

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 07 de março de 2022 às 08h04
Seleção de Notícias

Folha de S.Paulo | BR

Inovação

Cidades disputam título de 'Vale do Silício' brasileiro 3
MERCADO | DANIELA ARCANJO

UOL Notícias | BR

04 de março de 2022 | Pirataria

Camisa pirata custa R\$ 2 bilhões ao futebol e envolve trabalho escravo 7
DA REDAÇÃO

Cidades disputam título de 'Vale do Silício' brasileiro

MERCADO

Sandwich Valley, em Bauru, e Vale da Rapadura, em Fortaleza, estão entre polos tecnológicos nacionais

Daniela Arcanjo

Viajantes do início da década de 1940 que passavam pelas estradas adjacentes à cidade de Santa Clara, na Califórnia, se deleitavam com a paisagem bucólica da região. Uma vista repleta de pomares de damasco e árvores frutíferas era o que encontravam os que se aventuravam na costa oeste do país, oposta à que abrigava o centro financeiro da potência mundial.

"Era uma região agrícola que havia se especializado em produção e processamento de frutas", afirma a historiadora americana Margaret O'Mara. "Era muito, muito rural."

Santa Clara é o coração do icônico Vale do Silício, como ficou conhecida a região sul da baía de San Francisco após o jornalista de tecnologia Don Hoefler assim a nomear em uma série de artigos publicados no jornal Electronic News, em 1971.

A antiga cidade rural hoje é casa da Intel, a famosa fabricante de microchips, tem como vizinha Cupertino, onde está a sede da Apple, e fica a quase 30 km de Menlo Park, que abriga a gigante Meta, dona do Facebook, do WhatsApp e do Instagram.

Décadas depois da transformação da Califórnia, regiões do Brasil tentam repetir o feito. Em pelo menos 21 cidades, há comunidades de empreendedores ou gestores públicos que se reivindicam vales do silício brasileiros.

A lista inclui locais improváveis e propostas curiosas, como Sandwich Valley, em Bauru, no interior de São Paulo, e Vale da Rapadura, em Fortaleza.

O Vale da Eletrônica, no município mineiro de Santa Rita do Sapucaí, foi um dos pioneiros na com-

paração, em 1985.

A fama da cidade remonta ao final dos anos de 1950, quando ela passou a contar com uma Escola Técnica de Eletrônica - uma grande novidade na época. Já em 1965, antes mesmo de a região começar a concentrar indústrias de microeletrônicos, o município inaugurou o Inatel (Instituto Nacional de Telecomunicações).

A mais recente investida ocorreu no Rio de Janeiro. A ideia do prefeito Eduardo Paes (PSD) é reabilitar a zona portuária da cidade, um projeto que havia sido colocado na gaveta após as Olimpíadas.

O plano do chamado Porto Maravalley, um balcão de 2.800 metros capaz de abrigar 144 startups que lá receberão mentorias, foi anunciado em 2019 e desde o meio do ano passado vem sendo alardeado pelo secretário de Desenvolvimento Econômico e Inovação, Francisco Bulhões. O espaço terá um coworking e receberá eventos.

A antiga promessa de um Vale do Silício na Floresta Amazônica também foi revivida por declarações do ministro da Economia, Paulo Guedes. Durante participação na COP26 (26ª Conferência Mundial do Clima), no ano passado, o ministro defendeu isenção de impostos a bigtechs, como Google, Amazon e Tesla, e afirmou ser preciso transformar a vocação da região, para que ela se torne a "capital mundial da economia verde e digital".

A proposta revisita a ideia da Zona Franca de Manaus, parque industrial no Amazonas que dá vantagens fiscais a empresas ali instaladas - e ameaçada por Guedes desde 2018. O grosso da produção é de itens como computadores e tablets, embora as fábricas sejam essencialmente montadoras, não produtoras de tecnologia.

Em 2021, o estado concentrou apenas 0,1% dos

Continuação: Cidades disputam título de 'Vale do Silício' brasileiro

aportes de capital de risco, responsáveis por financiar inovação.

Para além de promessas e projetos, o Brasil já tem algumas cidades que entregam um ecossistema de **inovação** tecnológica robusto.

Alguns exemplos são Florianópolis, com uma rede de inovação distribuída na cidade; Porto Alegre, com um parque tecnológico universitário; Recife, com um espaço de inovação na antiga zona portuária da cidade; e São José dos Campos, com alguns dos principais institutos de tecnologia do país.

A corrida pelo título de "vale do silício" tem causado a aprovação de uma enxurrada de leis do setor nas câmaras das cidades pelo Brasil. A reportagem apurou que ao menos 11 leis que se relacionam com o setor foram aprovadas em dez grandes cidades nos últimos cinco anos.

Há ainda os gestores que planejam novas legislações, como o Distrito Federal, que, segundo a sua Secretária de Inovação, está trabalhando para "passar legislações que reduzam o imposto pago pelas startups".

"Não estamos brincando quando falamos que queremos transformar o Distrito Federal no próximo Vale do Silício", afirma a pasta por email.

No livro "O Código" (Alta Books, 2021), a historiadora americana e professora da Universidade de Washington Margaret O'Mara destrinchou o papel decisivo que o Departamento de Defesa dos EUA desempenhou na ascensão do Vale do Silício.

"O principal fator foi o investimento dos Estados Unidos em tecnologia militar durante a Guerra Fria", afirma O'Mara.

"Foi o começo da indústria de eletrônicos no Vale do Silício, porque havia instalações militares na região, e a Universidade Stanford era muito focada em cons-

truir seus programas de ciência e engenharia para conseguir parte do dinheiro que vinha de Washington."

A microeletrônica, tipo de tecnologia desenvolvido ali, atendia perfeitamente os militares: permitiu que os computadores ficassem cada vez menores e mais potentes, base da revolução digital a que o mundo assistiria décadas depois.

As condições ali criadas abriram as portas para uma cultura empresarial muito específica. Por estar longe do grande centro financeiro do país, na costa leste, a região inteira tomou-se altamente especializada nesse tipo de negócio. Grande parte dos estabelecimentos focava o setor, de escritórios de advocacia a fundos de capital de risco - que, amparados pelo investimento e interesse do Estado, tinham mais confiança no investimento.

"Eu odeio a frase: 'Quando o governo não atrapalha, ele já ajuda bastante'. Isso está completamente errado", diz a secretária de Inovação de Curitiba, Cris Alessi. A cidade, que se destacou no início dos anos 2000 por iniciativas no campo da tecnologia, vem tentando retomar seu espaço.

"Só o poder público tem o poder de legislar. Se nós não tivéssemos um programa de incentivos fiscais, Curitiba não teria metade das startups importantes que tem hoje, porque essas startups estariam em outros lugares."

Em 2017, durante o primeiro mandato da gestão atual, foi criado o Vale do Pinhão, projeto que quer colocar novamente no mapa da inovação. Em 2018, eles revisaram uma lei de incentivos fiscais de 2006, que abrangia apenas uma parte da cidade, para atender todo o território.

O caminho é oposto ao traçado pelo Porto Digital, parque tecnológico que há 22 anos restaurou a antiga zona portuária de Recife por meio de reduções fiscais.

Continuação: Cidades disputam título de 'Vale do Silício' brasileiro

A ideia de um parque do tipo era bastante inovadora para a época. "Os parques tecno lógicos, que são engrenagens de transferência de conhecimento por meio do empreendedorismo, nasceram muito ligados à universidade", diz Francisco Saboya, um dos acadêmicos que pleitearam o parque em Recife.

"[Ficavam] em um lugar relativamente distante dos centros urbanos, aquele lugar mais idílico, onde os passarinhos cantam, onde tem um laguinho, porque os gênios estão trabalhando."

Nos anos 1990, Saboya e outras lideranças queriam estancar a fuga de cérebros que ocorria no estado com a quebradeira que o país vivia, recuperando o pioneirismo tecnológico que Pernambuco experimentara nos anos 1950 e 1960.

"Nos anos 1990 acontece um paradoxo daqueles que ou você enfrenta para resolver ou você perde a onda", afirma Saboya.

"Ao mesmo tempo que a economia pernambucana tradicional realmente declinava, nasciam as bases de um novo ativo econômico chamado conhecimento. Capital humano qualificado, em especial na área de tecnologia da informação."

Em destaque por seu tamanho, São Paulo não conta com parques tecnológicos tão reconhecidos como outros municípios do país - cidades do interior do estado, como São José dos Campos e Piracicaba, lembrado como o Agtech Valley, ficam com os louros.

Tentativas mais tímidas de união de empresários em um único local, como a Praça do Silício, na República, e o Potato Valley, no largo da Batata, despontam na metrópole de tempos em tempos.

Luciano da Silveira Araújo, diretor do Connecta.Hub.SP - órgão da capital que visa integrar as iniciativas de inovação-, diz que classificaria o ecossistema paulistano como um cluster, uma concentração de empresas que guardam características semelhantes. "São Paulo precisa ter essa estrutura mais descentralizada como um organismo, um tecido urbano", afirma.

"São Paulo tem uma capacidade de criar propriedade intelectual de maneira incrível. Para o desenvolvimento de uma empresa, São Paulo tem absolutamente tudo para fazer essa parte humana de uma maneira exponencial", afirma Araújo, referindo-se à diversidade da população e à quantidade de profissionais na cidade.

"O que faz um ambiente inovador é a multidisciplinaridade."

A despeito do poder de divulgação que um "valley" brasileiro pode ter, a maioria dos entrevistados rejeita a ideia de copiar o modelo do Vale do Silício, que deu luz às companhias mais ricas da história - mas atualmente em crise.

Mark Zuckerberg, dono da Meta, já depôs no Congresso americano quatro vezes em quatro anos, sob críticas de prejudicar a saúde dos jovens à democracia com seu modelo de negócios.

Google e Twitter, também frutos da região, já estiveram na mesma posição. Há ainda as ameaças de regulamentação, especialmente na União Europeia, e do fenômeno das big techs chinesas.

O próprio vale já não é mais o mesmo, diz a historiadora Margaret O'Mara. "Você tem de ser muito rico para comprar uma casa lá e viver con-

Continuação: Cidades disputam título de 'Vale do Silício' brasileiro

fortavelmente. Há uma desigualdade econômica enorme, muitas pessoas sem teto ou vivendo em trailers estacionados na rua", afirma. "A região não funciona mais como funcionava, é mais difícil para pequenas empresas ganhar escala."

"Construir um polo tecnológico deveria ser construir uma região dinâmica e que ofereça oportunidades pa-

ra um grande número de pessoas. É nesse ponto que o Vale do Silício falhou. Tem seus benefícios econômicos, mas eles não foram compartilhados de forma suficientemente ampla", diz a historiadora.

Camisa pirata custa R\$ 2 bilhões ao futebol e envolve trabalho escravo

DA REDAÇÃO

Pirataria custa R\$ 2 bi ao futebol; ciclo de exploração atinge imigrantes e moradores da periferia

BEATRIZ CESARINI E EDER TRASKINI

DO UOL, EM SÃO PAULO E SANTOS

Foto: Andre Porto

Essa história é baseada livremente em entrevistas feitas com imigrantes, ambulantes e torcedores nas últimas semanas. Nenhum nome foi usado por opção da reportagem. Nem todos os fatos foram narrados pelos mesmos personagens, mas todo o ciclo é baseado em informações fornecidas por eles.

São quatro horas da manhã e uma costureira boliviana chega à oficina. Fica no porão escuro de uma loja de roupas do Bom Retiro, no centro da cidade de São Paulo. A imigrante partiu para o Brasil ainda jovem, em busca de condições melhores, e acabou engolida pela cadeia produtiva têxtil na Bolívia, ela nunca tinha usado uma máquina de costura.

No início, essa trabalhadora não via a cor do seu salário. O chefe dizia que ela precisava pagar as despesas da viagem e bancar a alimentação e a acomodação que recebia. Grande parte dos imigrantes bolivianos chega ao Brasil assim. E passa até dois anos nessa situação antes de conseguir algo melhor.

Nessa oficina ilegal, ela e outros imigrantes contrabandistas transformam pedaços de tecido em camisas de futebol. Todas falsificadas. A rotina é intensa e as condições de trabalho são precárias, análogas à escravidão. Nenhuma norma de segurança de trabalho ou ergonomia é cumprida pelos empregadores. Enquanto não atingir a produção de um dia, a costureira não pode arrear o pé de lá.

O criminoso é oportunista: ele se aproveita de uma boa oportunidade de ter um lucro fácil, ilícito, e com isso ele opera. Muitas fábricas clandestinas usam mão de obra informal, subempregados, ou pior, mão de obra escrava. Já vimos operações no Bom Retiro com a loja em cima bonitinha e um porão lotado de bolivianos ilegais, que ficavam ali no chamado regime da tranca: entravam 5h e só podiam sair quando a produção do dia fosse alcançada. E pagando pela alimentação, pela internação no Brasil... Ou seja: pouco recebia, se é que recebia alguma coisa. É um absurdo isso".

Edson Vismona, presidente do Fórum Nacional Contra a **Pirataria**

Existem donos de oficinas mal-intencionados, que fazem parte desse esquema de tráfico de pessoas e que têm funcionários que trabalham de forma análoga à escravidão. São essas pessoas mal-intencionadas que fazem a **pirataria** e exploram os costureiros. Os imigrantes relatam que partem com uma expectativa, mas tudo muda quando chegam no Brasil".

Cristina Filizzola, diretora do projeto Tecendo Sonhos, da ONG Aliança Empreendedora

Tem muitos que demoram anos para ver a moeda brasileira. Vira uma dependência financeira e psicológica, porque esses proprietários colocam muito medo e pegam a documentação deles, ameaçam denunciar, falam que eles estão ilegais no país e não é bem assim. Com poucas informações, os imigrantes acabam se sujeitando ao trabalho precário, por medo mesmo".

Cristina Filizzola, diretora do projeto Tecendo Sonhos, da ONG Aliança Empreendedora

Continuação: Camisa pirata custa R\$ 2 bilhões ao futebol e envolve trabalho escravo

Pirataria no Brasil

O problema da **pirataria** no Brasil não é novidade em nenhum segmento. Quando falamos do mercado de produtos esportivos, sobretudo camisas de futebol, o número é assustador: a cada 10 camisas de time vendidas no país, quatro são piratas segundo levantamento do Fórum Nacional contra a **Pirataria** e Ilegalidade (FNCP).

O FNCP estima que a perda para os clubes de futebol passou dos R\$ 2 bilhões em 2020. No contexto do mundo atual, a **pirataria** vai além dos varais nos entornos dos estádios e invadiu o ambiente digital, com vendas em e-commerces de grande porte.

"As camisas de times brasileiros mais vendidas são de Flamengo e Corinthians. As duas juntas somam 3,7 milhões de camisas no mercado mundial. O Bayern (ALE) vende sozinho 3,2 milhões. É evidente que nosso potencial de arrecadação com clubes é muito grande. Estamos falando de uma evasão de 40% a 50% de produtos falsos, que, portanto, que não geram arrecadação para os clubes. Há um potencial enorme de crescimento, de financiamento dos clubes via material esportivo", explica Edson Vismona, presidente do FNCP.

Na hora do almoço, aquela costureira que chegou ainda de madrugada à oficina ilegal deixa os tecidos de lado e se alimenta com a comida fornecida pelo empregador. É a única refeição que a boliviana teve em um dia inteiro de trabalho em que não conseguiu ver a luz do dia.

A noite já se sobrepôs ao dia quando a costureira, enfim, vai para casa. Essa casa é um quarto em um cortiço alugado com o pouco dinheiro que juntou depois de anos morando no próprio porão-oficina. As ruas já estão vazias e as lojas, todas fechadas.

Agora, as camisas já prontas vão para um lado, enquanto os imigrantes vão para outro.

Quando chegou, essa imigrante queria trabalhar para retornar ao país natal assim que juntasse algum dinheiro. O tempo, porém, se encarregou de mudar os planos: como muitas imigrantes que chegam cedo ao país, ela conheceu seu marido também boliviano no porão em que trabalhava. Formou uma família no Brasil e, agora, os dois pretendem ter a própria oficina, mesmo pequena, porque acreditam que podem ganhar um pouquinho mais com negócio próprio.

Não são todos os imigrantes que costuram no mesmo regime em que a boliviana desta história. Segundo Cristina Filizzola, diretora do projeto Tecendo Sonhos, da ONG Aliança Empreendedora, que trabalha com esses imigrantes, existem muitas oficinas corretas e que não fazem parte da produção de materiais falsificados. Na medida do possível, esses proprietários tentam legalizar o negócio e melhorar as condições de trabalho dos empregados. O que dificulta é o sistema da cadeia produtiva brasileira, que paga muito pouco para essas fábricas.

Existem mais de 300 oficinas em São Paulo e 400 mil imigrantes trabalhando assim. É muito difícil dar um número certo, é uma estimativa feita pelas organizações que trabalham para regularizar essas oficinas".

Cristina Filizzola, diretora do projeto Tecendo Sonhos, da ONG Aliança Empreendedora

A rota da **pirataria**

A produção interna de **produtos** piratas é grande e é daí que sai a maior parte dos produtos que você vê em portas de estádio. O custo explica isso: "Por ser um produto têxtil, é fácil a produção clandestina e os titulares de marca tentam identificar a existência dessas fábricas", explica Vismona, do FNCP.

Para quem compra em outros canais, porém, os produtos ilegais chegam do exterior, por rotas de entrada que mudam sempre. "Em geral, você tem o contrabando de produtos fabricados na China e que en-

Continuação: Camisa pirata custa R\$ 2 bilhões ao futebol e envolve trabalho escravo

tram via Paraguai e Bolívia. Também identificamos uma novidade: rotas vindas da Guiana. Outra possibilidade são os portos, dentro de contêineres", continua Vismona.

Recentemente, surgiu a oferta de "réplicas" em grandes sites de comércio eletrônico brasileiro. Alguns produtos contam com o selo de "réplicas perfeitas" e são, geralmente, produzidos na Tailândia. Vismona alerta que "réplica é apenas um nome bonito para falsa, pirata, ilegal".

"Temos que combater a oferta pela internet, e aí os grandes e-commerces têm responsabilidade. A plataforma precisa ser pró-ativa. No lugar de esperar denúncias para retirar, pode ter seus próprios mecanismos para apurar, antes da oferta, se aquele produto atende ou não à lei, se emite nota fiscal, se é original, se tem autorização do titular de marca. O grande desafio é estimular que os e-commerces atuem proativamente", afirma o presidente do FNCP.

Na data de publicação desta reportagem, o UOL Esporte pesquisou nos principais sites de venda do Brasil e não teve dificuldades em encontrar camisas de futebol abertamente descritas como réplicas.

Se você for para o mercado europeu e norte-americano, há quase uma padronização dos preços. Seja por conta do custo de produção ou acessibilidade do mercado consumidor. Quando a gente vê uma camisa próxima de 300 reais, obviamente se fizer a conversão para dólar ou euro, verá que elas não estão caras comparado ao padrão mundial. Agora, quando a gente começa a entender um pouco sobre a propensão de consumo, poder aquisitivo aqui no Brasil, essas camisas têm valor extremamente elevado".

Pedro Daniel, economista e gerente sênior da Ernst & Young

O consumidor é movido pelo preço. Várias pesquisas perguntam: você compra **produto** pirata?

66% afirma que sim. E a segunda pergunta é: por quê? Porque é mais barato. E por que é mais barato? Porque não paga imposto. É uma sequência de culpados. O imposto é alto [chega a representar até 40% do custo na cadeia de produção], onera o fabricante, a indústria, e é embutido no preço. Fica caro".

Edson Vismona, presidente do Fórum Nacional Contra a **Pirataria**

O ilegal não paga nada de imposto, não investe nada em marketing, nada em tecnologia, faz produtos de baixíssima qualidade. Às vezes, nem precisa ter o selo falso, só de pegar o produto você já sabe que é uma **falsificação** grotesca. Ele só quer ganhar muito dinheiro às custas de quem investe. Ele subtrai do mercado quem está investindo. O consumidor integra essa cadeia ao comprar".

Edson Vismona, presidente do Fórum Nacional Contra a **Pirataria**

Longe do porão no Bom Retiro, as camisas encontram seu destino na periferia de São Paulo. O fornecedor é conhecido no bairro e repassa o material em consignação para os ambulantes.

Na quarta-feira, pouco depois da hora do almoço, os trabalhos começam. Os ambulantes que trabalharão na partida daquela noite passam no local para retirar o kit: grandes sacos pretos repletos de camisas e bandeiras falsificadas são entregues.

O nosso segundo personagem é um desses vendedores, que pode fazer os três clubes da capital. Se tem Palmeiras, ele está no Allianz Parque, na zona Oeste. Se tem São Paulo, se dirige ao Morumbi, na zona sul. Quando o Corinthians joga, Itaquera é seu destino, na zona leste. E o modo de agir é sempre o mesmo: pega a camisa falsificada a R\$ 20 e tenta vender a R\$ 70, já prevendo o desconto para fechar.

O entorno do estádio ainda está praticamente deserto quando os vendedores chegam. Varais são esticados

Continuação: Camisa pirata custa R\$ 2 bilhões ao futebol e envolve trabalho escravo

entre postes e árvores, lonas estendidas no chão e os produtos falsificados ficam ali expostos, perto de policiais que fazem a segurança do jogo.

Olha a camisa, olha a bandeira. Vai camisa aí, 'palmeirás'?

Pessimismo e pouco esforço no Brasil

O cenário no Brasil é de pessimismo quando o assunto é **pirataria**. A maioria dos clubes já desistiu de fazer ações contra o problema e as grandes fornecedoras de material esportivo veem o país como um caso perdido. No exterior, entendem que o problema tem três frentes: social, cultural e criminal/jurídico.

Socialmente falando, o perfil do brasileiro fã de futebol é de baixo poder aquisitivo e o esporte teria pouca penetração na alta renda. Esse cenário, entretanto, vem mudando, principalmente com a disseminação das arenas pelo país e com o aumento do valor do ingresso.

O problema cultural passa pelo que elucidou Vismona: 66% dos brasileiros admitem comprar **produtos** piratas. Isso quer dizer que dois a cada três consumidores nacionais não escondem que compram ou não consideram desvio de conduta grave comprar **produtos** piratas.

Por último, há um entendimento das multinacionais de que a legislação brasileira é pouco efetiva na hora de punir quem pratica ou consome a **pirataria**. Todo esse cenário leva a um quadro em que as grandes fornecedoras não tencionam aumentar gastos no país e são resistentes mesmo à criação de linhas populares com preços reduzidos no quadro abaixo, você vê quem está tentando achar um caminho, com camisas populares.

Para o Palmeiras, por exemplo, não há a menor chance de fazer uma camisa oficial a preço popular. Segundo apurou a reportagem do UOL Esporte, o clube

alviverde pode até fazer camisas "sem marca" com valores mais baratos, mas não a de jogo. Portanto, mesmo contra a vontade e promessa de eleição da presidente Leila Pereira, nenhuma peça de jogo vai ser barateada pela Puma.

UOLUOL

Sabemos que o torcedor quer ter uma camisa oficial do time, de qualidade, produzida pelo clube e pelo fornecedor oficial de uniformes e tínhamos esse compromisso com a torcida desde a nossa candidatura. Estamos oferecendo o que foi proposto, oferecendo um produto produzido pela Umbro com preço mais acessível. Assim, incentivamos que mais torcedores usem uma camisa oficial, criando mais empatia, mais proximidade com o clube e ainda evitando **pirataria**".

Andres Rueda, presidente do Santos

Como é dia de jogo, o torcedor sai correndo do trabalho em direção ao metrô paulistano para chegar a tempo. Nesta história, ele é palmeirense, mas poderia ser são-paulino ou corintiano, por exemplo. Nosso terceiro personagem reservou um dinheirinho especificamente para comprar uma camisa do seu time naquele dia, mas não será uma camisa oficial. Uma assim custa R\$ 300, o equivalente a 24,75 % do salário mínimo que ele ganha.

O palmeirense chega aos arredores do Allianz Parque e encontra um varal de camisas vendidas pelo ambulante na esquina da Rua Palestra Itália com a Avenida Antártica. Tem bandeiras e uniformes de todos os tipos e tamanhos.

-- Fala, irmão! Quanto tá a camisa verde, a de jogo?

-- 70 reais, 'palmeiras'! Vamos levar?

-- Pô, aí fica complicado, hein? Não tem um desconto, não?

Continuação: Camisa pirata custa R\$ 2 bilhões ao futebol e envolve trabalho escravo

-- Tá difícil, chefe. Tenho que levar a janta para a família.

-- Ah, não vai dar, então.

-- Vai, faço 50 no dinheiro para você levar

-- Aí sim, fechado.

Os R\$ 50 que o ambulante ganhou na venda da camisa representam um lucro de 150% para quem pegou o produto a R\$ 20. Em um dia de bom movimento, ele chega a lucrar R\$ 2 mil.

Se o jogo não tem tanto apelo, ao menos R\$ 150 enchem seu bolso na volta para casa. Pode não ser o valor desejado, mas muitos não conseguem ganhar tal valor em seu emprego fixo quando há um emprego fixo.

Nosso personagem trabalha em uma barbearia. Nela, ganha menos do que R\$ 150 em qualquer dia da semana, exceto sextas e sábado. Nesses dias, o movimento é maior e, mesmo que tenha jogo, vale mais cortar o cabelo ou aparar a barba dos clientes do que se arriscar no futebol.

Essa escolha tem, também, outro motivo: sempre existe a chance de o ambulante se dar mal. Quando a polícia faz ações contra a **pirataria**, há corre-corre. O "rapa" apreende produtos que ambulantes pegaram em consignação no distribuidor.

Quando o vendedor consegue retornar para casa, ele passa no fornecedor para explicar a situação, mas já sabe que não há perdão. Se perdeu para a polícia, precisa pagar para o fornecedor os produtos perdidos. Esse fornecedor até parcela os valores para o ambulante, mas faz questão de receber. Para pagar sua dívida, o ambulante usa o melhor meio que tem: pega um novo kit em consignação e vai ao estádio para vender mais camisas falsificadas.

Assim, o ciclo se repete: a boliviana costura a camisa no porão, a camisa chega ao centro de distribuição dos fornecedores ilegais, vai para os vendedores e termina no peito dos torcedores.

Índice remissivo de assuntos

Inovação
3

Pirataria
7