

CONSUMO DE PIRATARIA DIGITAL: UMA MEDIDA PARA AVALIAR JUSTIFICATIVAS MORAIS. Marília Mesquita Resende, Fabio Iglesias, Erica Araujo, Fernanda Diniz, Fernanda Nicolau, Nativo Augusto Neto, Pedro Hott (Universidade de Brasília).

Embora seja crime, a pirataria de produtos digitais que envolve música e software é tratada como um comportamento trivial e facilmente justificável por boa parte dos brasileiros. Entre os motivos que são elencados para o consumo de produtos piratas incluem-se o alto preço dos produtos originais, a dificuldade de acesso a produtos específicos, a facilidade de se obtê-los via internet e ideologias sobre justiça social. O objetivo deste trabalho foi desenvolver e testar uma medida de justificativas que consumidores utilizam para adquirir ou divulgar produtos digitais piratas, buscando evidências de validade fatorial e concorrente. Utilizou-se como referencial teórico o modelo de desengajamento moral de Bandura, que especifica mecanismos pelos quais as pessoas justificam para si mesmas uma ação transgressiva, tais como eufemismo, comparação vantajosa, difusão da responsabilidade e atribuição da culpa. Com base na literatura sobre pirataria, casos anedóticos e relatos de consumidores, a escala resultou em 26 itens com justificativas a serem avaliadas em 5 categorias de concordância. Participaram do estudo 261 jovens consumidores (134 mulheres), com média de idade de 19,57 anos (DP=2,41). Para testar evidências de validade convergente os participantes responderam também a uma versão brasileira da Authenticity Scale. Os resultados de uma análise fatorial dos eixos principais revelaram uma organização bifatorial da escala de desengajamento moral com bons índices de fidedignidade: Atribuição da Culpa (ex: A pirataria é culpa das próprias empresas que cobram preços altos) e Difusão da Responsabilidade (ex: Muita gente baixa música na Internet, então não há problema nisso). Uma MANOVA para medidas repetidas mostrou que os consumidores justificam mais os seus comportamentos via atribuição de culpa do que via difusão de responsabilidade, não se verificando diferenças em função do sexo. Verificaram-se correlações positivas, ainda que baixas, entre a frequência relatada de pirataria e os escores de desengajamento moral, sugerindo que este construto pode ser um dos preditores da pirataria. Como uma evidência de validade concorrente, os escores da escala de desengajamento se correlacionaram significativamente com os escores da escala de autenticidade utilizada. Considerando a importância dos problemas sociais, financeiros e legais que envolvem a pirataria de produtos digitais, a medida de desengajamento moral pode ser utilizada como mais um instrumento de criação de estratégias para sua prevenção. A discussão aponta para a relevância de se investigar a pirataria com base em medidas válidas e fidedignas produzidas em psicologia, de modo a se identificar os preditores e as consequências desse comportamento entre consumidores.