppings centers da cidade.

Palavras chaves: pirataria de games, consumo juvenil, comércio ilícito.

