



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

RODRIGO JOSÉ PHILIPPINI DE SOUZA

MERCADOS DE MACONHA NAS CLASSES MÉDIAS: O CASO DO RECIFE

Recife

2025

RODRIGO JOSÉ PHILIPPINI DE SOUZA

MERCADOS DE MACONHA NAS CLASSES MÉDIAS: O CASO DO RECIFE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Sociologia.

Área de concentração: Mudança social

Orientador: Prof. Dr. José Luiz de Amorim Ratton Júnior

Recife

2025

Catálogo de Publicação na Fonte. UFPE - Biblioteca Central

Souza, Rodrigo José Philippini de.

Mercados de maconha nas classes médias: O caso do Recife / Rodrigo José Philippini de Souza. - Recife, 2025. 100f.: il.

Dissertação (Mestrado)- Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 2025.

Orientação: José Luiz de Amorim Ratton Júnior.

1. Governança; 2. maconha; 3. classes médias, Mercado. I. Ratton Júnior, José Luiz de Amorim. II. Título.

UFPE-Biblioteca Central

RODRIGO JOSÉ PHILIPPINI DE SOUZA

MERCADOS DE MACONHA NAS CLASSES MÉDIAS: O CASO DO RECIFE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Sociologia, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Luiz de Amorim Ratton Júnior (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Frederico Policarpo de Mendonça Filho (Examinador Externo)
Universidade Federal Fluminense

Prof^o. Dr. Jean Daudelin (Examinador Externo)
Carleton University

Prof. Dr. Paulo Cesar Pontes Fraga (Examinador Externo)
Universidade Federal de Juiz de Fora

Para seu Almir e dona Clóris, com todo carinho.

AGRADECIMENTOS

À seu miro e dona Clóris, meus avós e minha base, sem vocês, nada disso seria possível, obrigado por sempre acreditarem em mim.

Aos amigos/as e amores, em especial Livia e Lujan, irmãos que a academia me deu e que acompanharam todo o processo de pesquisa e escrita. Impossível citar todos/as, mas a gratidão e o amor são imensos.

À minha companheira de todas as horas Bia Maia.

À Ratton e ao NEPS, pelo aprendizado, parceria e cuidado. Obrigado pela troca de conhecimentos neste espaço tão frutífero e estimulante.

Aos membros do NEPS, em especial Ricardo, valeu pela parceria e pelos insights, meu velho.

Agradeço ao PPGS, através de Karine e Mônica, por todo o suporte, paciência e prestatividade.

À FACEPE pelo financiamento durante o curso de mestrado.

Por último, gostaria de agradecer à Universidade Federal de Pernambuco, universidade pública, gratuita e que segue na luta para produzir ciência de qualidade em nosso país.

RESUMO

Essa dissertação pretende contribuir para o debate sobre os mecanismos configuracionais e as dinâmicas de governança estabelecidas entre os atores envolvidos com os mercados de cannabis das classes médias da cidade de Recife-PE. Para tanto, o trabalho pretende investigar as dinâmicas e interações socioeconômicas que são produzidas através das interações onde eles se desenvolvem e que se consolidam por meio da atividade ilegal. Apoiando-se na literatura sociológica sobre governança e enraizamento social em mercados de drogas, foi realizada uma coleta de dados através de entrevistas semiestruturadas com dez consumidores a fim de compreender como esses mercados se estruturam e se desenvolvem - o que particulariza essas redes do tráfico de drogas e como se estabelecem os processos de regulação e governança, mesmo a sombra de um Estado proibicionista. Também foram utilizados o diário de campo e a observação/etnografia do cotidiano desses sujeitos. A análise dos dados teve como base o método de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2009).

Palavras-chave: Governança; maconha; classes médias, mercado.

ABSTRACT

This dissertation aims to contribute to the debate on the configurational mechanisms and governance dynamics established among actors involved in the cannabis markets of the middle classes in the city of Recife, Brazil. To this end, the study investigates the socio-economic dynamics and interactions that emerge within these markets and are consolidated through illegal activity. Drawing on sociological literature on governance and social embeddedness in drug markets, data collection was conducted through semi-structured interviews with ten consumers to understand how these markets are structured and developed—what distinguishes these drug trafficking networks and how regulatory and governance processes are established, even under the constraints of a prohibitionist state. Additionally, field diaries and ethnographic observations of the subjects' daily lives were utilized. Data analysis was based on the Content Analysis method (BARDIN, 2009).

Keywords: Governance; cannabis; middle classes; market.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Categorias utilizadas para a classificação dos dados	30
Quadro 2 - Perfil dos entrevistados	41
Quadro 3 - Principais substâncias consumidas	70

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CBD	Canabidiol
THC	tetrahidrocanabinol

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	QUADRO TEÓRICO	18
2.1	GOVERNANÇA ESTATAL E NÃO-ESTATAL DOS MERCADOS ILEGAIS	18
2.2	SOCIAL EMBEDDEDNESS E A ARQUITETURA DOS MERCADOS DE DROGAS	19
2.3	A ECONOMIA MORAL DOS MERCADOS DE DROGAS	22
2.4	A CONFIANÇA COMO ELEMENTO DE REGULAÇÃO	24
3	APONTAMENTOS METODOLÓGICOS	26
3.1	DESENHO DA PESQUISA	26
3.1.1	Procedimento de coleta dos dados	27
3.1.2	Participantes	28
3.1.3	Análise dos dados	29
4	A ARQUITETURA DOS MERCADOS DE MACONHA DAS CLASSES MÉDIAS DO RECIFE	31
4.1	MERCADOS ABERTOS E FECHADOS	32
4.2	MERCADOS COBERTOS E DESCOBERTOS	33
4.3	TAMANHO E RENDA	34
4.4	TERRITORIALIDADE E COMPETIÇÃO	35
4.5	CONFIANÇA E CRÉDITO	36
4.6	SUB-POLICIAMENTO OU INDIFERENÇA ESTATAL NA APREENSÃO DE DROGAS	37
5	A CONSTITUIÇÃO SOCIAL NA FORMAÇÃO DOS MERCADOS	39
5.1	REDES SOCIAIS E SOCIABILIDADE “NORMALIZADA”	40
5.2	OS CONSUMIDORES	40
5.2.1	Quem são estes consumidores	41
5.3	ENTRADA NO MERCADO	43
5.4	PADRÕES DE CONSUMO	47
5.5	CONTROLES SOCIAIS E ESPAÇOS DE CONSUMO	52
5.5.1	Controles informais	53
5.5.2	Controles formais: O papel do Estado e a atuação dos agentes de segurança	55

6.	AS RELAÇÕES COMERCIAIS E AS CONFIGURAÇÕES DAS TROCAS ECONÔMICAS	59
6.1	OS VÍNCULOS SOCIAIS DO MERCADO	59
6.2	A CONFIANÇA	60
6.3	CONFIGURAÇÕES DE MERCADO	61
6.3.1	Tipos e qualidades	61
6.3.2	Novas tendências	66
6.3.3	Valores e quantidades	68
6.3.4	Os preços podem variar em função dos arranjos	71
6.4	CONFIGURAÇÕES DE COMPRA	75
6.4.1	Aquisição	75
6.4.2	O que sabemos dos vendedores	76
6.4.2.1	Do consumo ao tráfico	76
6.4.2.2	“Eu sou dealer e não traficante”	77
6.4.3	O acesso	78
6.4.4	A compra	80
6.4.5	Transação	82
6.5	DE CONFIANÇA E INTERESSES: OS ACORDOS DEVEM SER CUMPRIDOS	83
6.5.1	Qualidade e falsificação	84
6.5.2	Pagamento	85
6.5.3	Crédito	86
6.5.4	Cobrança e o não cumprimento dos acordos	87
7.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
8.	REFERÊNCIAS	93

1 INTRODUÇÃO:

Mercado e consumo de drogas são temas que inspiram diversos debates nas ciências sociais. Entendido como um campo caracteristicamente polissêmico, é abordado pela literatura científica a partir de uma pluralidade de sentidos e práticas sociais, cujas repercussões não se esgotam em um só campo. Nesse sentido, existe uma gama muito diversificada de trabalhos teóricos e empíricos que se propõem a estudar esses objetos e seus desdobramentos.

Destarte, dada a importância e atualidade que o tema comporta, vem crescendo no Brasil o número de trabalhos e investigações no campo das ciências sociais voltadas para a compreensão das dinâmicas de governança e produção da ordem social no contexto dos mercados de cannabis (Velho, 1994, MacRae e Simões, 2003, Grillo, 2008, Filho, 2010, Daudelin e Ratton, 2017, 2018).

Apesar do crescente interesse analítico pelo tema, parte da produção toma como foco a investigação dos padrões, estruturas e redes que os governam em locais de moradia de baixa renda. Contudo, existe uma faceta sobre os mercados de cannabis ainda pouco estudada no Brasil, com investigações preliminares, carentes de maior aprofundamento e investimento, principalmente no que se refere a estudos empíricos. Poucos são os trabalhos que se propõem ao estudo das estruturas, dinâmicas e mecanismos que giram em torno da governança que regem os mercados de maconha que atendem as classes médias brasileiras (Grillo, 2008, Daudelin e Ratton, 2017, Tilio e Capeli, 2018, Souza, 2022).

Diante da falta de informações sobre os mecanismos que comandam esses mercados, encontramos nos meios de comunicação, discussões acadêmicas e círculos de políticas públicas um debate ainda incipiente, com informações defasadas e representações um tanto equivocadas desse fenômeno tão atual.

Na intenção de suprir essa lacuna, empreendemos uma pesquisa qualitativa baseada na metodologia da observação e em entrevistas semi-estruturadas realizadas junto a uma rede social de consumidores de maconha socialmente integrados, pertencentes às classes médias urbanas, dentro da cidade do Recife/PE, como fonte principal para a coleta de dados. De forma sucinta, a investigação se propõe a compreender como esses mercados se estruturam e se desenvolvem; o que particulariza essas redes de comércio de maconha; e como se estabelecem os processos de regulação e governança.

Para responder esses questionamentos, as escolhas teóricas utilizadas partem de perspectivas sociológicas, econômicas e organizacionais, e tomam como chave analítica dois conceitos: (1) a ideia de governança, articulada por autores como, Leeson (2014), Daudelin e Ratton (2017, 2018), Lessing (2020), Sosnowski (2020), Ferreira e Richmond (2021), Skarbek (2011, 2014) entre tantos outros, e (2) a ideia de enraizamento social (social embeddedness), articulada por autores como, Daudelin e Ratton (2017, 2018), Granovetter (1985), Krippner (2001), Gemici (2007), Fligstein e Dauter (2007), Moeller (2020), Arias (2021), entre outros.

Articular esses conceitos nos convida a olhar mais criticamente para o mercado de drogas e a entendê-los não apenas como uma série de trocas econômicas, mas compreendendo que a organização para a transação de determinadas substâncias podem estar profundamente enraizadas nas relações sociais existentes entre os participantes. (Arias e Grisaffi, 2022; Beckert, 2009; Sandberg, 2012).

Nesse cenário, o comportamento dos atores constitui a base sobre a qual esses mercados se organizam segundo lógicas próprias a partir de uma rede de relações sociais estruturantes, moldadas pelo contexto social em que estão inseridas.

A partir dessa compreensão inter relacional, onde o comportamento dos atores não apenas compõe, mas também molda a dinâmica do mercado, - já que tais relações representam a própria base sobre a qual se estruturam -, o conceito de enraizamento social nos permite compreender a importância, a conexão e as implicações que as relações interpessoais de longo prazo exercem sobre esses mercados. Essas conexões não só influenciam, como também são influenciadas pelas normas geradas pela atividade econômica ilegal, afetando diretamente a organização e o funcionamento desse mercado. Além disso, essas relações desempenham um papel crucial na configuração das experiências sociais, políticas e econômicas nos contextos onde esses comércios se desenvolvem (Moeller, 2017; Gemici, 2022; Beckert, 2009; Sandberg, 2012).

Partindo desse locus, a importância de se considerar o ponto de vista dos usuários habituais foi essencial para um melhor entendimento e uma ação mais eficiente na análise das suas estruturas. Essa abordagem nos ajudou a criar uma perspectiva sobre como os mercados de maconha surgem, funcionam e como estão coordenados, além de identificar os fatores externos que podem causar impactos em suas dinâmicas.

As informações obtidas também foram utilizadas para reconstruir padrões entre os atores, compreender como se dá a governança nestes mercados, de que maneira são estabelecidos os laços sociais nestes grupos bem como para descrever hábitos e custos deste tipo de consumo. Nessa perspectiva, a experiência não se restringiu somente aos dados observáveis sobre a participação dos indivíduos nas redes de trocas, mas também alcançou alguns elementos subjetivos e cognitivos interpretados como estruturantes, a exemplo da confiança.

O modelo interpretativo desenvolvido por Granovetter(op.cit) em relação ao estudo das redes em contextos econômicos também foi útil para compreender alguns mecanismos que fundamentam as dinâmicas do mercado e nos auxiliam a explicar como os atores criam garantias para a continuidade das relações. Diante destas condições, utilizamos a perspectiva de Gambetta (1988), em relação à confiança necessária para que haja continuidade das interações sociais. A demanda por confiança se dá em virtude dos riscos iminentes à condição de incerteza em que estes atores agem.

A partir da articulação entres esses conceitos, buscamos tornar lógicos e compreensíveis alguns dos mecanismos utilizados pelos sujeitos nas práticas sociais articuladas através das interações entre diferentes tipos de atores, a partir de suas posições na configuração do mercado de maconha. Para tanto, o primeiro capítulo tem o objetivo de delinear a arquitetura dos mercados de maconha que pretendemos trabalhar. A análise de sua arquitetura - com suas estruturas diferenciadas - nos ajuda na compreensão das dinâmicas organizacionais presentes nas distintas modalidades da prática de consumo e comercialização de maconha, presentes nesses mercados.

O segundo e terceiro capítulo se articulam na busca pela compreensão da organização dos mercados de cannabis a partir do imbricamento entre a dimensão social - explicada através das redes de sociabilidades - e material - através da análise das regras de troca estabelecida entre os diferentes atores que compõem esses mercados.

Nesse sentido, o segundo capítulo parte da análise do perfil dos entrevistados e de que maneira estes atores são capazes de representar os consumidores de maconha levando em consideração a posição social que ocupam - trajetórias de vida, entrada no mercado, padrões e espaço de consumo. As condições socioeconômicas orientam a forma como estes atores se associam e utilizam o espaço das trocas de forma estratégica para satisfação de seus

interesses. Estes elementos correspondem à constituição social das redes no varejo de maconha.

O capítulo também se propõe à análise dos processos de regulação que podem causar impactos diretos e indiretos em suas dinâmicas através do que Zinberg (1984) chama de controles sociais - formais e informais. Nesse sentido, procuramos analisar não apenas o papel do Estado e dos agentes de segurança pública na regulação desses mercados, mas também as formas de controle que são informalmente compartilhadas pelo grupo, bem como as possíveis estratégias desenvolvidas entre os usuários para superar os obstáculos impostos por esses mecanismos de controle.

Por fim, no terceiro capítulo, analisamos as estruturas organizacionais do varejo e as regras de troca estabelecidas para a continuidade das relações. Nesta etapa, foram analisadas as condições para acessar as redes que compõem o varejo, os tipos de atores, as formas de compra, os tipos e os preços dos produtos, modalidades de transação e como a confiança pode influenciar este sistema a partir do conceito de Gambetta (1988).

2 QUADRO TEÓRICO:

Esta seção tem como objetivo construir o panorama de fundo conceitual da investigação, apresentando as principais abordagens teóricas que fundamentam a análise. Essas perspectivas serão utilizadas para compreender as dinâmicas sociais e os mecanismos que estruturam o funcionamento dos mercados de maconha inseridos nas camadas médias urbanas do Recife. Busca-se, assim, identificar os aportes teóricos mais relevantes para a interpretação do estudo, considerando a especificidade do contexto local e as particularidades desse grupo social.

Nesse sentido, partindo do conceito de governança, as chaves analíticas utilizadas pelo pesquisador, vão desde um nível mais geral, buscando delimitar a arquitetura dos mercados de drogas, na busca pelos fatores que garantem estabilidade, continuidade e invisibilidade para o seu funcionamento, até um nível mais específico, na busca pelos elementos que garantem suas dinâmicas organizacionais, através da articulação do sistema compreensivo das micro dinâmicas, conceito traçado por Fligstein (2007) - que atribui importância à análise das estruturas de governança e regras de troca que orientam a ação dos atores nas relações econômicas -, com as categorias de moralidade (Áreas e Grisaffi, 2021) e confiança (Gambetta, 2000).

2.1 GOVERNANÇA ESTATAL E NÃO-ESTATAL DOS MERCADOS ILEGAIS:

A governança é um conceito polissêmico que comporta uma variedade de interpretações e categorias. Isso acontece porque, segundo Lessing (2020) o *modus operandi* de como essa categoria se organiza em determinados espaços, depende, fundamentalmente, de uma série de fatores -econômicos, sociais, culturais, territoriais, entre outros. A partir dessa perspectiva, quem, o quê e como ela é exercida pode variar significativamente de um local para outro.

Localizar a discussão dentro da perspectiva de um Estado proibicionista é compreender que o mesmo exerce efeitos diretos no funcionamento desses mercados em virtude da regulação formal que proíbe a existência destas organizações no âmbito legal, seja através de regulações federais como a lei de drogas nº 11.343/2006, ou estaduais, como a lei de incentivo nº 1596/2017.

A partir dessa perspectiva, a tese de Skarbek (2014) é que os esquemas de regulação extralegal emergem a partir de uma determinada lacuna deixada por aqueles que deveriam ser

os reguladores de fato, que, na maioria dos casos, é o Estado. Quando temos esse cenário, as redes que estruturam o comércio ilegal de drogas não possuem nenhum tipo de controle formal em favor de garantias de estabilidade e continuidade. Por esta razão, todas as transações que o compõem estão centradas na incerteza. A partir dessa lacuna, atores e instituições que não estão ligadas ao aparato estatal podem fornecer uma estrutura que reduz custos de transação e aumenta a previsibilidade das interações, ou seja, na ausência de regulação formal das relações via instituições, outros mecanismos de garantias são criados para permitir a continuidade dos vínculos econômicos.

Apesar da pluralidade de conceitos que a categoria comporta, é possível identificar na literatura uma gama variada de estudos que tomam como foco de análise a compreensão do processo de regulação em mercados ilícitos de drogas -tanto por grandes grupos quanto em mercados fragmentados nos quais não há monopólio nem disputa territorial. De modo geral, essas pesquisas, assim como essa dissertação, busca analisar como os atores envolvidos nesses mercados se estruturam, criam mecanismos que possibilitam a viabilidade financeira dos empreendimentos, estratégias para não serem presos, estruturas de hierarquia, acesso, controle e qualidade em função da ausência de marcos legais que orientem seu funcionamento (Duran-Martinez, 2015; Pearson; Hobbs, 2001; Ratton; Daudelin, 2017).

O conceito nos permite ainda compreender os modos como os mercados que operam à margem da lei, desenvolvem seus complexos processos de autorregulação, (através de sua própria lógica interna) para que não entrem em colapso, mesmo à sombra de um poder estatal que busca formalmente destruí-lo. Com foco na realidade mais sutil dos mercados informais e ilegais, um corpo de trabalho em rápido crescimento mostrou que, em um grande número de instâncias e em uma variedade de contextos, a governança privada tem sido eficaz no cumprimento das funções de governança, sem recorrer a instituições governamentais para gerenciar direitos de propriedade ou resolver disputas. (Lesson, 2014; Lesson e Skarbek, 2010; Skarbek, 2011, 2014).

2.2 SOCIAL EMBEDDEDNESS E A ARQUITETURA DOS MERCADOS DE DROGAS:

Discutir o fenômeno das drogas e suas repercussões na atualidade exige uma compreensão a partir de um cenário macro - geopolítico, econômico, cultural e social. Para compreendê-lo, é necessário considerar também as expectativas individuais e o ambiente sociocultural em que a substância está presente. Segundo MacRae e Simões (2000) estes

fatores influenciam o significado das experiências, e é necessário determinar seu peso em cada situação considerada. Nesse sentido, não há, nos fenômenos relacionados às drogas, atributos universais que prescindam de um movimento de relativização e contextualização.

Em seus estudos sobre os consumidores de maconha nos Estados Unidos, Howard Becker chama a atenção para a importância que a influência do contexto sócio-cultural exerce na construção de um saber sobre as substâncias ilícitas.

Constatando que as ideias do consumidor sobre a droga influenciam com ele as usa, interpreta e responde a seus efeitos, Becker argumenta que a natureza da experiência depende do grau de conhecimento que lhe é disponível. Já que a divulgação desse saber é função da organização social dos grupos onde as “drogas” são usadas, os efeitos do uso irão, portanto, se relacionar às mudanças na organização social e cultural. (Becker, 1976 e 1980 apud, Macrae, 2004, p.2).

Partindo dessa chave analítica, entram em jogo outras variáveis, tais como as ideias que os consumidores fazem sobre as drogas, as redes sociais que dinamizam o processo realizado para a droga ficar pronta para ser consumida, as regras que definem como devem ser consumidas, os valores e regras de condutas compartilhadas informalmente por consumidores, as leis e políticas que regulamentam o uso de drogas, as maneiras de aquisição e administração, entre outros (Macrae, 1993; Velho, 1993).

Seguindo essa perspectiva, Gilberto Velho (1994), argumenta que, por meio de complexos mecanismos de socialização as significações sobre as drogas são internalizadas pelas diferentes classes sociais, naturalizando os sentidos dos usos de substâncias psicoativas por parte delas, isto é: normalizando o uso nas e pelas classes-altas ao passo que considera aberrante/preocupante seu uso nas e pelas classes baixas. Nesse sentido, o autor vê a existência do “mundo das drogas” vinculado a “redes sociais que organizam sua produção, distribuição e consumo, bem como a conjuntos de crenças, valores, estilos de vida e visões de mundo que expressariam modos particulares de construção social da realidade” (Velho, 1994). No caso dos mercados de maconha, expectativas e ambiente parecem ter acentuada influência na determinação das relações, nas condutas individuais, e, especialmente, nos mecanismos de mercado.

Nessa tendência relativamente nova de abordar os mercados de drogas na contemporaneidade, surge o conceito de enraizamento social. De modo a situar a discussão no debate mais contemporâneo das ciências sociais e também como maneira de lidar com as mudanças históricas pelas quais a questão da droga passou desde a formulação da sociologia do desvio, o conceito de enraizamento tem o potencial de renovar e consolidar a prática

etnográfica sobre o consumo de substâncias psicoativas, porque nos mostra a importância a conexão e as implicações que as relações interpessoais de longo prazo - processos de socialização - e de confiança, afetam e são afetadas pelas normas que a atividade econômica ilegal gera, sendo capazes de moldar as experiências sociais, políticas e econômicas nos locais onde seu comércio está presente (Moeller, 2017; Gemici, 2007; Beckert, 2009; Sandberg, 2012). Nessa perspectiva, fatores de ordem moral e cultural possuem ação determinante na constituição de padrões reguladores ou estruturantes nos mercados de todos os tipos de substâncias psicoativas.

Partindo desta compreensão interrelacional, e compreendendo que o comportamento dos atores compõem e molda a atuação do mercado - já que tais relações representam a própria base sobre a qual se estruturam -, faz-se necessário situar a compreensão do que se configura como um mercado neste trabalho, a partir do que Fligstein e Dauter (2007) concebem como uma “arena social de interação” entre atores, como fornecedores, trabalhadores, consumidores, governos, etc.

Os autores demonstram que configurações sociais distintas ocasionam relações de mercados distintas e, portanto, implicam o surgimento de regras formais e informais que regulam as interações próprias a cada mercado. Desta forma, os múltiplos arranjos políticos, históricos, sociais, institucionais e econômicos do contexto em que se insere cada mercado são diretamente responsáveis por moldar as dinâmicas internas e estruturantes dos mesmos, compreendendo assim importantes chaves explicativas para analisarmos as relações que os compõem e, conseqüentemente, a produção de ordens institucionais e formas de governança distintas entre eles (Fligstein e Dauter, 2007).

Destarte, entendendo o mercado de cannabis como parte de uma rede de relações sociais estruturantes que se estabelecem a partir do contexto social no qual estão inseridos, e onde o comportamento dos atores representa a base sobre a qual esses mercados se moldam e se estruturam a partir de lógicas organizacionais próprias, o conceito nos convida a olhar mais criticamente para o mercado de drogas e a entendê-los não apenas como uma série de trocas econômicas, mas, compreendendo que a transação dessas substâncias podem estar profundamente enraizadas nas relações sociais existentes, e que as dinâmicas de suas governanças podem impactar, (re)ordenar e gerar novas ordens sociais, oportunidades econômicas e estruturas políticas (Arias e Grisaffi, 2022; Beckert, 2009; Sandberg, 2012).

Partindo dessa chave conceitual, a proposta analítica de Granovetter (1985) é constituída a partir da crítica à explicação lógica puramente econômica dos fatos centrados nas transações monetárias. Seu empreendimento teórico busca explicar o funcionamento dos mercados por meio de uma abordagem de redes sociais. Esta abordagem retoma de forma integrada os estudos sobre a dimensão social da economia.

Nesse sentido, o conceito nos convida a olhar mais criticamente para o mercado de drogas e a entendê-los não apenas como uma série de trocas econômicas, mas, compreendendo que a transação dessas substâncias podem estar profundamente enraizadas nas relações sociais existentes, e que as dinâmicas de suas governanças podem impactar, (re)ordenar e gerar novas ordens sociais, oportunidades econômicas e estruturas políticas (Arias e Grisaffi, 2022; Beckert, 2009; Sandberg, 2012).

Compreendendo a importância em articular esses conceitos nos estudos sobre mercados de drogas, o trabalho pretende fugir do que Krippner (2001) e Moeller (2017) chamaram de “simetria perversa”, fenômeno que ocorre quando “os pesquisadores estudam os processos econômicos em termos sociais, abandonando a esfera do mercado; ou estudam o mercado como uma entidade teórica por direito próprio, caso em que purgam todo o conteúdo social”.

2.3 A ECONOMIA MORAL DOS MERCADOS DE DROGAS:

Com base nas ideias de governança e enraizamento social, Áreas e Grisaffi (2021), desenvolvem o conceito do que eles chamam de “economia moral”. Segundo os autores, os mercados de drogas constituem uma economia moral por duas razões. Em primeiro lugar, eles procuram captar a ideia de que o comércio ilícito de drogas é, muitas vezes, visto em termos altamente moralistas. Em segundo lugar, destacam como esse comércio ilícito é governado por sua própria lógica interna que se conecta – mas também diverge – dos modelos econômicos dominantes e muitas vezes está profundamente enraizada em trocas locais reguladas normativamente, com base na moralidade, ou seja, eles argumentam que a cadeia de valor dos mercados de drogas produz e é, em parte, produzida por expectativas sociais ou economias morais em vários locais ao longo dessa cadeia.

Os autores partem do pressuposto de que não existe um conceito de economia moral unitário ou único, mas sim entendimentos conflitantes, sobrepostos e às vezes mutuamente exclusivos em jogo. Apesar de sua característica polissêmica, eles entendem a atividade

econômica moral como sendo aquela enraizada nas obrigações mútuas que surgem quando as pessoas trocam umas com as outras ao longo do tempo, criando dívidas e dependências mútuas através de um sistema econômico e social alternativo que emerge fora, em paralelo, em oposição ou mesmo em conjunto com as principais economias capitalistas de mercado e estruturas de governança.

Há um corpo de trabalho emergente que se baseia no conceito de economia moral para entender o comércio de drogas. Philippe Bourgois e Jeff Schonberg (2009) descrevem as teias de reciprocidade e obrigação mútua entre viciados em situação de rua, principalmente em relação ao compartilhamento de drogas como forma de compra de favores, amor e lealdade nas ruas de São Francisco. Meanwhile, Karandinos and colleagues descrevem como a violência nas ruas associada ao tráfico de drogas, que a princípio pode parecer irracional e brutal, pode ser entendida como parte de uma estrutura moral mais ampla que governa a vida social.

Esses escritos nos convidam a deixar de ver o comércio de drogas apenas como uma série de transações econômicas e considerar como essas trocas estão enraizadas nas relações sociais existentes, mas também são geradoras de novas ordens sociais. A importância desses estudos é que eles expõem como os processos de troca unem as pessoas em densas teias de reciprocidade que se estendem através do espaço e do tempo. Isso é particularmente importante para o estudo atual, pois revela os princípios sociais básicos subjacentes à governança do tráfico de drogas. A troca contínua de drogas, precursores químicos, dinheiro e atos violentos funciona como uma forma de contrato social, permitindo que o comércio perdure à sombra do Estado. Como tal, não podemos medir essas “trocas” localizadas de acordo com os padrões liberais padrão.

Essas práticas de troca têm sua própria lógica, representando uma “economia moral” alternativa que só pode ser descoberta por meio de um trabalho de campo qualitativo aprofundado, porque o funcionamento do comércio ilícito desafia a lógica da teoria econômica dominante, que assume que toda ação é de interesse próprio, orientada para maximizar o ganho pessoal percebido. Sabemos que as economias, incluindo as capitalistas, nunca operam de acordo com uma lógica de mercado “pura” de maximização do lucro individual – mas sempre se cruzam com relações sociais, políticas e culturais (dinâmicas), incluindo várias concepções de moralidade. Então, por que tratamos o tráfico de drogas como um caso especial?. Na economia ilegal, as mesmas regras não se aplicam à economia legal.

Mais criticamente, é possível compreender que os mercados de drogas estão profundamente enraizados em interações sociais locais particulares e, assim como a cadeia de abastecimento de açúcar, seu movimento está ao mesmo tempo enraizado na ordem social existente, mas também sendo capaz de gerar novas ordens sociais, oportunidades econômicas e estruturas políticas.

2.4 A CONFIANÇA COMO ELEMENTO DE REGULAÇÃO:

Segundo Gambetta (2000b), a confiança refere-se a uma avaliação subjetiva que um agente faz sobre a probabilidade de que o comportamento de outra pessoa corresponda às suas expectativas. Esse julgamento é permeado por incertezas, pois a confiança só se torna significativa em contextos onde existe a possibilidade real de traição. A incerteza, portanto, é um elemento central na construção da confiança, pois sem ela não haveria a necessidade de avaliar ou decidir confiar, ou seja, confiar envolve assumir um risco calculado sobre o comportamento do outro em situações onde as intenções ou ações dos indivíduos não são cumpridas.

Nas relações cooperativas é possível “economizar confiança” com base nos interesses e nas potenciais retaliações que tornam a traição uma opção custosa (Gambetta, 2000b). No caso das redes de tráfico de drogas, a ilegalidade inerente aos mercados não garante nenhum tipo de mecanismo legal de continuidade das transações econômicas. As organizações de narcotráfico enfrentam a constante ameaça de deserção, (às vezes) comunidades hostis e pressão dos esforços de interdição do governo. Os empresários ilegais não podem recorrer ao Estado para arbitrar uma disputa, e nem sempre podem recorrer à violência para resolver problemas; os custos seriam simplesmente muito altos.

Em função da ausência de marcos legais que orientem seu funcionamento, os atores que permeiam esses mercados, estabelecem diferentes formas de regulamentação. Segundo Gambetta (2008), o enraizamento da economia em redes sociais, leva em conta a confiança enquanto mecanismo estruturante dessas relações, evitando a ocorrência de comportamentos desleais entre os agentes, garantindo, dessa forma, a continuidade dos vínculos econômicos. Na maioria das vezes, então, o tráfico de drogas é construído com base na confiança entre uma miríade de atores diretamente dentro, mas também adjacentes ao comércio.

Inspirando-nos em antropólogos econômicos que remontam ao trabalho seminal de Marcel Mauss (1990), argumentamos que essa confiança está enraizada em relacionamentos recíprocos – ou seja, dívida e a expectativa de que a dívida será paga.

A forma como essas relações recíprocas são estruturadas – quem é incluído e excluído, as sanções por falta de pagamento, as expectativas em relação aos horizontes de tempo e juro – estão todas enraizadas em concepções localizadas de honra, orgulho e o que significa ser uma boa pessoa. (Áreas e Grisaffi, 2021, p.11).

A partir dessa perspectiva, os mercados em nível mais baixo no que compete a dimensão das relações entre consumidores e canais de comercialização seriam, comumente, a continuação de relações de conhecimentos pessoais, seja por vínculos de parentesco, familiares ou de conhecidos. Estas relações comerciais repetidas no tempo, entre atores pertencentes a grupos semelhantes, tornariam os mercados mais protegidos. Estas relações seriam, portanto, o efeito da confiança interpessoal entre os atores. Um produto confiável, portanto, tem seu status decorrente da confiança em quem fornece-o, semelhante aos mecanismos encontrados nos discursos dos entrevistados em relação aos vínculos com os revendedores de substâncias ilícitas e como escolhem produtos mais confiáveis em virtude das relações de quem vende.

Gambetta (1988) argumenta que os atores, conectados por diversas dimensões de comprometimento e dependência, baseiam suas ações na decisão de confiança. Essa confiança mútua torna-se essencial para a manutenção das relações. Em contextos de acordos informais, essa dinâmica é ainda mais delicada pois a iminência de traição está constantemente presente e a sua quebra pode acarretar custos sociais elevados, devido à possibilidade de retaliação moral por parte dos demais indivíduos envolvidos, abalando a sua reputação entre os pares.’

Com base no que foi colocado, empregamos o conceito de confiança desenvolvido por Gambetta, em função da condição de ilegalidade em que se encontram essas redes de troca, as quais geram riscos e instabilidade para a regulação formal das ações. Ao analisarmos as relações nas redes de interação do mercado ilegal de maconha, identificamos que esse complexo de vínculos sociais opera como uma rede cooperativa. Nessas redes, as relações de cooperação sustentam um tipo de confiança interpessoal entre os agentes, motivada pela necessidade de melhorar o desempenho nas atividades. A cooperação é adotada como estratégia tanto para lidar com os riscos quanto para reunir interesses coletivos em busca de objetivos comuns. Assim, agir com base na confiança, no contexto do mercado de maconha, constitui uma estratégia para mitigar as incertezas inerentes.

3 APONTAMENTOS METODOLÓGICOS:

3.1 DESENHO DE PESQUISA:

As considerações preliminares buscaram estabelecer o pano de fundo conceitual para investigação visando discutir os principais aspectos relacionados à pesquisa. Do ponto de vista metodológico, para responder ao objetivo e às questões supracitadas, o pesquisador recorreu aos métodos e técnicas de coleta e análise de dados qualitativos. Trata-se, portanto, de um estudo exploratório, transversal e de caráter qualitativo, aprovado pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Federal de Pernambuco (PPGS-UFPE).

Não se pretendeu com a pesquisa, desenhar um perfil quantitativo dos mercados de maconha pertencentes às camadas médias urbanas da cidade do Recife, mas sim, realizar uma descrição de como esses mercados se estruturam e se desenvolvem, procurando identificar os mecanismos que garantem viabilidade, estabilidade e continuidade, bem como as formas de organização social que são produzidas através da governança, e que se consolidam por meio da atividade ilegal.

Da mesma forma, não foi objetivo atender a um quantitativo que represente todo o universo dos mercados de maconha das classes médias dentro da Região Metropolitana do Recife, esses mercados são heterogêneos e guardam em si, particularidades muito próprias, de maneira que não é possível a generalização. Todavia, a premissa adotada para a abordagem, bem como as análises utilizadas no presente estudo procura explorar e aprofundar a compreensão sobre este determinado grupo social.

Entendemos que é a partir da experiência dos próprios indivíduos com o uso da planta que proporciona as circunstâncias nas quais se desenvolvem os conceitos e padrões de uso desses mercados. Nesse sentido, para alcançar as informações necessárias para o desenvolvimento da pesquisa, tomamos como referência Duarte (2019). A autora constroi sua análise a partir do nível microsocial do comércio, utilizando como referência empírica a dimensão prática dos atores envolvidos na compra e venda de maconha. Ou seja, como os atores agem concretamente para comprar as mercadorias que desejam para, a partir dos seus pontos de vista, analisar quais são as formas de organização originadas destas ações econômicas. Buscamos, dessa forma, compreender a organização do varejo dos mercados de maconha da cidade Recife, a partir das experiências e do ponto de vista dos próprios usuários, consumidores e vendedores de maconha.

O recorte metodológico adotado pelo pesquisador para selecionar os informantes, partiu, inicialmente, de duas categorias: (1) com base no envolvimento com atividades passíveis de enquadramento na classificação de compra, venda e consumo de maconha; (2) a classificação dos indivíduos de acordo com a sua “posição social” a partir da categoria classe média. A escolha se justifica pela condição que a classe tem em afetar os interesses materiais, as experiências de vida e as capacidades para ação coletiva dos indivíduos.

Utilizo classe média, assim como Grillo (2008), enquanto uma categoria nativa, de maneira a abranger sob essa definição, os diversos estratos sociais que se auto-intitulam enquanto tal. O uso a partir dessa definição compreende classe enquanto uma categoria onde o conjunto de agentes ocupa, não apenas posições objetivas e econômicas semelhantes, mas a expressam ou refletem, também, enquanto um sistema subjetivo de práticas, interesses, atitudes e tomadas de posições semelhantes.

3.1.1 Procedimento de coleta de dados:

Tratando-se do estudo de um objeto ainda pouco explorado pelas ciências sociais no Brasil, onde a ilegalidade dos empreendimento e a postura de encobrimento assumida pelos indivíduos pesquisados, impossibilita a realização de entrevistas formais e aplicação de questionários, transitar neste tipo de ambiente, onde a informação sobre o produto, mercado e consumo, não estão tão acessíveis quanto uma mercadoria comum, requer estratégias específicas.

Dos métodos empregados na coleta de dados em pesquisas com enfoque etnográfico, talvez, os mais comuns, sejam as entrevistas semi-estruturadas e abertas, bem como as discussões em grupo. Na investigação social, as entrevistas qualitativas – semi-estruturadas ou abertas– são amplamente utilizadas como ferramenta metodológica para a coleta de dados, sendo um dos métodos mais importantes, principalmente em estudos de campo (Hopf, 2000). Entendendo que a entrevista semi-estruturada permite uma maior flexibilidade, acessibilidade e inteligibilidade na busca por revelar facetas importantes e ocultas do comportamento do ser social e da organização social em que vive, é mais provável que os pontos de vista dos sujeitos entrevistados sejam expressos em uma situação de entrevista com um planejamento mais aberto do que em uma entrevista padronizada.

O método ainda desempenha um papel importante no processo de investigação porque leva em consideração a transmissão de conhecimento especializado sobre o campo através da

reconstrução e análise dos pontos de vista subjetivos dos entrevistados em diferentes grupos e situações sociais, onde o espaço para moldar os conteúdos permanecem amplo o suficiente para que o objetivo geral da formulação das teorias fundamentadas seja alcançado.

Para as entrevistas, o pesquisador utilizou o método de saturação (Guest, et al, 2006). O método segue um critério de confiabilidade usado em pesquisas qualitativas para estabelecer o tamanho de uma amostra. Ele consiste em interromper a coleta de novos participantes quando o pesquisador considera que os dados obtidos são redundantes ou repetitivos. Nesse sentido, o quantitativo de entrevistas necessárias para a confiabilidade dos dados foi de dez entrevistas.

Outras ferramentas metodológicas utilizadas para a coleta dos dados foram o diário de campo e as estratégias observacionais - observação direta e participante.

3.1.2 Participantes:

Participaram da pesquisa dez pessoas - seis homens e quatro mulheres - autodeclaradas responsáveis pela própria renda e residentes no município de Recife/PE. Não houve restrição em relação ao estado civil nem ao grau de escolaridade. A média de idade dos participantes é de 30 anos.

O contato com os entrevistados se fez a partir da mobilização da própria rede de relações pessoais do pesquisador, dando-se preferência a conhecidos "indiretos", isto é, amigos de amigos, com os quais foi possível estabelecer relacionamentos francamente amistosos e minimizar as barreiras interpostas pela falta de intimidade. Foi possível observar, que os significados básicos que os indivíduos atribuem ao seu relacionamento estão determinados pelo desenvolvimento de relações paralelas de amizade e negócios (Mitchel, 1969, Grillo, 2008).

Esta rede social foi acessada a partir de um informante principal, o qual ofereceu contribuições fundamentais para o trabalho, tanto por fornecer ricos depoimentos, quanto por inserir o pesquisador na rede estudada, de maneira que a sua participação fosse percebida com naturalidade. Esta rede é bastante complexa e, por mais que esse informante seja o ponto de partida, não assume a centralidade da investigação. Ao longo da pesquisa, apareceram personagens que se conectam a diferentes redes às quais não tive tanto acesso, mas que permitem conceber uma integração de diversas delas em torno do tráfico de drogas.

Após o contato prévio com os participantes, foi explicado os objetivos gerais da pesquisa e o processo da entrevista. Em seguida, os informantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para o início da coleta de dados através da realização de entrevistas semiestruturadas e individuais, em ambiente que buscou assegurar a privacidade e o conforto psicológico dos participantes. As entrevistas ocorreram entre os meses de maio e novembro de 2024. Em todos os casos, seguiu-se as linhas gerais de um roteiro previamente elaborado, que serviu como base para orientar as respostas aos principais eixos temáticos que formaram o corpus da investigação, embora, dada a complexidade do tema, tenha, em alguns casos, levando à reformulação de algumas perguntas e a certas alterações na sua ordem de sequência. O roteiro foi dividido em seis tópicos, sendo eles: 1. Posição social; 2. Trajetória e entrada (via consumo) 3. Mercadorias e preços; 4. Detalhes das operações (compra e venda); 5. Padrão de consumo; 6. Constrangimentos formais e informais.

Uma opção metodológica e ética que tomamos para manter o anonimato dos entrevistados que prestaram depoimentos, foi a de ficcionalizar todos os nomes citados ao longo desta dissertação evitando que sua revelação implique em possíveis problemas de segurança. Dessa forma, no decorrer deste relato os entrevistados serão identificados por nomes fictícios.

As entrevistas foram audiogravadas e tiveram duração entre 45 minutos a 1 hora e 15 minutos. Posteriormente, foram transcritas na íntegra através do software “good tape”, para análise. Após a transcrição literal das entrevistas os dados foram analisados da seguinte maneira: primeiramente, foi feita uma análise vertical de cada entrevista, destacando-se eixos temáticos construídos a partir das respostas (ou seja, categorias temáticas a posteriori) posteriormente, foi efetuada uma análise horizontal do conjunto das entrevistas, elencando diferenças e semelhanças entre os conteúdos, também a partir dos eixos encontrados.

3.1.3 Análise dos dados:

Para a organização dos dados foram utilizados os procedimentos de análise de conteúdo temático propostos por Bardin (2010) e seguiram as seguintes etapas: 1) pré-análise, fase inicial de organização e sistematização; 2) exploração do material, envolvendo a categorização ou coleta das informações; e 3) tratamento dos resultados, com a realização de inferências e interpretações. A análise foi fundamentada nas teorias propostas no item 2, utilizadas como referência para compreender e interpretar as informações extraídas. O principal objetivo desse processo foi identificar conexões entre as falas dos entrevistados e os

temas investigados na pesquisa, respondendo às questões centrais desta dissertação. Dessa forma, a análise de conteúdo permitiu revelar pontos de convergência ou divergência, padrões, significados e relações presentes no material coletado, contribuindo para a compreensão dos resultados. O esquema abaixo mostra as principais categorias utilizadas ao longo da análise dos dados.

Quadro 1 - Categorias utilizadas para a classificação dos dados

Principais eixos utilizados para a categorização dos dados	
1.	Trajetória de vida
2.	Entrada
3.	Drogas consumidas
4.	Perfil dos consumidores
5.	Padrões de consumo
	a. Com quem usa
	b. Onde usa
	c. Como compra
6.	Perfil dos revendedores
7.	Procedimento de compra
	a. Tipos, qualidades e preços
8.	Vínculos Sociais
	a. Confiança
9.	Moralidades
10.	Polícia e controle

Fonte: O autor (2025).

4 A ARQUITETURA DOS MERCADOS DE MACONHA DAS CLASSES MÉDIAS DO RECIFE:

Delimitado o desenho geral da pesquisa, o primeiro passo para a compreensão dos mercados de maconha que atendem as classes médias do Recife, é a delineação de sua arquitetura. Para tanto, através da articulação entre a literatura e a análise das entrevistas, o presente capítulo tem como objetivo procurar identificar os principais elementos que os caracterizam. A análise de sua arquitetura - com suas estruturas diferenciadas - pode contribuir para a compreensão das dinâmicas organizacionais presentes nas distintas modalidades da prática de consumo e comercialização de maconha, presentes nesses mercados.

O modelo proposto por Johnson, Hamid e Sanabria em “Emerging Models of Crack Distribution” (1992), nos ajuda na compreensão dessas estruturas organizacionais. Em suas investigações sobre os mercados de crack nos Estados Unidos, os autores puderam observar que, ao contrário da crença comum, de que todos os mercados ilegais de drogas estão sujeitos ao “controle central de um grupo, cuja autoridade pode repousar em uma reputação bem estabelecida para comandar grandes forças de violência e/ou controle da polícia corrupta e autoridade política” (Reuter, 1985), os mercados de drogas, em sua cadeia de distribuição de base, geralmente, são povoados por numerosas, relativamente pequenas, e muitas vezes efêmeras “empresas”, onde os relacionamentos estão mais próximos de uma pequena “competição” do que do conluio, e onde a violência é praticamente inexistente e até mesmo condenada entre seus participantes, sendo as sanções, na maioria das vezes de cunho moral (Daudelin e Ratton, 2017, 2018).

Nesse sentido, os autores propõem o que eles chamam de modelo *freelance* de distribuição. Diferentemente do modelo empresarial (*business model*), que caracteriza-se por uma estrutura hierarquicamente estratificada pelas relações empregador-empregado, pela verticalidade dos fluxos de capital, distribuição dos territórios para a atuação e a fixidez dos preços para a venda, o modelo *freelance* caracteriza-se pelo fato de os autores cooperam voluntariamente e se associam em transações pontuais, cujos termos do acordo são negociados entre as partes, podendo ou não se estender por relações comerciais mais regulares, havendo uma ampla diversificação de parceiros e as drogas sendo pagas à vista ou em consignação, dependendo das circunstâncias.

Mais próximo de nossa realidade, autores como Grillo (2008), Daudelin e Ratton (2017, 2018), Duarte (2019) e Souza (2022) adotam uma perspectiva semelhante. Em suas investigações sobre os mercados de drogas e as classes médias, eles identificaram que, embora esses mercados não permitam uma generalização absoluta, é factível destacar algumas generalizações relevantes sobre sua estrutura e funcionamento, pois, apesar de seu caráter heterogêneo, eles guardam em comum certas singularidades. Com base nos modelos teóricos propostos pelos autores mencionados, apresento, a seguir, algumas categorias analíticas que podem contribuir melhor para sua compreensão.

4.1 MERCADOS ABERTOS E FECHADOS:

“Enquanto estranhos podem interagir em mercados abertos, apenas pessoas que se conhecem e confiam umas nas outras podem fazê-lo em mercados fechados” (Daudelin, Ratton, 2018, p. 118, Mohamed e Fritsvold, 2011). Os mercados abertos ilegais (como as bocas de fumo), envolvem uma série de atores que não se conhecem, e, sem uma autoridade que regule essas transações, a desconfiança prevalece, e a possibilidade de fraude, tanto para os compradores como para os vendedores, é alta. O comércio entre indivíduos que não se conhecem ocorre em uma atmosfera de tensão e incertezas, “e a possibilidade de que um ou outro sejam policiais ou informantes aumenta ainda mais a problemática dessas interações” (Daudelin, Ratton, 2017, p.30).

Enquanto os mercados abertos (como as bocas de fumo) estão sujeitos a uma gama muito diversa de vulnerabilidades e incertezas, os mercados fechados tendem a ser mais seguros e menos violentos por uma série de motivos. Dentre eles Daudelin e Ratton, destacam que:

Primeiro, as transações podem facilmente ser mantidas em segredo, tornando as possíveis perturbações provocadas pela atuação policial mais difíceis. O roubo realizado por *outsiders* é também implausível, o crédito, quando existe, é obtido facilmente – o que pode ser explicado pelo alto nível de confiança nas relações pessoais – e, provavelmente, será pago. Em tais mercados, a violência física, ou a ameaça do seu uso, é efetivamente substituída pela sanção social (desaprovação, implícita ou não, vergonha, ostracismo e, em última instância, exclusão). (Daudelin, Ratton, 2017, p.118)

As entrevistas realizadas permitem identificar diferenças importantes entre os mercados de maconha que atendem diferentes classes sociais no Recife. Nos mercados voltados para as classes baixas, observa-se a necessidade de operarem de forma aberta, o que os expõe a uma série de vulnerabilidades, como maior risco de repressão policial e violência.

Por outro lado, os mercados de maconha destinados à classe média geralmente apresentam características opostas: são mercados fechados, com graus variados de restrição e discricção. À medida que se avança na cadeia de distribuição desses mercados, o nível de fechamento aumenta significativamente. Suas transações geralmente ocorrem entre pessoas que já possuem vínculos estabelecidos, sustentados por relações de longa duração. Esses laços são marcados pela confiança mútua e por um respeito compartilhado, fatores que contribuem para a estabilidade dessas redes. Assim, a estrutura desses mercados não apenas reduz riscos para os envolvidos, mas também fortalece os aspectos relacionais entre seus participantes. Segundo o relato de um dos entrevistados:

Todos os contatos que eu tenho, são contatos que eu já conheço a algum tempo e que me foram passados por amigos ou amigos de amigos. É muito difícil esses contatos aceitarem novas pessoas sem a indicação de alguém que já pega com eles. Quando um amigo que tá sem dealer me procura perguntando de contato, eu sempre digo que preciso enviar uma “solicitação” perguntando se posso passar o contato dele (dealer) para meu amigo. Na maioria das vezes é de boas porque rola essa indicação, que se baseia na confiança, mas às vezes rola do contato não querer, então sobra pra mim fazer essa ponte entre os dois. **(Entrevistado 2)**

Pode-se observar que as compras são frequentemente mediadas por pessoas que mantêm algum grau de proximidade com os envolvidos. O potencial comprador é geralmente indicado ao vendedor por um amigo, que atua como intermediário ao estabelecer o contato ou, em alguns casos, realiza ele próprio a compra da mercadoria. Em todas as situações, as relações são duradouras, muitas vezes precedendo tanto o envolvimento no mercado quanto o consumo do produto.

4.2 MERCADOS COBERTOS E DESCOBERTOS:

Apesar de muitos autores não trabalharem com a diferenciação entre os mercados cobertos x fechados, e descobertos x abertos, é de extrema importância fazermos tais distinções, tendo em vista que as situações às quais eles estão sujeitos não se sobrepõem. Um mercado descoberto:

...ou “flagrante” envolve trocas físicas que são públicas, visíveis e, como resultado disso, baseadas em um espaço determinado (mesmo que esse espaço mude de lugar dentro de uma área, como é o caso de muitas bocas). Isso cria um ambiente que é inerentemente inseguro, porque potenciais competidores serão tentados a conquistar os espaços físicos onde as transações ocorrem e, ainda, porque os assaltantes sabem que há compradores com dinheiro e vendedores com produtos que convergem para os mesmos espaços. O problema é ampliado para os mercados ilícitos, pois eles são vulneráveis tanto a assaltantes e ladrões, como à polícia. (Daudelin, Ratton, 2017, p.120)

Conforme relatado pelos informantes, esses espaços frequentemente se configuram como cenários propícios à ocorrência de crimes como furtos e roubos. Além disso, podem ser marcados por confrontos que intensificam a sensação de insegurança. A situação torna-se ainda mais crítica quando se considera a atuação policial nesses ambientes, que muitas vezes acaba contribuindo para destabilizações adicionais. A intervenção das forças de segurança, pode desencadear situações de maior tensão. Isso, por sua vez, pode gerar um ciclo de violência que retroalimenta essas dinâmicas. Esses fatores combinados tornam esses locais especialmente vulneráveis a uma escalada de conflitos.

Por sua vez, os mercados cobertos, como aqueles utilizados pelas classes médias, possuem sua base territorial em espaços privados e bem protegidos (como ambientes virtuais, por exemplo), com o transporte e as transações das mercadorias acontecendo de maneira muito discreta e sigilosa, o que proporciona um grau de proteção e segurança muito maior, ajudando a reduzir o risco e a possibilidade de perturbações, tanto por parte de assaltantes, como por parte da atuação policial. Considerando ainda, a pequena quantidade de droga transportada e vendida, torna-se ainda mais fácil escondê-las de potenciais perturbações.

Dessa forma, podemos observar que, do ponto de vista da vulnerabilidade e da possibilidade de violência, os mercados cobertos são muito mais seguros, pois possuem um alto grau de confidencialidade, onde a disponibilidade, marcação de encontros, e detalhes das transações (quantidades e preços) são organizados em ambientes privados e bem protegidos, permitindo que as transações ocorram sem perturbações externas. Considerando ainda o fato de as transações “...serem geralmente realizadas através das mídias sociais, com algum tipo de codificação ou comunicação eletrônica, torna esses mercados ainda mais escondidos (cobertos).” (Daudelin, Ratton, 2017, p. 122).

4.3 TAMANHO E RENDA:

Estimar a real dimensão dos mercados ilegais de maconha voltados às classes médias no Recife é uma tarefa complexa. Embora sejam consideráveis, os dados sugerem, com base nos relatos dos meus informantes, que esses mercados permanecem relativamente pequenos, sendo povoados por numerosas e, muitas vezes, efêmeras “empresas” de pequeno porte. Essas organizações, geralmente, não possuem uma estrutura verticalmente integrada, ou seja, não controlam as etapas do processo produtivo e de distribuição. Além disso, elas costumam se limitar à comercialização de um único tipo de produto. Como consequência, os participantes

desses mercados não conseguem acumular receitas substanciais, evidenciando a fragmentação e a baixa escala de operação desse tipo de atividade ilícita

Outra característica que parece exercer um impacto considerável na dinâmica desses mercados é a sua constante fragmentação. As distintas cadeias de abastecimento e distribuição, a pequena produção interna local, o relativo elevado custo de oportunidade, bem como os riscos envolvidos nesse tipo de atividade, contribuem para criar mercados cada vez mais pulverizados. A combinação de tamanho e fragmentação gera como consequência um fluxo monetário relativamente baixo para os pequenos e médios traficantes da classe média, o que, por sua vez, acaba por reduzir a pressão competitiva e o apelo a violência que eventualmente poderia acontecer:

Os economistas institucionais há muito que defendem que os pequenos mercados informais, por serem menos competitivos e, portanto, mais fáceis de governar através de acordos informais, são mais pacíficos do que os mercados onde está em jogo uma renda maior, uma vez que os primeiros nunca chegam ao ponto em que são necessários direitos de propriedade ou mecanismos formais de resolução de conflitos. (Daudelin, Ratton, 2018, p.32-33)

Se os mercados ilegais de maconha da classe média do Recife consistem em muitas pequenas “empresas”, onde todas precisam se comportar como tomadoras de preços, exceto por acaso, os participantes desses mercados ganham significativamente mais do que em outras ocupações desse porte.

Segundo Reuter (1985) existem inúmeros fatores que tendem a produzir mercados com essas características. A base de sua argumentação reside no fato de que existem restrições, tanto econômicas quanto institucionais, que inibem o uso da violência para conter a competição e estabelecer o domínio de um único grupo, e que “a combinação de tamanho e fragmentação (o que torna mais difícil a compra de proteção e aplicação da lei) faz a tarefa de controlar um mercado ilegal substancialmente mais difícil”, produzindo pequenos mercados localizados.

4.4 TERRITORIALIDADE E COMPETIÇÃO:

Além de seu tamanho relativamente pequeno e fragmentado, outras características que parecem perpassar esses mercados, dizem respeito à territorialidade e a competição. Os mercados que operam nas favelas e comunidades, por terem como característica um amplo grau de abertura, com territórios bem definidos para a compra e venda, estão constantemente

propícios a perturbações de outsiders, precisando, muitas vezes, recorrer a disputas na busca pela maximização do seu lucro.

Em contrapartida, se os mercados das classes médias são compostos por pequenas “empresas” fragmentadas, que operam em redes fechadas (articuladas em torno de relações fundadas na base da “amizade” e confiança) através de espaços privados e bem protegidos (sem que seja preciso estabelecer pontos comerciais reconhecíveis), permitindo uma operacionalização e funcionamento não territorializado, a necessidade de recorrer a possíveis meios violentos para a resolução de conflitos são quase inexistentes. Considerando ainda a “baixa” capacidade de lucro e a quase inexistente base territorial para disputa, temos como resultado um processo de pouca ou até nenhuma competitividade, sendo governados por acordos, muitas vezes informais (Grillo, 2008).

4.5 CONFIANÇA E CRÉDITO:

Nos mercados das classes baixas, o débito ou “ficar devendo” revela-se como uma ferramenta capaz de desencadear um forte processo de violência, pois:

Impossibilitados de usar os meios legais, os traficantes têm poucas alternativas a não ser ameaçar ou usar a força para obrigar os compradores a reembolsar vendas ou a quantidade exata de drogas oferecidas em consignação. A violência é um recurso largamente utilizado em um contexto em que, simplesmente, retirar os inadimplentes da lista de clientes ou permitir que eles busquem novos fornecedores (competidores) parece contraprodutivo. (Daudelin, Ratton, 2017, p.122)

Em contrapartida, a dinâmica do crédito, presente nos mercados das classes médias, não acontece da mesma forma. Não é apenas nos interesses econômicos que se fundamentam a cooperação nas relações de crédito presentes nesses mercados, mas também nos vínculos pessoais e nos valores morais compartilhados que permitem ao indivíduo confiar no outro (Gambetta, 2000, Grillo, 2008, Daudelin, Ratton, 2017, 2018). Essa modalidade de comércio ilegal se constitui através de redes relacionais baseadas nos laços de amizade entre seus participantes, onde são reproduzidas expectativas positivas em relação ao comportamento dos outros, tomando por referência a crença no valor da “amizade”.

Isso acontece porque os traficantes de classe média encontram, no seu próprio círculo de amigos e conhecidos, os clientes para quem comercializam drogas tanto para o consumo quanto para a revenda. Sendo assim, é através das relações de amizade que se estabelecem todos os contatos que viabilizam a circulação desse mercado, configurando redes complexas e interconectadas. Mesmo quando o objetivo da relação é estritamente comercial, força-se

alguma amizade, de modo que as partes se conheçam melhor, uma vez que eles procuram sempre vender “só para os camaradas”.

Dessa forma, o mais comum, é que haja um consenso em torno das relações de crédito, de modo que os acordos firmados, apesar de serem sempre orais, costumam ter a sua validade inquestionável. A prática do fiado facilita o escoamento das mercadorias, beneficiando tanto o devedor que pode estar sem capital para investir, quanto o credor que, além de encontrar no fiado um meio mais ágil de comércio, deseja livrar-se do “flagrante” o mais rápido possível. O relato de “paulo” revela um pouco essa dinâmica:

Como eu pego já faz uns anos com o mesmo “corre”, já fidelizou, sabe? já formou uma base de confiança, porque ele sabe que eu vou pagar. Até porque ele sabe que eu vou voltar atrás de outros produtos, então não tem porque eu me queimar com o meu corre. Depois de um tempo pegando com ele, ele passou a oferecer alguns produtos no fiado e com um prazo determinado pra eu pagar. Eu sempre evito pegar, mas dependendo da situação, quando to sem dinheiro ou quando quero pegar uma quantidade maior pra fazer um adiante, eu pego no fiadinho com um prazo determinado para repassar o valor pra ele. Nunca deu estresse nenhum, porque existe a confiança dos dois de que os compromissos vão ser honrados. **(Entrevistado 3)**

O bom pagador, que cumpre os prazos, é estimado nas redes desse mercado e mantém a sua credibilidade junto aos seus contatos. Nesses mercados, o preço estipulado na venda a prazo geralmente é fixo, de maneira que não sofre a imputação de juros, multas ou qualquer outra correção vinculada ao atraso, e mesmo que se estabeleçam margens de prazo para os pagamentos, não há uma rigidez no acerto de datas, prevalecendo um consenso implícito sobre o quando se espera que os débitos sejam quitados. Como consequência desses pressupostos o pesquisador pode observar que uma “cultura da violência” não se faz presente, sendo o uso da força evitado e até condenado entre seus participantes.

4.6 SUB POLICIAMENTO OU INDIFERENÇA ESTATAL NA APREENSÃO DE DROGAS:

A atuação dos policiais e dos operadores do sistema de justiça, nos diferentes mercados ilegais, trazem consequências distintas para os diversos grupos sociais que deles se utilizam (Azevedo, 2005, Daudelin, Ratton, 2017, 2018). Dessa forma, o tratamento desigual dado aos mercados das classes médias pelo sistema de justiça criminal, também deve ser considerado como um fator determinante na explicação de seu funcionamento mais ou menos pacífico.

Enquanto os mercados de maconha das classes baixas são constantemente afetados pela ação policial, os usuários e vendedores da classe média entrevistados relatam que os riscos de flagrantes e/ou prisões no qual estão sujeitos são limitados, e que o policiamento, como consequência, não é uma grande preocupação para eles. O resultado da baixa interrupção na governança presente nesses mercados “torna mais fácil para seus participantes estabelecer arranjos de confiança de longo prazo, evitando conflitos e, consequentemente, violência. Isso, por sua vez, diminui os incentivos policiais a intervir nesses mercados.” (Daudelin, Ratton, 2018, p.33-34, tradução do autor)

Dessa forma, é possível observar que a atitude das polícias, do Judiciário e dos operadores do direito, diante desses mercados, pode ser considerada como uma negligência que reflete os padrões seletivos da atividade policial na apreensão e punição dos que deles fazem parte, o que acaba resultando na baixa perturbação dos mercados das classes médias.

5 A CONSTITUIÇÃO SOCIAL NA FORMAÇÃO DOS MERCADOS:

O capítulo anterior teve como objetivo traçar a arquitetura dos mercados de maconha das classes médias do Recife. Contudo, para que possamos ter uma visão mais ampla sobre o imbricamento entre a dimensão social e material que envolvem esses mercados, é necessário abordá-la a partir de outros ângulos.

A tendência comum no discurso oficial em torno da compra, venda e consumo de substâncias psicotrópicas é enfatizar o termo genérico "droga", sem que se faça uma distinção cuidadosa entre substâncias diversas, seus efeitos variados sobre a psique humana e os contextos específicos nos quais ocorre sua aquisição. Estudiosos dos mercados de substâncias ilícitas, têm proposto que, para a correta compreensão de como esses fatores se relacionam, é necessário considerar não apenas a droga em si - e sua ação farmacológica - , mas também o estado do indivíduo – sua estrutura de personalidade, condições psicológicas e físicas, além de suas expectativas –, bem como o cenário ou ambiente social, isto é, o conjunto de fatores ligados ao contexto no qual a substância é adquirida, o lugar, as companhias, a percepção social e os significados culturais atribuídos ao seu uso (Zinberg, 1984: Arnao, 1980: Becker, 1976b).

Partindo dessa perspectiva, a abordagem sociológica aqui colocada deriva da afirmação de Granovetter (1985) de que os mercados de drogas estão inseridas em redes de relações sociais que são socialmente incorporadas através de uma “arena social de interação” entre atores - como fornecedores, trabalhadores, consumidores, governos, etc, (Fligstein e Dauter, 2007). A abordagem a partir dessa chave analítica nos permite uma melhor compreensão sobre como se desenvolvem e se estruturam os mercados de cannabis das classes médias, porque entende o mercado como parte de uma rede de relações sociais estruturantes que se estabelecem a partir do contexto social no qual estão inseridos, onde o comportamento dos atores representam a base sobre a qual esses mercados se moldam e se estruturam a partir de lógicas organizacionais próprias. Nesse sentido, para compreendê-lo, é imprescindível considerar tanto as expectativas individuais quanto o ambiente sociocultural em que a substância está presente.

No que se refere ao problema colocado por esta pesquisa, cabe perguntar de que modos o cenário sociocultural pode influenciar a formação e a conservação de um padrão de consumo de maconha e de que modos se desenvolvem, entre os usuários regulares, mecanismos que possibilitam o uso da substância. Estes fatores influenciam o significado das

experiências, e é necessário determinar seu peso em cada situação considerada. No caso dos mercados de cannabis, expectativas e ambiente parecem exercer uma influência decisiva sobre as relações, as condutas individuais e, sobretudo, sobre os mecanismos de funcionamento.

Com base nesses conceitos, em um primeiro momento, buscamos definir o fenômeno do consumo a partir do que Gilberto Velho chama de sociabilidade normalizada. Em seguida, buscamos traçar um perfil dos consumidores de maconha a partir dos dados qualitativos obtidos com esta pesquisa. Por fim, a partir da perspectiva dos entrevistados, buscamos analisar de que maneira suas práticas definem as estruturas do mercado através de seus padrões e espaços de consumo.

5.1 REDES SOCIAIS E SOCIABILIDADE “NORMALIZADA”:

Segundo Velho (1994), as redes de sociabilidade desempenham um papel importante no consumo, aquisição, manutenção e consequente organização dos mercados de drogas, porque, segundo o autor, a existência do “mundo das drogas” está vinculado a “redes sociais que organizam sua produção, distribuição e consumo, bem como a conjuntos de crenças, valores, estilos de vida e visões de mundo que expressariam modos particulares de construção social da realidade” (Velho, 1994, p.). Nesse sentido, o autor coloca que, por meio de complexos mecanismos de socialização essas significações são internalizadas pelas diferentes classes sociais, naturalizando ou não os sentidos dos usos de substâncias psicoativas por parte delas. Por sua vez, essa “naturalização” pode ser determinante para a organização dos mercados que atendem às diferentes classes sociais.

A partir desse locus entram em jogo outras variáveis, tais como as ideias que os consumidores fazem sobre as drogas, as redes sociais que dinamizam o processo realizado para a droga ficar pronta para ser consumida, as regras que definem como devem ser consumidas, os valores e regras de condutas compartilhadas informalmente por consumidores, as leis e políticas que regulamentam o uso de drogas, as maneiras de aquisição e administração, entre outros (Velho, 1998).

5.2 OS CONSUMIDORES:

Para compreender como esses mercados se estruturam na prática, é fundamental identificar os atores que produzem e reproduzem suas dinâmicas organizacionais. Nesta

análise, nosso objetivo é delinear, com base nas características presentes nos discursos, um perfil socioeconômico dos consumidores envolvidos.

A caracterização desses atores, a partir das trajetórias estabelecidas ao longo da vida, são essenciais para revelar suas disposições e posições sociais. Essas configurações, que atravessam os contextos vividos por esses indivíduos, ajudam a delinear as relações que criaram as condições para a existência do mercado de maconha como o observamos atualmente. Ao investigar tais elementos, buscamos compreender as interações sociais que sustentam esse mercado e os mecanismos que influenciam sua reprodução e continuidade.

5.2.1 Quem são estes consumidores:

Participaram das entrevistas moradores da Zona Norte (Espinheiro, Graças, Torre e Tamarineira), Centro (Derby e Boa Vista) e Zona Sul (Boa Viagem). A amostra final foi composta por dez pessoas - seis do sexo masculino e quatro do sexo feminino -, com idade entre 26 e 35 anos, sendo todos consumidores regulares maconha.

Os entrevistados possuem um alto nível de escolaridade, com a maior parte tendo concluído o ensino superior. Além disso, possuem renda própria, que varia entre R\$ 1.200 e R\$ 5.000, com uma remuneração média estimada em torno de R\$ 3.500, o que garante uma base financeira relativamente estável.

As profissões variam bastante, abrangendo áreas como produção audiovisual, psicologia, cozinha, artes cênicas (ator/atriz), ensino e fisioterapia. Entre aqueles que não estão formalmente empregados - três indivíduos (dois homens e uma mulher) -, é comum que desempenhem atividades esporádicas ou funções no mercado que geram alguma remuneração.

Do universo pesquisado, oito pessoas moram com seus respectivos companheiros (as), que também são responsáveis pela própria renda, uma mora com os pais, e outra mora sozinha - e recebe uma ajuda financeira da família. Essas características ajudam a reforçar o perfil de autonomia financeira do grupo analisado.

O quadro a seguir apresenta uma síntese das informações coletadas sobre os consumidores, destacando suas qualificações educacionais, fontes de renda e ocupações.

Quadro 2. Perfil dos entrevistados

Idade	Escolaridade	Religião	Profissão	Renda	Raça
-------	--------------	----------	-----------	-------	------

30	Superior completo	Agnóstico	Cozinheiro	R\$1200	Branco
31	Superior completo	Umbanda	Psicóloga	R\$4000	Branca
35	Superior completo	Umbanda	Roteirista/Produtor Audiovisual	R\$5000	Branco
28	Superior Incompleto	Ateu	Estudante	R\$3000	Branco
26	Superior completo	Ateia	Atriz	R\$2800	Preta
28	Superior completo	Agnóstica	Fisioterapeuta	R\$3500	Branca
35	Superior completo	Agnóstico	Ator/Professor de teatro	R\$5000	Branco
33	Superior completo	Agnóstico	Produtora cultural	R\$3500	Branca
31	Superior completo	Agnóstico	Sociólogo	R\$3000	Branco
34	Superior completo	Agnóstico	Professor	R\$4000	Branco

Fonte: O autor (2024).

Com o perfil geral delineado, passamos a abordar algumas questões centrais para compreender as dinâmicas nas quais esses atores estão envolvidos, bem como suas relações pessoais dentro dos mercados de maconha. Para aprofundar essa análise, consideramos informações relacionadas ao contexto familiar e à escolarização, uma vez que esses dois núcleos desempenham papéis significativos como agentes socializadores. Ambos, de diferentes maneiras, influenciam diretamente a construção das trajetórias sociais e o posicionamento dos indivíduos estudados.

A família, de acordo com os relatos dos entrevistados, desempenha um papel crucial ao prover os subsídios necessários para as condições materiais de existência que definem, em parte, seu status social. Essa rede de suporte familiar, somada às experiências vividas no ambiente escolar, contribui para moldar não apenas os valores e comportamentos, mas também as formas de interação desses consumidores dentro e fora do mercado analisado.

...todos de classe média, alguns moravam no meu prédio, um deles era meu namorado na época, e o outro era vizinho, tipo, morava aqui no bairro. (**Entrevistada 2**)

...todo mundo era da mesma bolha que a minha, né?, a gente estudava na mesma escola na zona sul...meus pais são médicos, minha mãe é ginecologista e meu pai

endocrinologista, então eu sempre tive oportunidade de estudar em uma boa escola e ter acesso ao que eu queria. **(Entrevistado 7)**

Graças a Jah (risos) minha família sempre teve uma condição financeira boa. Nunca fomos ricos, mas sempre vivemos bem, e eu sou muito grato aos meus pais por isso, porque tive a oportunidade de só precisar me preocupar em estudar. **(Entrevistado 10)**

...eu fui criado pelos meus avós. Meu avô era advogado, e minha avó dona de casa. Nunca me faltou nada, dentro ou fora de casa...a gente fica na responsabilidade de retribuir de alguma forma todo o carinho. **(Entrevistado 9)**

Com base nos relatos, este grupo de consumidores pode ser situado em uma mesma posição no espaço social a partir de suas condições de existência, sendo caracterizados como representantes típicos da classe média recifense. Os critérios utilizados para sua classificação consideram não apenas o conjunto de agentes que ocupam posições objetivas a partir da profissão, tipo de escola cursada no ensino médio e posição socioeconômica, mas também elementos que expressam ou refletem um sistema subjetivo de práticas, interesses, atitudes e tomadas de posições semelhantes, de maneira a abranger sob essa definição, os diversos estratos sociais que se auto-intitulam enquanto tal.

5.3 ENTRADA NO MERCADO:

Com base na delimitação do perfil desses interlocutores, é fundamental compreender os contextos que possibilitaram o consumo e o acesso ao mercado. Além disso, observamos que as dinâmicas de inserção desses atores contribuem para a continuidade das práticas e das formas de organização de um mercado estruturado por redes de sociabilidade.

Para todos os entrevistados, a maconha foi a primeira substância psicoativa ilícita consumida. Alguns, no entanto, tiveram contato prévio com substâncias psicotrópicas legais, como anfetaminas e medicamentos de efeito estimulante. Além da maconha, outras drogas ilegais também foram mencionadas pelos participantes, destacando-se a cocaína, o “doce¹” e a “bala²”.

A maconha foi a primeira ‘droga’ que eu usei sem ser lícita, né. A primeira de todas foi o álcool, quando eu era pequena, mas ilícita foi a maconha mesmo. **(Entrevistada 6)**

...pô, quando eu comecei a usar nem se falava muito em outras drogas no meu ciclo, a não ser o crack e a cocaína, mas era algo muito distante, então acabou que o que a

¹ Gíria utilizada para se referir ao LSD - dietilamida do ácido lisérgico -, uma droga inicialmente sintetizada pelo químico Albert Hoffman, em 1938.

² Gíria utilizada para se referir a anfetamina.

gente tinha mais acesso mesmo era a cannabis, aí foi a que eu acabei usando primeiro. **(Entrevistado 9)**

...eu tomava ansiolítico. Isso foi antes de provar a maconha...foi a primeira substância ilícita que eu tive a oportunidade de provar...acho que pelo acesso também, na época era mais fácil conseguir maconha do que qualquer outra droga. **(Entrevistado 10)**

À época da primeira experiência, e até em momentos anteriores a ela, todos já possuíam algum tipo de conhecimento sobre a maconha, seja por fontes midiáticas, seja por meio de familiares ou escolas, todos relatam que já tinham algum tipo visão sobre a substância, mas, que a convivência com outros consumidores mais experientes foi determinante para as ideias que eles tinham sobre o uso da substância. Para a maioria, os amigos usuários foram considerados as fontes mais confiáveis de informações sobre drogas, enquanto a maioria das campanhas de prevenção eram vistas como baseadas em informações incorretas ou enganosas. As passagens abaixo ilustram bem a importância que essas redes de sociabilidade exercem sobre a percepção que os usuários têm sobre a substância e no sentimento de “naturalização” e confiança nas situações de iniciação:

...meu primeiro contato com a substância, com a maconha, foi quando eu comecei a entender que algumas pessoas na minha família usavam maconha. Eu tinha um primo de segundo grau, tenho, né? Um primo de segundo grau que ele é consideravelmente mais velho do que eu e ele foi quem abriu essa porta, assim, dessa discussão sobre drogas dentro da família, principalmente com relação à maconha. Era uma pessoa que acabava sendo colocada num certo lugar de estigmatização. Até pela profissão que ele escolheu pra vida dele, que é ser DJ. Mas, enfim, aí eu comecei a perceber, muito pequena, pelas conversas dos adultos, que a maconha existia, que tinha um familiar meu que estava usando. E era esse lugar meio nebuloso. Ninguém falava diretamente, abertamente, ainda mais com as crianças, principalmente, sobre o tema. Mas já chegava isso pra mim. Quando eu fui crescendo e me tornando pré-adolescente, assim, adolescente, um primo meu mais velho, e aí dessa vez por parte de pai, sei lá, como a gente diz, né? A casa dele caiu. E aí a família soube que ele fumava maconha, que ele era maconheiro, não sei o que, ele foi expulso de casa. E aí, nesse processo também, eu acabei entrando mais com essa coisa da maconha e dentro de uma referência positiva para mim pessoalmente, porque minha relação com esse primo é de muita proximidade, ele é quase um irmão. Então era algo que eu pensava assim, poxa, se meu primo, né, tá usando, a pessoa que eu gosto tanto, usa maconha, meu outro primo mais velho também usa maconha, e eles são pessoas tão de boa, não deve ser algo tão ruim. Então isso começou a me suscitar também essa curiosidade de experimentar, de sacar que efeito é esse assim, né, que as pessoas sentem, enfim. **(Entrevistada 2)**

Eu não tinha nenhum exemplo próximo. Eu não tive nenhum primo, não teve nenhum tio, não teve nenhuma pessoa que me deu a maconha, a não ser no âmbito das amizades já, no âmbito da diversão, da coisa recreativa e tal, dos amigos começarem e você começar a normalizar. Tipo assim, eu lembro de pensar isso criança, tipo assim, nossa, eu sou muito compulsivo com comida, se eu for pra droga eu vou com tudo, sabe?. E claro, cabe o preconceito, medo, conservadorismo e tal...eu acho que eu era muito preconceituoso com droga, por medo, inclusive, por achar que eu realmente iria, que realmente era uma fraqueza, que realmente era um bagulho que dominaria a minha vida do nada, sabe? Eu não tinha essa noção de saber usar droga, sabe? Tipo assim, você usar naquele momento, saber que é potente, que é perigoso, mas você comedir pra não entrar na onda, enfim, eu não tenho irmãos, né? Então, os meus amigos de infância eram meus irmãos. E todos são de escolas conservadoras, todo

mundo é da mesma bolha que a minha, né? Então, todo mundo veio da onda de não ter exemplos maconheiros e tal. Mas tem dois amigos meus, o Neto, que é meu amigo de infância, e a Pri, a Pri é mais nova que o Neto. Mas eles tinham uma família, e tinham duas irmãs mais velhas, e eles eram aquela galera que recebe em casa, sabe? Então todo rolê que a gente ia, isso adolescente mesmo, tipo, ia pro cinema, McDonald's, ia pra casa deles, nem com bebida ainda. Mas, como eles eram muito permissivos, os pais deles, foi lá que foram as primeiras festas e tal, e eu só comecei a aceitar que eu poderia provar maconha ao ver meus amigos provando sabe então acho que essa coisa dessas redes de sociabilidades foi primordial para mudar um pouco, porque foi a fuga da bolha assim, tipo, eu estava no preconceito estava no conservadorismo da família e não tinha exemplos bons assim ao redor. E eu nem tinha esse pensamento como uma frase que eu falava pra mim mesmo, mas eu ouvia tanto que era uma coisa que criava um medo, sabe assim? E te garanto que eu não tinha um pensamento formado, sabe assim? Tipo, eu não tinha uma coisa nunca vou provar. Era um medo, era um medo, era sobre medo, tá ligado? Pelo conservadorismo. Quando eu vi todo mundo fumando eu fiquei porra, meus amigos tão fumando, eu não tenho irmão, não tenho referência, foi uma quebra, foi, dissolveu, sabe, de uma vez, não foi uma coisa também que eu construí muito racionalmente, foi tipo assim, caralho, então acho que eu tô viajando. Aí, eu acho, então, que ao mesmo tempo que não tinha uma referência positiva, também foi, de alguma forma, uma referência positiva que me fez fumar. No caso, os amigos... Eu vi meus amigos que eram preconceituosos mudarem de cabeça primeiro. E aí eu fui na deles. Assim, tipo assim, eu fiquei curioso. Fiquei, caramba, meus amigos que eu amo pra caralho estão fazendo isso... **(Entrevistado 7)**

Lembrando de outra situação, agora com o irmão do amigo, meu entrevistado continua:

...o meu amigo amigo Du, de infância, que era um amigo que eu sou amigo dele desde que eu tinha três anos de idade. Então a gente tinha um costume de compartilhar as coisas....ele é o irmão mais novo, tem um irmão do meio, que tem sete anos mais velho do que ele e outro nove anos mais velho do que ele. O nove anos segue o conservadorismo. O sete anos mais velho, ele era o maconheiro, era o músico, era o cara da arte e tal, só que ele era o mais genial. Então as notas eram melhores. Então isso criou pra o meu amigo uma coisa meio assim, caralho que loucura, né? Porque ele é o doidão, ele é o maconheiro, ele tem uma coisa que prova as drogas só que ele é o que é o mais inteligente, tem o melhor resultado que passa em primeiro lugar, sabe, então acho que pra ele normalizou primeiro do que eu... **(Entrevistado 7)**

Os relatos acima também evidenciam o tipo de sociabilidade “normalizada”, como colocada por Velho (1994). Foi apenas através do contato com amigos ou parentes próximos, que compartilham os mesmos conjuntos de crenças, valores, estilos de vida e visões de mundo, que os diferentes significados sobre o “mundo das drogas” puderam ser internalizadas pelos meus interlocutores, naturalizando os sentidos dos usos dessa substância por parte deles.

A maior parte dos meus interlocutores relatou ter iniciado o uso de cannabis entre treze e dezesseis anos de idade. Embora, de modo geral, os entrevistados tenham dificuldades em recordar exatamente os detalhes de suas iniciações – ocorridas há muitos anos –, é unânime a menção de que as primeiras experiências aconteceram na companhia de amigos, parentes, companheiros ou conhecidos que já possuíam esse hábito.

Em seus relatos, os principais motivos associados à primeira experiência foram a curiosidade e a influência da “galera”, ou seja, do grupo social ao qual os sujeitos estavam inseridos e que funcionaram como instrutores no aprendizado da cultura da erva. Esses relatos indicam que o começo do uso da substância está mais ligado à integração em novas redes de amizades do que a práticas coercitivas de aliciamento. Nesse contexto, os entrevistados destacam que essas experiências marcaram o ingresso em ambientes sociais onde diferentes formas de viver e se expressar começaram a ser experimentadas e construídas.

A ênfase nas relações de amizade e no sentimento de confiança das situações de iniciação sugerem que, mais do que uma imposição externa - noção amplamente difundida por certos setores de que traficantes aliciam jovens para o vício com o objetivo de obter lucro financeiro -, o uso da cannabis emerge como parte de novos processos de socialização e pertencimento, evidenciando dinâmicas sociais complexas. Segundo os entrevistados:

Foi o meu irmão mais velho, junto com um amigo e o irmão dele, que me apresentou a maconha. Eu acho que tinha uns 15 ou 16 anos, mais ou menos. Eu lembro que a gente sempre ia pra casa desse amigo do meu irmão e que o irmão do amigo do meu irmão desenrolava uns becks pra eles. Certo dia meu irmão perguntou se eu queria provar e eu aceitei, a partir daí comecei a fumar esporadicamente, quando ia pra casa deles... **(entrevistado 8)**

Meu primeiro contato com a maconha foi na universidade, foi quando eu comecei a fumar, porque enfim, eu fui estudante do CFCH, fiz psicologia lá na UFPE. E aí tem, né, essa cultura canábica ali dentro daquele núcleo de humanas, né? CFCH, ser CAC. E aí, dentro dessa rede de sociabilidade, acabava que sempre alguém tinha um baseado. E aí eu meio que comecei muito espontaneamente, assim, a fumar todo dia. E comecei a também ver os efeitos positivos que isso tinha, principalmente na minha saúde mental, assim. Eu sempre fui muito neurótica, meio explosiva, assim, com as mudanças de humor meio contundentes, e nesse momento eu comecei a entender que a maconha pra mim era um remédio, assim, né, com o tempo também, a partir de uma reflexão, e aí, sei lá, sempre que eu converso com alguém sobre maconha, eu gosto de trazer assim que a maconha me tornou gente, sabe, assim, me humanizou, porque antes de fumar eu era muito neurótica, muito pilhada. **(entrevistado 3)**

...basicamente, meus amigos fumaram, e aí duas semanas depois eu fiquei, meu, eu acho que quero provar. E aí a irmã mais velha da Pri, a Carol, ela fez os beck pra gente, e como a gente tinha muito medo, eu pedi pra Pri, tipo assim, não, eu não queria estar com eles, queria estar só entre nós. Então ela deu dois beck pra nós, a gente desceu no salão de festa e fumamos, tipo, só os que estavam provando, sabe?. **(Entrevistado 7)**

Esta passagem a um círculo de sociabilidade mais amplo pode ser vista como determinando uma nova maneira de encarar o mundo. Quando o uso da maconha aparece fortemente ligado a experiências de percepção além-cotidiano, a passagem é avaliada pelos próprios indivíduos como uma espécie de ponto de inflexão de suas trajetórias de vida,

encaminhando-os no que acreditam ser uma ampliação ou modificação na percepção de ver o mundo.

Esses relatos também demonstram como as oportunidades de contato com a substância podem aumentar pela simples ampliação das redes de relações pessoais. Além disso, a responsabilidade das “influências externas” parece refletir um conjunto de reações que surgem quando a família deixa de ser o referencial principal ou exclusivo na formação de atitudes, valores e expectativas dos jovens.

Após o processo de iniciação, os usuários geralmente continuam a depender dessas redes de sociabilidade para adquirir e utilizar a substância:

...sempre que eu queria um pouco eu recorria ao meu irmão mais velho, que mandava o alô pra o amigo dele e ele desenrolava umas dolinhas pra gente. **(entrevistada 6)**

Tinha um colega meu que tinha o contato. Eu sempre tinha um colega que tinha o contato e era a partir desse intermédio aí que eu conseguia. Era só dar o alô pra ele, marcar um dia e um local e se organizar pra pegar. **(Entrevistado 4)**

...normalmente alguns dos meus amigos faziam o corre. E aí, a princípio, rolou uma época que a gente pegava muito em boca mesmo de fumo, assim. Tipo, no entropulso, lugares do tipo. Até que a gente começou também... acho que muito espontaneamente a conhecer as pessoas, a conversar sobre. A partir do momento que a gente foi crescendo, e aí as pessoas, sei lá, quem ainda era de menor foi se tornando maior de idade, frequentando outros espaços, e aí você vai conversando com outros grupos, com outras pessoas, acaba trocando contato, aí um diz para o outro que tem um contato de alguma coisa e aí a gente foi entrando nesse meio também das pessoas que vendiam na classe média né, mas sempre através de um amigo ou amigo de amigo. **(Entrevistada 2)**

Analisar as redes de consumo fundadas em laços diretos ou indiretos de “amizade”, a partir da entrada dos consumidores nesses mercados, nos permite não apenas compreender as regras que podem estruturar suas dinâmicas, mas também revelar o importante papel que essas redes desempenham no desenvolvimento de valores, técnicas de consumo, estratégias para manter o uso em certo controle e para estabelecer limites sobre os contextos em que o consumo de maconha seria apropriado ou não. Esses processos, que são compartilhados e aprendidos pelos consumidores iniciantes, são determinantes para que possamos compreender como se estabelecem seus padrões de consumo, como veremos adiante.

5.4 PADRÕES DE CONSUMO:

Becker, em um trabalho pioneiro, preocupou-se em explicar como alguém se torna e permanece consumidor regular da maconha. Ele procura demonstrar que o indivíduo só pode

se sentir motivado a consumir maconha depois que aprende a identificar e apreciar seus efeitos, e que tal aprendizagem se dá através de contatos com outros usuários. Em consonância com essas argumentações, é possível observar, no relato dos meus informantes, que a sequência de passos que leva das primeiras tragadas, ao uso ocasional e daí ao uso regular pode ser percorrida com maior ou menor velocidade, conforme a ocorrência de oportunidades e a disposição pessoal para tanto.

De qualquer modo, nota-se que o contato com usuários habituais e a observação direta das situações em que ocorre o uso da maconha gera, não só o apoio social capaz de preparar o terreno para a experiência pessoal, como visto acima, mas também mostra-se como um dos fatores determinantes para a caracterização dos padrões de consumo desses usuários.

Por sua vez, compreendendo os mercados de cannabis como parte de uma rede de relações sociais onde o comportamento dos atores representam a base sobre a qual esses mercados se moldam e se estruturam, os padrões de consumo emergem como elementos decisivos na organização e dinâmica desses mercados. Nesse sentido, os padrões não apenas refletem os mecanismos de funcionamento desses mercados, mas também possuem a capacidade de revelar elementos elucidativos sobre os processos estruturantes que orientam sua formação e reprodução, a partir de lógicas organizacionais próprias.

Destarte, a organização para obtenção da maconha fumada pelos meus interlocutores segue um certo padrão: Para a maioria dos entrevistados, existe tanto um planejamento financeiro, quanto temporal - mensal. Segundo todos os entrevistados, o dinheiro gasto com maconha não compromete o orçamento. Eles foram unânimes em afirmar que não deixariam de comer, pagar contas ou realizar outras atividades essenciais por conta desse gasto. Ao que parece, a relativa estabilidade econômica, típica da classe média, também permite um padrão de consumo diferenciado da substância. Quase todos mencionaram que o valor destinado à maconha já está incluído no planejamento mensal de despesas. Em tom de brincadeira, um deles comentou:

...é tipo aquela pichação, Arroz, feijão e ganja. É o cuscuz com ovo, faz parte do meu dia a dia, da feira mensal (risos)... (**Entrevistado 7**)

Então, eu tenho uma rede de amigos muito próximos e que são usuários regulares. Então, a gente normalmente fecha um grupinho ali e todo mês a gente racha um metro, como a gente chama o quilo. E aí a gente racha essa quantidade entre todos nós e aí isso sustenta boa parte do meu uso mensal.... (**Entrevistada 2**)

...já faz alguns anos, eu não tenho certeza exatamente quantos, mas mais de cinco com certeza, que a gente faz um esquema mensal junto ao pessoal, gente da minha família e amigos... **(Entrevistado 3)**

Sempre que eu recebo meu salário eu já separo a parte da ganja, tá ligado, como geralmente eu e a galera pegamos todo início do mês, é bom porque coincide... **(Entrevistado 9)**

Geralmente eu pego todo início do mês, que é quando eu recebo, sabe?, as vezes, quando acaba, eu pego uma coisinha aqui ou ali, só pra sustentar o resto do mês, tá ligado?, mas geralmente é todo início do mês mesmo... **(Entrevistado 10)**

A quantidade de maconha obtida pelos consumidores, apesar de variar - para mais ou para menos -, também segue uma lógica temporal. Para a totalidade do universo pesquisado, a quantidade da maconha que eles pegam por vez, serve apenas para seu uso mensal. Segundo os pesquisados essa dinâmica ocorre por dois motivos: primeiro por uma questão financeira, ou seja, como eles destinam uma parte do seu orçamento para a compra da substância, eles evitam gastos que possam passar do que já foi estabelecido como teto. O segundo motivo reside no argumento sobre segurança, muitos dos interlocutores afirmam não gostar de guardar uma quantidade muito grande de maconha em casa por medo de que a “*casa possa cair*”³, preferindo quantidades menores.

...eu sempre evito ter muita coisa guardada em casa, nunca se sabe né?, vai que a casa de alguém cai, alguém explana, sei lá, é sempre bom evitar né?. **(Entrevistado 10)**

Desde da vez que meu amigo caiu por conta de denúncia eu fiquei cabreiro, sempre escondo agora, aí geralmente só tenho a quantidade do mês também, é bom se precaver, sei lá... **(Entrevistado 9)**

Uma vez obtida a cannabis, ela passa a ser consumida de maneira similar na maioria dos centros urbanos do Brasil. Certos detalhes se generalizaram por todo o país, em particular, o hábito de fumar a maconha exclusivamente em forma de cigarro (“baseado”, “fininho”). Certos termos, como “baseado”, “seda”, “chá”, são encontrados pelo país afora, embora haja também termos regionais ligados à prática.

Eu prefiro fumar enrolado na seda, como um cigarro mesmo, foi assim que eu aprendi das primeiras vezes e desde então é a forma que eu mais gosto de fumar, acho que pelo “ritual” e pela lembrança afetiva de quando eu comecei a fumar as primeiras vezes. **(entrevistado 3)**

As vezes eu fumo no bong, mas é raro, acontece mais quando eu quero fumar uma paradinha diferente, uma extração, um óleo, que aí eu tenho bong só pra isso, ele é especial pra fumar concentrado mesmo, mas é raro, nem sempre eu tenho dinheiro pra comprar umas paradinhas melhor. Aí como eu fumo o solto no meu dia a dia, eu prefiro fumar na seda mesmo. **(entrevistado 9)**

³ Gíria utilizada para se referir a situações em que algo saiu do controle, deu errado, foi pego em flagrante, se deu mal.

Na preparação dos “baseados” segue-se um padrão geral de tratamento da cannabis: sementes e talos são postos de lado e “dechava-se” o fumo, isto é, deixa-se o produto mais fino, esmiuçado. Todos os entrevistados sabem enrolar um “baseado”, utilizando somente os dedos, ou, às vezes, recorrendo ao auxílio de algum apetrecho: um cartão, cédula de identidade ou uma pequena máquina de preparar cigarros. Para enrolar os baseados, são usados papeis industrializados - marcas nacionais, como o “Colomi”, “Bem bolado”, ou estrangeiras - e piteiras, que podem ser de papel ou vidro. Uma vez enrolado o fumo, ele é em geral “pilado” levemente com um palito de fósforo ou algo semelhante. Os modos de enrolar cigarro quase não fogem desse padrão geral. Aqui, mais uma vez, é possível observar uma “cultura” da maconha, que é transmitida ou ensinada, como relata um dos meus interlocutores sobre ter aprendido a bolar.

Quem me ensinou a bolar foi um amigo meu da época do colégio. Eu lembro que um dia, depois da aula, a gente foi pra casa dele e ele passou a tarde me ensinando como fazer. Eu lembro que fiquei várias semanas praticando até conseguir fazer um fininho fumável (risos). Antes dele me ensinar eu sempre pedia pra alguém bolar pra mim ou então eu usava aqueles boladorzinho pequeno, sabe?, pra quem não sabe, ajuda muito no processo. Eu queria aprender pra não ter que depender de ninguém sabe?, e também quando você é mais novo e sabe bolar é meio que um prestígio, tipo, uma consideração a mais, eu acho (**entrevistado 5**)

Todos os entrevistados descrevem de forma semelhante a técnica considerada “correta” para fumar maconha: é preciso inalar profundamente a fumaça e retê-la nos pulmões por um tempo determinado. No entanto, não é aconselhável segurá-la por longos períodos para evitar desconforto. Essa prática pode exigir um processo de aprendizado, especialmente para aqueles que não possuem experiência prévia com o uso de tabaco. Em geral, os entrevistados relatam ter aprendido a técnica observando e imitando usuários mais experientes ou pedindo orientações diretamente. Dominar o método adequado de inalação é apontado como fundamental nos primeiros momentos da “carreira” do fumante, já que o uso incorreto pode comprometer a dosagem dos princípios ativos necessários para alcançar o efeito desejado.

...a primeira vez que eu fumei maconha, assim, teve duas situações que eu considero assim, os primeiros contatos. Teve uma que foi com uma amiga minha, que eu dei uns pega no Recife Antigo, acho que eu tinha uns 15 para 16 anos. 16. 16 anos. E aí teve essa situação, mas não bateu. Eu não era fumante de cigarro, então não sabia tragar. Então não bateu. Depois de um tempo, eu acabei fazendo a experiência novamente com o Narguilé no quarto de um amigo meu, com vários amigos, alguns moravam no meu prédio, um deles era meu namorado na época, e o outro era vizinho, tipo, morava aqui no bairro. Ele morava numa casa que ele tinha um quarto que era no andar de cima da casa, né? Então, quando era de noite, ele morava com... É com a família mesmo, enfim. Quando era de noite, a galera ia dormir e aí a gente chegava lá com a justificativa de assistir filme, mas na real a gente ia fumar maconha e ver vídeo no YouTube e ficar rindo. E é isso. Nesse dia foi o dia que eu fumei, que eu me lembro

que bateu, porque eles me ensinaram como tragar corretamente a maconha. Eu devia ter uns 18 anos de idade, eu acho. Essa faixa, por aí. (Entrevistada 2)

...só que é isso, né? Eu fumei, não bateu nada. Foi na quarta vez que bateu... e eu também não tava naquele lugar de malandrão de dizer que sei, sabe? Então eu realmente era muito ó, nunca fiz isso me explica como é... me falaram puxa aí tal não sei o que. As primeiras vezes eu também não sabia bolar então o pessoal os mais velhos faziam pra gente. (Entrevistado 7)

Refletindo as diferenças nas técnicas mais eficazes para inalar a fumaça da maconha e do tabaco, o modo habitual de segurar o “baseado” geralmente difere da forma como os entrevistados seguram o cigarro. O “baseado” é normalmente mantido entre as pontas dos dedos indicador e polegar. Contudo, isso não impede que, em algumas situações, ele seja segurado entre os dedos indicador e médio e fumado de maneira discreta, como ocorre com o tabaco. De fato, essa postura é frequentemente adotada como uma estratégia para disfarçar o consumo de maconha em locais públicos.

Muitos já experimentaram outras formas de consumir maconha: cozida em bolo, preparada como chá, curtida em aguardente ou misturada com tabaco. Na nossa experiência de campo estas variações na forma de consumo são, porém, pouco frequentes e consideradas como exceção. A utilização de *narguilés*⁴, “*maricas*”⁵, *bongs*⁶ e *pipes*⁷ também se faz presente, mas ficam restritos ao consumo dentro de casa devido a sua pouca discrição no manuseio em ambientes abertos. Finalmente, também existe o uso de *vaporizadores*⁸, mas esses são ainda mais incomuns, principalmente devido ao seu alto preço.

...pô, hoje em dia é mais raro eu usar maconha de outras formas, às vezes, quando sobra uma quantidade boa de zarel, a gente faz um bolo ou brownie, mas é mais em ocasiões especiais né, tipo, aniversário de alguém, uma viagem, coisa assim. No meu

⁴ É uma espécie de cachimbo de água de origem oriental, utilizado para fumar tabaco. Há diferenças regionais no formato e no funcionamento dos cachimbos d'água, mas o princípio comum é o fato de a fumaça passar pela água antes de chegar ao fumante.

⁵ A marica é um artefato usado para fumar, também conhecido como piteira. Pode ser feita de vidro, metal, madeira ou outros materiais. É ótima para encaixar o cigarro e fumar sem queimar os dedos. Além disso, ajuda na redução dos danos, pois dissipa a fumaça, agredindo menos o pulmão.

⁶ O bong, também conhecido como water pipe, é um objeto usado para fumar maconha, através de um sistema de resfriamento da fumaça utilizando água. Existe uma grande variedade de modelos, com cores, materiais, tamanhos e formas distintas. Seu uso é muito antigo, datando de séculos, principalmente em regiões da África e da Ásia, tendo seu uso difundido ao longo dos anos. Também serve como um redutor de danos, já que utiliza-se da água para purificar a fumaça que será inalada.

⁷ O pipe é uma espécie de cachimbo. Com ele, você pode fumar a erva sem a necessidade de papel. Assim como o bong, sua utilização é muito antiga, possuindo formatos e materiais muito diversificados.

⁸ O vaporizador é um pequeno aparelho eletrônico que esquenta a erva a uma temperatura quente o suficiente para que seus princípios ativos evaporem sem o processo de combustão e são muito utilizados como redutores de danos na atualidade.

dia a dia eu prefiro fumar um baseadinho mesmo, até pela lombra, que eu acho que bate diferente de quando a gente come. **(entrevistado 3)**

Os usuários mais experientes cultivam certas práticas para guardar, conservar e tratar a cannabis. Segundo eles, procura-se, em geral, guardá-la de modo a não expô-la à luz, com a justificativa de não ressecar ou estragar a planta. Geralmente elas são conservadas em potes de plástico ou de vidro. Um dos interlocutores, que costuma pegar quantidades um pouco maiores, relatou guardar a cannabis no congelador, segundo ele, esse procedimento mantém as flores conservadas durante mais tempo.

Eles também relataram que todos possuem “kits” cannabicos que os auxiliam no processo do consumo, com dichavadores, tesouras, sedas, piteiras - de papel, plástico ou vidro - cumbucas - para o auxílio no momento de picotar a maconha -, e isqueiros. Segundo um dos entrevistados:

Maconheiro que é maconheiro tem que ter seu kit, não é só sobre estética ou frescura, mas sobre redução de danos, esses utensílios ajudam no consumo mais consciente da erva” **(Entrevistado 8)**.

Assim como os padrões de consumo possuem a capacidade de nos auxiliar na compreensão das estruturas desses mercados, a análise dos espaços onde ocorrem seus uso, também nos permite um olhar mais amplo sobre as dinâmicas que os compõem.

O próximo tópico tem como proposta esse objetivo. A partir do que Zinberg (1984) chama de sanções ou controles sociais, vamos nos debruçar sobre as dinâmicas de seus usos e como esses controles afetam as estratégias utilizadas pelos usuários regulares de maconha no Recife.

5.5 CONTROLES SOCIAIS E ESPAÇOS DE CONSUMO:

Zinberg (1984), trabalha com a hipótese de que o cenário sociocultural (social setting) é o que permite a utilização de substâncias ilícitas segundo um determinado padrão, através do desenvolvimento de sanções sociais — valores e regras de conduta — e de rituais sociais — estilos de comportamento —, os quais, juntos, constituem formas de controles sociais. Para o autor, as sanções podem ser informais e compartilhadas por um grupo, ou formalizadas por leis e regulamentos, e indicariam se e como certa substância pode ser usada.

Investigar os eventos e experiências que levam um indivíduo a tornar-se usuário de maconha, apesar dos controles sociais – convencionais e legais – que condenam essa prática,

é fundamental para compreender de que maneira esses mercados se estruturam para garantir a continuidade das transações. Além disso, a análise do compartilhamento de estratégias entre os usuários para um consumo mais eficaz, oferece uma perspectiva ampliada sobre o funcionamento e a organização desses mercados.

Com base nessas informações, nosso objetivo é investigar qual a relação e quais as possíveis estratégias - rituais ou “regras de conduta” -, adotadas pelos consumidores para superar os obstáculos impostos por esses mecanismos de controle.

5.5.1 Controles informais:

Os controles sociais informais — juntamente com as técnicas de consumo, a percepção e apreciação dos efeitos e a elaboração de conceitos que justificam e mantém, para o indivíduo, o seu padrão de consumo — constituem o que Becker, mais tarde (1976b: 189), denominou “cultura da droga”. A “cultura da droga” tende a ser o resultado do entrelaçamento de experiências através de redes informais de comunicação entre usuários. Portanto, para que essa informação circule, é necessário que os consumidores estejam ligados entre si por um determinado período de tempo e mantenham um sistema de relações, através do qual se articulam uma série de entendimentos comuns sobre determinada substância e as melhores maneiras de utilizá-la.

A partir do relatos dos interlocutores, podemos inferir que a falta de conhecimento sobre a “cultura da maconha” os impedia de discernir os melhores momentos e locais mais adequados para o consumo. Segundo seus depoimentos, essas “normas” foram transmitidas por amigos mais experientes, apreendidos na “marra” - a partir de situações constrangedoras e/ou desagradáveis -, ou através da maturidade - à medida em que cultivam o hábito de fumar, os indivíduos revelam-se progressivamente capazes de identificar as melhores situações - ou as mais apropriadas - para consumir a substância.

O consenso entre os usuário sobre alguns cuidados, se manifesta de maneira mais evidente nas estratégias para lidar com a “bandeira⁹”, ou seja, em ocultar sinais que possam revelar a atividade ilícita àqueles de quem se deseja manter o segredo. Entre os indicadores destacados pelos interlocutores que são considerados “bandeirados” estão o cheiro intenso da maconha e a vermelhidão nos olhos após o consumo.

⁹ Expressão que significa chamar a atenção para algo que deveria ser discreto ou reservado; deixar à mostra aquilo o que se devia ocultar; deixar transparecer algo que não devia.

...pô, quando você é mais novo acaba dando muita bandeira, tipo, você não sabe muito bem, como se portar ou como se colocar na frente dos pais, ou pessoas que não fumam...aí na medida que o tempo vai passando você acaba aprendendo mais. **(Entrevistado 1)**

É aquela coisa da redução de danos, da informação, na minha época não se falava muito sobre isso, a gente sabia o que era passado pra gente pelos nossos amigos ou quanto a gente quebrava a cara em algumas situações. **(Entrevistado 7)**

...algumas coisas foram passadas por amigos mais velhos que fumavam, mas conheço amigos que caíram com a família porque não sabiam muito bem como armazenar, esconder cheiro, essas coisa, aí acabavam se dando mal. **(Entrevistada 2)**

Segundo os entrevistados, algumas estratégias precisam ser desenvolvidas para minimizar o risco da “bandeira”. O cheiro e os olhos vermelhos são os indícios que mais preocupam os usuários, de maneira que, ao se fumar maconha, tem-se frequentemente o cuidado de manter portas e janelas vedadas, queimar incensos para dissimular o odor da fumaça e passar perfumes ou desodorantes. Para os olhos, normalmente utiliza-se algum tipo de colírio que auxilie em amenizar a coloração avermelhada.

Geralmente, os espaços de consumo dos iniciantes na “carreira” de maconheiro estão atrelados a situações ao ar livre, sejam festas - raves, carnaval, shows, etc -, praças, universidades, roles de carro ou a pé - um pouco menos comum - ou na casa de algum amigo ou colega, escondido dos pais.

Pra mim maconha era uma coisa meio fora, né? Era sempre procurar um lugar...era o fim de semana. Era tipo, normalmente era rolê, Recife Antigo, ia lá pro Maracatu, aí botava uns beck, eu dava uns pega, carnaval, não sei o quê e tal... ou, quando rolava, ia pra casa do neto (amigo) que os pais viajavam, ia pra casa de alguém que tava aqui e os pais viajavam. **(Entrevistado 7)**

Eram situações que hoje a gente estava na casa de alguém, enfim, em geral as famílias não sabiam, então a gente fazia meio que escondido, ou a gente usava o carro do meu namorado na época para dar rolê e fumar... **(Entrevistado 4)**

...eu acho que também essa transposição entre tipo vou ali na boca comprar pegar um big big e tipo vou ligar para o dealer pegar uns 50. Uma forma de proteção também. **(Entrevistada 2)**

Embora todos os entrevistados fumem em situações públicas, essa prática é vista com evidentes reservas. Segundo meus interlocutores, o mais habitual é fumar em casa - sozinho ou com amigos -, na casa de pessoas conhecidas ou em situações de festa em que se conhece o ambiente ou se certifica de que o ato não causará perturbações. Mais ocasionalmente, fuma-se em praias e ruas desertas.

...porque quando a gente era mais novo, eu acho que tinha uma tensão mais envolvida. Até por ser menos maduro mesmo diante da vida, para lidar com as coisas. E porque eu acho que como era algo que a gente não bancava, no sentido de era escondido, era escondido da lei, que não é legal, e era escondido dos nossos pais. Então, acho que

isso bota você numa situação de vulnerabilidade maior, que você não tem esse amparo, nem legislativo, nem parental, sabe?. (**Entrevistada 2**)

Eu acho que é algo meio natural, sabe!?, tipo, com o tempo você vai percebendo que infelizmente você não pode fumar em todo lugar a qualquer hora, a pessoa vai ‘aprendendo’ a se resguardar mais, como forma de segurança mesmo. (**Entrevistado 9**)

Outra questão frequentemente mencionada por meus interlocutores é a relação entre o uso da maconha e o ambiente de trabalho. Nesse contexto, seu consumo é comumente evitado, seja pelo risco de exposição diante de chefes e colegas, seja pelos possíveis efeitos sobre o desempenho, como queda de produtividade, dispersão e perda de objetividade. Assim, observa-se uma tendência a restringir o uso da substância a momentos de lazer e descontração.

Geralmente eu fumo mais fim de tarde, quando largo do trabalho ou quando não tenho mais nenhuma obrigação pra fazer, com o tempo o cara vai escolhendo melhor os momentos pra fumar, não dá pra ficar chapado o dia todo, tem gente que consegue, eu não. (**Entrevistado 10**)

Minha profissão requer muita concentração, então eu evito fumar antes do trabalho, eu sinto que fico mais lenta e dispersa, o que acaba influenciando na qualidade do meu trabalho. (**Entrevistada 6**)

No entanto, essa não é uma regra absoluta. Há situações em que os usuários acreditam ser possível conciliar o consumo de maconha com o desempenho no trabalho. De modo geral, prevalece o consenso de que a substância é inadequada para tarefas que exigem alta concentração, precisão, método ou mecanização. Em contrapartida, alguns relatam que seu uso pode facilitar a execução de atividades que demandam uma coordenação dos movimentos corporais, como limpar a casa e cozinhar, ou ainda auxiliar trabalhos de característica mais lúdica, como produção cultural, artes plásticas e instrumentos musicais.

...como eu trabalho com música, fumar ajuda em alguns momentos, principalmente quando eu to praticando algo mais mecânico...ajuda também na criatividade. (**Entrevistado 4**)

Apesar de não funcionar pra muita gente, pra mim, dá certo, me acalma, me aterra...(Entrevistada 2)

5.5.2 Controles formais: O papel do Estado e a atuação dos agentes de segurança:

Além da lei federal N°11.343/2006, que institui o Sisnad (Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas), visando a repressão no uso de drogas temos, em Pernambuco, a Lei estadual N°1596/2017 que dispõe sobre a Gratificação aos Policiais Civis e Policiais Militares do Pacto pela Vida - política de segurança pública em vigor no Estado, com diretrizes alicerçadas em uma perspectiva proibicionista.

A lei visa o combate aos entorpecentes através de incentivos às ações de apreensão na apreensão de drogas - principalmente crack, cocaína e pasta base -, e estabelece uma bonificação a depender do quantitativo apreendido.

Esses incentivos estão alinhados à agenda do Governo Estadual, que busca prevenir e dissuadir a violência por meio de uma abordagem repressiva, com ênfase em eixos como o combate às drogas. Nesse contexto, as políticas de segurança acabam priorizando operações policiais voltadas ao enfrentamento do tráfico, intensificando ainda mais as tensões entre os diferentes atores desse mercado. Além disso, essa estratégia de atuação estatal ao invés de eliminar o comércio ilegal, muitas vezes contribui para a reorganização de suas dinâmicas.

Apesar dessa agenda, a atuação dos policiais e dos operadores do sistema de justiça parece não ser a mesma para todos os mercados de maconha da cidade. Segundo os indicadores, o foco institucional na apreensão de drogas ocorre principalmente em contextos mais vulneráveis, como os mercados de maconhas das classes baixas, classificados como abertos e descobertos (Daudelin e Ratton, 2017, p. 118-122).

Enquanto esses mercados são constantemente afetados pela ação policial, os usuários das classes médias entrevistados relatam que os riscos de flagrantes e/ou prisões no qual estão sujeitos são limitados, e que o policiamento, como consequência, não é uma grande preocupação para eles.

Eu sou branca, de classe média, então não sou a pessoa mais visada do mundo em algumas situações, a depender do contexto, né?. (**Entrevistada 2**)

Pô, eu conheço pouquíssimas histórias de gente do meu ciclo que caiu ou até mesmo levou um baculejo, é muito raro de acontecer, e geralmente quando acontece, é mais por vacilo ou descuido da galera. (**Entrevistado 1**)

Quando questionados sobre situações de constrangimentos legais, apenas dois depoimentos vieram à tona, mesmo assim, em um dos depoimentos, o usuário não pertencia a classe média, o que corrobora com a ideia de baixo policiamento nesses mercados.

Teve uma vez que eu tava com o corre de um amigo, eram 150g dentro de um saco plástico, eu bestei porque fui entregar de carro e inventei de fumar um antes, daí, quando tava passando por uma rua tinha uma blitz de lei seca, não deu outra, eles me pararam, sentiram o cheiro e pediram para eu mostrar o que tinha comigo, eu ainda tentei dialogar, mas eles acabaram chamando a polícia militar e me levaram para a central de flagrantes. Nessa hora eu liguei pro meu amigo que ia receber a encomenda, a esposa dele, que é advogada, chegou na mesma hora e eles me acompanharam rumo a central. Chegando lá, ela já foi logo dando a carteirada, em pouco tempo chegou um policial e ficou conversando um pouco comigo. Ele viu que eu era estudante, eu também tava bem vestido, sou branco e tal, eu sei que depois de

um tempo me liberaram sem nem eu precisar assinar um TCO. Eu tenho certeza que se fosse uma pessoa preta, ou com menos instrução, tinha caído como tráfico. **(Entrevistado 9)**

Teve um amigo de um amigo meu que caiu com um baseado, foi levado pra delegacia, teve que assinar um TCO, e ficar comparecendo regularmente a um psicólogo, mas aí o cara vê, ele é preto, e na época, tava de dreads. **(Entrevistado 10)**

O relato acima evidencia os padrões seletivos das polícias, do Judiciário e dos operadores do direito na repressão e punição dos sujeitos que fazem parte desses mercados. Essa seletividade se manifesta tanto na apreensão quanto na punição, refletindo desigualdades no tratamento dos diferentes grupos sociais.

Por sua vez, o tratamento desigual dado aos mercados ilegais, traz consequências distintas para os diversos grupos sociais que deles se utilizam (Azevedo, 2005, Daudelin, Ratton, 2017, 2018). O resultado do sub policiamento nos mercados fechados e cobertos, como os das classes médias, contribui para a baixa interrupção da governança, evitando conflitos, tornando mais fácil para seus participantes desenvolverem estratégias e arranjos de confiança para a continuidade das relações. Esse cenário reforça a ideia de que a atuação repressiva não ocorre de maneira uniforme, mas sim de forma estratégica e direcionada.

Nesse sentido, as estratégias adotadas pelos consumidores não diferem muito daquelas que já foram citadas a respeito dos controles informais - cuidados com o cheiro, vermelhidão dos olhos; fumar em lugares fechados e seguros; evitar dar bandeira, etc. Talvez, as diferenças mais substanciais que apareceram nos relatos foram duas: a primeira diz respeito a estratégias fundadas, sobretudo, em estigmas sociais, principalmente a cor da pele ou a forma de se portar e vestir na rua.

Eu procuro me utilizar dos meus privilégios de ser um cara branco de classe média. Sempre que vou fazer um corre ou passar por alguma situação parecida, eu sempre procuro me vestir melhor, andar mais discreto essas coisas. **(Entrevistado 9)**

Não tem como, com certeza, a pessoa nota real...eu sei que por me vestir melhor ou ser branco eu passo despercebido, isso ajuda muito nos momentos de corre, porque por mais que sejam momentos de tensão, ela acaba diminuindo um pouco por saber que dificilmente eu vou ser parado pra tomar um baculejo. **(Entrevistado 1)**

A segunda estratégia aborda um tema que surgiu com relativa frequência: a recente decisão do STF sobre a definição de um limite máximo para o porte destinado a usuários.

Não comete infração penal quem adquirir, guardar, tiver em depósito, transportar ou trazer consigo, para consumo pessoal, a substância cannabis sativa, sem prejuízo do reconhecimento da ilicitude extrapenal da conduta, com apreensão da droga e aplicação de sanções de advertência sobre os efeitos dela... (STF - RE 635659, Relator: Gilmar Mendes).

...será presumido usuário quem, para consumo próprio, adquirir, guardar, tiver em depósito, transportar ou trazer consigo, até 40 gramas de cannabis sativa ou seis plantas-fêmeas, até que o Congresso Nacional venha a legislar a respeito. (STF - RE 635659, Relator: Gilmar Mendes).

Essa medida legal forneceu um certo respaldo aos meus interlocutores, levando alguns a adotarem, ou ao menos considerarem a possibilidade de adotar, a estratégia de adquirir quantidades iguais ou inferiores a quarenta gramas – limite estabelecido pela decisão.

6. AS RELAÇÕES COMERCIAIS E AS CONFIGURAÇÕES DAS TROCAS ECONÔMICAS:

Delineado as dimensões sociais capazes de moldar as estruturas desses mercados, vamos partir, de forma mais objetiva, para a dimensão material. Nesse sentido, o objetivo deste capítulo é explorar como se configuram as dinâmicas de compra e venda de maconha a partir das informações obtidas por meio das entrevistas. A ilegalidade atribuída a substância cria um contexto particular, no qual os atores envolvidos não contam com a proteção estatal associada aos direitos de propriedade que regulam os mercados formais. A ausência do aparato legal afeta diretamente as estratégias de negócios e as formas organizacionais que podem ser adotadas por esses indivíduos.

Diante dessas restrições, novas configurações de troca emergem, moldadas por fatores sociais que perpassam o cotidiano dos atores envolvidos. Para compreender essas dinâmicas, é necessário atentar para as experiências pessoais dos consumidores, que fornecem pistas sobre os modos de articulação nessas transações econômicas. A ação desses atores, embora ocorra em um ambiente informal e ilegal, segue práticas estruturadas que reproduzem elementos típicos de um mercado.

Essas práticas podem variar de acordo com os espaços onde se dão as interações e a intensidade dos laços sociais estabelecidos entre os participantes da rede. As configurações observadas, em sua maioria, baseiam-se em acordos tácitos, definidos de forma implícita e moldados pelas especificidades de cada contexto. Embora não sejam fixos, esses acordos desempenham um papel crucial na organização e na continuidade das trocas, estabelecendo padrões estratégicos de conduta que asseguram a permanência das transações.

Dessa forma, o capítulo procura evidenciar como se organizam as interações entre os atores que configuram e impulsionam as práticas de compra e venda de maconha, mesmo diante das restrições impostas pela ilegalidade. Ao fazê-lo, contribui para ampliar a compreensão dos mercados ilícitos como fenômenos que integram, de maneira complexa, dimensões econômicas e sociais.

6.1 OS VÍNCULOS SOCIAIS DO MERCADO:

Conforme os dados acessados nas entrevistas, vimos que é possível inferir que os mercados de maconha das classes médias do Recife, funcionam a partir de redes de interação estruturadas por vínculos sociais. Esses vínculos ou laços estabelecidos entre os atores, associados a partir de grupos, tem origem em outras circunstâncias, não necessariamente

situados a partir do consumo destas substâncias. No entanto, a prática semelhante é compartilhada e por vezes é o elemento aglutinador destas redes

Partindo dessa configuração, os consumidores das classes médias encontram, no seu próprio círculo de amigos e conhecidos, as redes para conseguir as drogas. É através das relações de amizade que se estabelecem todos os contatos que viabilizam a circulação desse mercado configurando redes complexas e interconectadas. Mesmo quando o objetivo da relação é estritamente comercial, força-se alguma amizade, de modo que as partes se conheçam melhor, uma vez que eles procuram sempre vender “só para os camaradas”.

Essas redes de relações sociais estruturantes se estabelecem a partir do contexto social no qual estão inseridos, onde o comportamento dos atores representam a base sobre a qual esses mercados se moldam e se estruturam a partir de lógicas organizacionais próprias, muitas vezes profundamente enraizada em trocas locais reguladas normativamente, com base na moralidade. Nesse sentido, a cadeia de valor dos mercados de drogas produz e é, em parte, produzida por expectativas sociais ou economias morais em vários locais ao longo dessa cadeia.

Segundo a análise dos relatos, os principais contextos sociais onde essas redes se desenvolvem e se estruturam podem ser divididas em quatro eixos: (1) família; (2) amigos; (3) universidade e (4) trabalho.

Esses contextos são fundamentais para compreender não apenas a entrada e permanência dos consumidores nesses mercados – conforme discutido no capítulo 5 –, mas também para explicar as configurações das relações econômicas que são fundadas em laços de amizade e confiança. A análise dessas dinâmicas será aprofundada a partir do tópico 6.4, onde exploraremos as configurações de compra e os mecanismos que sustentam essas interações.

6.2 A CONFIANÇA:

Segundo Gambetta (2000b), a confiança é o nível particular de probabilidade subjetiva avaliado pelo agente sobre o comportamento do outro e a incerteza sobre tal comportamento é central para a noção de confiança, uma vez que esta só é relevante se houver uma possibilidade de traição. Nas relações cooperativas é possível “economizar confiança” com base nos interesses e nas potenciais retaliações que tornam a traição uma opção custosa (GAMBETTA, 2000b). No caso das redes do tráfico de drogas estudadas, em se tratando de um comércio ilegal, não há qualquer regulamentação das atividades que produza alguma

garantia de que o outro cumprirá com a sua parte dos contratos e a ausência de uma cultura de cobrança violenta nesse meio intensifica essa incerteza.

Como os indivíduos que participam dessas redes ilegais “agem quase sempre no escuro”, em favor da satisfação dos interesses pessoais, a confiança torna-se uma estratégia essencial para lidar com a opacidade do ambiente social. Ligada a valores morais (GIDDENS, 2005), pode ser compreendida como a capacidade abstrata de “botar fé”, dito por vários dos entrevistados. O que consiste em acreditar no outro, ainda que não se estabeleça a partir de algo visível, mas seria uma pré-condição para a continuidade do vínculo social nas redes.

Nestas relações é possível “economizar confiança” com base nos interesses e nas potenciais retaliações que tornam a traição uma opção custosa (Gambetta, 2000). Se houver desconfiança, a cooperação irá falhar entre os agentes e a expectativa dirigida ao outro com quem se relaciona é abalada. Considerando o mercado de maconha, ainda que articulado a partir de redes de relações entre amigos e conhecidos, na maioria dos casos, o caráter ilegal e desregulado das práticas torna as transações espaços de incerteza. A dimensão temporal do fenômeno também é uma condição existente, já que ambos os lados demandam o cumprimento das promessas.

A chance de que transações passadas dêem errado comprometem o futuro das dinâmicas. Neste sentido, o pertencimento dos indivíduos a redes de relações gera compromissos entre os atores e demanda por estratégias acordadas coletivamente, ainda que subjetivas, como é o caso da confiança. De maneira geral, os consumidores acessados estão situados nas camadas médias, consomem maconha de forma recreativa e participam das transações no mercado através de grupos de amigos, também consumidores. Para acessar as dinâmicas, ter vínculo com algum usuário regular facilita o acesso às mercadorias, já que, fora dos ambientes de festa o acesso se torna muito mais restrito, em função de como os revendedores regulares costumam acessar os consumidores. As dinâmicas de compra possuem diferentes fluxos e necessitam de vínculos de confiança e certo grau de conhecimento dos acordos para que se tornem viáveis.

6.3 CONFIGURAÇÕES DE MERCADO:

6.3.1 Tipos e qualidades:

A *cannabis*¹⁰ presente no mercado do Recife apresenta diferentes formas e variedades e atende a uma gama muito diversificada de consumidores. Devido a sua heterogeneidade, os tipos comercializados são bastante diversificados e transitam desde produtos de alta qualidade, como skunks ou flores (sinônimos), uma maconha cheirosa, com sabor marcante e alto grau de *THC*¹¹, e concentrados, como o *haxixe* e o *iceolator*, feitos a partir da extração da cannabis, e transformados em um tipo de pasta que são fumadas juntos com a planta - e que, devido ao seu preço, ficam restritas às camadas mais altas -, até o prensado, uma maconha de baixa qualidade, misturada com produtos químicos (para preservar o produto e disfarçar seu cheiro), prensada em blocos, e geralmente consumida pelas camadas mais pobres devido ao seu baixo custo.

Segundo meus interlocutores, o “*solto*”, ou “*soltinho*”, como é conhecido, é um dos tipos de cannabis mais comercializadas no Recife, sendo também, a mais consumida entre as camadas médias urbanas. Ele recebe esse nome porque, diferente do que ocorre com o prensado, não passa por um processo de prensa, fazendo com que sua estética fique mais parecida com flores soltas, além disso, é um tipo de cannabis que recebe pouco ou quase nenhum *banho*¹², preservando seu cheiro e sabor.

O solto apresenta uma particularidade: ao contrário de outros tipos de maconha, sua produção e distribuição para o mercado do Recife está diretamente ligada a uma extensa área conhecida como Polígono da Maconha. A região, localizada no interior de Pernambuco, é responsável pelo cultivo e fornecimento desse tipo específico de cannabis, diferindo de outros produtos que geralmente são importados de outros países ou de regiões mais distantes do território brasileiro. Essa proximidade geográfica facilita tanto o escoamento quanto o acesso ao produto no Recife, destacando sua origem local como um fator característico em sua cadeia de consumo.

...a gente sempre tem um contato de alguém que tá passando o solto, varia de qualidade, mas sempre tem, é nosso né?, sempre tem demanda, então sempre tem alguém passando, acho que por ser plantado aqui no Estado tem uma facilidade também... (Entrevistado 10)

¹⁰ Cannabis é o nome científico da maconha. A cannabis é uma planta do gênero angiospermas que inclui três variedades diferentes: Cannabis sativa, Cannabis indica e Cannabis ruderalis.

¹¹ THC (Tetra-hidrocanabinol - Δ^9 -THC) é a sigla utilizada para a principal substância psicoativa encontrada nas plantas do gênero *Cannabis* ou seja, na maconha. É a principal substância psicoativa responsável pelo “barato”.

¹² Banho é uma gíria utilizada para designar a maconha que foi banhada com algum tipo de produto químico, como conhaque, por exemplo, deixando a planta com um cheiro e uma coloração característica. O banho é utilizado como um mecanismo de disfarçar o cheiro da erva e/ou preservá-la por mais tempo.

O polígono está localizado na interseção de quatro estados da federação: Bahia, Pernambuco, Alagoas e Sergipe, e corresponde a uma ampla área de aproximadamente 40.000 m², metade dela situada em Pernambuco. O número de cidades varia, segundo o órgão que a contabiliza, mas estima-se algo em torno de 20 a 30 municípios. Em Pernambuco, abrange as regiões do Sertão (Salgueiro, Mirandiba, Serra Talhada e Imbimirim) e do São Francisco (Belém do São Francisco, Cabrobó, Carnaubeira da Penha, Floresta, Lagoa Grande, Orocó e Santa Maria da Boa Vista).

Embora o cultivo em larga escala, voltado para o mercado, seja um evento mais recente, registra-se o plantio de cannabis na região há bastante tempo (Pierson, 1972, Fraga, 2006). Seu clima predominantemente seco e ensolarado torna o local extremamente propício para o plantio desse tipo de cannabis, de maneira em que, apesar da existência de plantações em outras partes do Brasil, a região é reconhecida como a maior produtora da planta no país.

A produção está voltada, majoritariamente, para o abastecimento dos Estados do Nordeste, em especial, Pernambuco, Ceará e Bahia, salvo pouquíssimas exceções. O cultivo desse tipo de cannabis se efetiva de várias formas, porém a mais utilizada parece ser através do sistema de *meeiro*¹³ (Fraga, 2006), em uma técnica conhecida como outdoor de *guerrilha*¹⁴, sendo o cultivador, o responsável pelo plantio e segurança da roça e o patrão (nomenclatura utilizada para referir-se ao dono da terra) responsável pelo fornecimento dos insumos e venda do produto. Também é possível observar casos de “emprego” por salário ou a compra da produção de pequenos produtores que são contratados para o cultivo e venda de toda a sua plantação para um determinado negociante.

Depois de realizado o processo de colheita, o escoamento da cannabis para a capital recifense é realizado através de transporte terrestre. São trazidos em caminhões, ônibus e pequenos veículos, diretamente das áreas do polígono e variam bastante em termos de quantidade (Daudelin, Ratton, 2017, 2018, e entrevistas).

¹³ Meeiro é o termo utilizado para referir-se ao agricultor que trabalha em terras que pertencem a outra pessoa. Em geral o meeiro ocupa-se de todo o trabalho, e reparte com o dono da terra o resultado da produção. O dono da terra fornece o terreno, a casa e, às vezes, um pequeno lote para o cultivo particular do agricultor.

¹⁴ Outdoor de guerrilha é uma técnica de plantio comum em países proibicionistas, e consiste em cultivar a cannabis em grandes áreas abertas e de difícil acesso, como terrenos e florestas, como uma estratégia de camuflar o plantio.

Segundo meus interlocutores, além da localização estratégica do polígono, outro fator que contribui para a forte presença desse tipo de cannabis no Recife, é seu custo benefício. O cultivo dessa variedade apresenta um custo relativamente baixo, o que contribui para que o produto seja mais "acessível" ao consumidor final. Essa combinação de custo reduzido e "facilidade" de transporte, somada à percepção de qualidade pelos usuários, fortalece a presença desse tipo de cannabis no mercado local, tornando-o amplamente consumido pelas camadas médias da cidade.

Minha maconha do dia a dia é o solto mesmo, é o que fica mais em conta né, ainda mais por que eu me organizo com a galera pra pegar o metro, aí fica ainda mais barato pra gente, que pega de uma quantidade maior... (Entrevistado 9)

Pô, apesar de tá aparecendo umas coisinhas diferentes de uns tempos pra cá o solto ainda é o que mais vale pra mim, é o melhor custo benefício. (Entrevistado 8)

Eu gosto do solto porque, além de ser um fumo de qualidade geralmente boa, é mais acessível. Com o valor que eu pego uma cinquentinha de solto eu pegaria bem menos se fosse atrás de outro tipo de maconha, então pra mim é o que mais vale.... (Entrevistado 10)

As entrevistas ainda revelam a presença de outros tipos de cannabis consumidos pelas camadas médias do Recife, como o *bodinho*, o *colombia*, o *skunk* e seus derivados, como o *haxixe* e o *ice*.

O bode ou bodinho é um tipo de maconha "gourmet", e suas características são parecidas com as do *solto*. Normalmente ela vem da mesma região do polígono, e diferencia-se por ser uma maconha cultivada a partir de uma *strain*¹⁵ melhorada, fazendo com que o seu cheiro, potência (*TCH*) e sabor sejam ainda mais intensos, destaca-se ainda por possuir uma coloração mais viva e intensa e por receber pouca adição química. Junto com o *solto*, o *bodinho* é o tipo de cannabis mais consumidas pelos meus interlocutores por possuir preços mais acessíveis.

... pô, eu também gosto do bodinho porque dependendo do corre, é uma maconha mais gostosa e mais chapante do que o solto, tá ligado?, então quando tem o dinheirinho a mais sobrando vale a pena pegar algumas gzinhas pra ter uma coisinha diferente. (Entrevistado 10)

...pra mim o bodinho é um "solto" bom, melhorado, mais cheiroso e gostoso, e chapante também, dependendo pode vim muito bom, mas também uns meio paia, vira e meche eu pego uma ou duas g pra consumo. (Entrevistado 9)

¹⁵ A cepa de Cannabis, ou cannabis strain, em inglês, é uma forma de "marca" que diferencia os tipos de cannabis. Assim como existem carros de diferentes marcas, com potências, cores e acessórios distintos, no universo da Cannabis, acontece algo parecido. Existe uma gama muito diversificada de genéticas cannabicas ao redor do mundo, fazendo com que cada planta, a depender de sua genética, possua cheiros, gostos e potências diferentes.

Como o nome sugere, o colômbia, ou colômbia gold, é uma *strain* de origem colombiana. Apesar de seu consumo ser mais amplamente difundido nas regiões sul e sudeste do país, ainda é muito presente no mercado recifense. Assim como o bodinho, o colômbia é uma maconha que apresenta um elevado grau de *THC*, possui uma coloração verde clara misturado aos *tricomas*¹⁶ de cor amarelo-alaranjada, fazendo com que pareçam quase dourados, daí o nome da espécie, que em português significa “ouro colombiano”.

Geralmente, o *colombia* chega aos mercados Recifenses pelo sul do país, vindo das regiões que fazem fronteira com o Brasil, como o Paraguai e a Bolívia e geralmente vem em blocos, parecidos com o prensado. Segundo meus interlocutores, é um tipo de maconha que leva um “banho” diferente e “aditivado”, alguns ainda se referem ao fumo como um “prensado bom” ou mais forte.

Eu tenho uma relação de amor e “ódio” com o colômbia, acho a lombra muito forte e densa, não é pra todo momento não, às vezes bate até umas badzinha, tipo, umas ansiedades sabe?, daí evito tá sempre fumando, fumo mais quando alguém bota, ou se tenho, escolho o melhor momento... (Entrevistada 7)

...o cocozinho (colombia) é foda, é lapada, é tipo um prensado bom, eu gosto, mas prefiro o bodinho ou um out (fumo outdoor) mesmo,, (Entrevistado 10)

Outro tipo de cannabis que vem se tornando cada vez mais presente nos mercados de maconha da classe média, é o *skunk*. O *skunk*, também conhecido como flor, é uma cannabis de alta qualidade. A palavra Skunk, em inglês, significa gambá. Quando as strains de cannabis mais potentes surgiram na década de 70, o termo Skunk foi usado para descrever o cheiro destas variedades. Um cheiro “Skunky” se refere a um cheiro extremamente forte e pungente que esse tipo de cannabis exala. A sua principal diferença está no fato de que elas são cultivadas a partir do cruzamento de diferentes strains. Normalmente elas possuem um alto grau de *THC*, com um cheiro e sabor marcante.

A flor, assim como o colômbia, chega aos mercados do Recife principalmente por meio de importação. No entanto, existe uma diferença significativa em relação à origem de cada uma. Embora o *colômbia* geralmente venha de países da América Latina, a flor costuma ser importada dos Estados Unidos. Essa distinção na procedência reflete diferenças nos

¹⁶ Tricomos são pequenas estruturas que lembram cristais, gotículas de água ou “cabelinhos”. Os tricomas funcionam como um mecanismo de proteção e defesa da planta. Eles também são responsáveis por concentrar a maior parte dos canabinoides, como *THC*, *CBD*, *CBG* e terpenos presentes na erva, e sua coloração geralmente varia entre branco, transparente e dourado. A produção de tricomas não é exclusiva da cannabis: eles são bastante comuns em algumas espécies, como plantas carnívoras.

mercados fornecedores e nos processos de transporte, o que também pode influenciar tanto a qualidade quanto o custo final do produto para os consumidores locais.

Devido a essas características, meus interlocutores afirmaram que a flor costuma ser consumida em situações mais especiais, como festas, aniversários ou algum tipo de comemoração. Essa escolha está relacionada ao seu custo elevado em comparação com outros tipos de cannabis, tornando o consumo menos frequente e mais seletivo. O preço por grama acaba restringindo seu acesso a um grupo menor de consumidores, geralmente aqueles com maior poder aquisitivo.

A florzinha é o fumo mais top que rola aqui pelo Recife, mas também não tem preços muito acessíveis, assim, a flor verdadeira né, que às vezes a galera passa um bodinho dizendo que é florzinha... (Entrevistado 8)

Outras cannabis que estão cada vez mais presentes nos mercados do Recife são os concentrados. Os concentrados são extrações feitas a partir da planta da maconha e transformados em um tipo de pasta que normalmente é fumada junto com tabaco ou solto. O mais citado pelos meus interlocutores é o *haxixe*. Ele possui diferentes métodos para sua produção, que vão desde extrações a partir de produtos químicos, até extrações naturais feitas com gelo e água, mais conhecido como o *haxixe ice* ou *iceolator*.

Assim como a *flor*, os concentrados também chegam no Recife por meio de importações e também são utilizados em momentos mais especiais, como festas e comemorações. A justificativa segue a mesma lógica: preços menos acessíveis.

6.3.2 Novas tendências:

A análise das entrevistas revela uma “nova” tendência em ascensão nos mercados de cannabis do Recife, tanto em relação aos tipos de produtos oferecidos e suas formas de consumo, quanto à aquisição da substância. Uma gama de novos itens tem sido cada vez mais disponibilizada pelos “comerciantes” de maconha, indicando uma diversificação do mercado.

Essas mudanças parecem refletir a estruturação de um mercado que se torna cada vez mais semelhante aos mercados do sul do país. Esse processo não se limita à introdução de novos produtos, mas também inclui novas dinâmicas e formas de comercialização que ajudam a moldar as interações desses mercados. Devido à ausência de informações mais detalhadas, vamos nos ater nos discursos que emergiram das entrevistas realizadas. Esses

relatos destacam, principalmente, as novidades relacionadas aos produtos disponíveis, oferecendo um panorama das transformações que estão em curso nos mercados locais.

...eu venho percebendo que tá chegando novos produtos por aqui que não tinham antes, produtos mais “gourmet”, mais caros, produtos da gringa, tá ligado?, coisa que ficava mais restrito a São Paulo, esse roteiro aí, do sul...hoje já rola de vê umas coisas diferentes... (Entrevistado 10)

Dentre os novos produtos, os que emergiram nos relatos dos meus interlocutores estão: o *crumble*, as *canetas* de concentrados e o *CBD*. O *crumble* é mais uma forma de extração da maconha, assim como o *haxixe*, apenas mudando o processo que é utilizado para obtê-lo. Meus interlocutores não souberam explicar como ocorre esse processo.

As canetinhas, como são conhecidas, são pequenos apetrechos no formato de canetas e que servem unicamente para fumar concentrados. Apesar de ser possível encontrá-las, seu uso ainda é pouco difundido no mercado das classes médias do Recife, principalmente devido ao seu alto custo de mercado - entre 250\$ e 300\$ reais.

O óleo de canabidiol, ou *CBD*, é um tipo de óleo que não possui *THC* - o princípio ativo responsável pelo “barato”. O *CBD* é um produto extraído da planta da maconha, e é utilizado para fins terapêuticos, como analgésico, sedativo, anticonvulsivo, ansiolítico, entre outros. Seu uso vem crescendo gradativamente pelas classes médias, sendo cada vez mais oferecido para esses usuários.

No Recife, ainda é possível encontrar pequenos e médios produtores locais, que cultivam o fumo em ambientes fechados e controlados por uma série de equipamentos, em um método chamado de cultivo *indoor*¹⁷. Geralmente, esses produtores locais cultivam uma maconha de alta qualidade, como *skunks* ou *bodinhos*, além de pequenas produções de concentrados, como o *haxixe*, sendo ainda mais restrito a uma pequena parcela da classe média e alta em virtude da sua arquitetura - mercados fechados e cobertos. Além da vantagem de ser cultivado em ambientes fechados e secretos, o que proporciona uma maior segurança, o cultivo indoor também possibilita um maior controle sobre as condições que a planta necessita para seu desenvolvimento, garantindo colheitas melhores, maiores e mais rápidas durante todo o ano.

¹⁷ O cultivo Indoor é um tipo de plantio que ocorre em ambientes fechados com o auxílio de uma série de equipamentos, como luzes artificiais e exaustores, que simulam a temperatura criando o ambiente ideal para o desenvolvimento das plantas. O exemplo mais comum desse tipo de cultivo são aqueles realizados com a ajuda de estufas.

A venda dos produtos indoor são ainda mais “exclusivas” e difíceis de serem encontradas, muito em virtude do grau de abertura desses mercados. Segundo um dos meus interlocutores, os vendedores indoor só passam para amigos muito próximos, aqui dificilmente existe a possibilidade de novos compradores.

Eu tenho um amigo que planta em casa, e só passa pra brother, pra mais ninguém, até porque ele planta só pra o consumo, o que ele passa é só pra pagar o material que ele usa e a luz que ele gasta pra cultivar as plantinhas dele. **(Entrevistado 9)**

Como indicado, essas novas tendências vão além da introdução de novos produtos, englobando também mudanças nas dinâmicas e formas de comercialização, que influenciam e moldam as interações desses mercados. Segundo o relato de dois interlocutores, essas transformações parecem estar associadas a um processo de “profissionalização”.

...as coisas vem mudando um pouco, tipo assim, ainda é uma exceção, mas eu acho que tem uma galera que ta se ‘profissionalizando’ mais sabe!?, deixando a coisa mais profissional, antes eu percebia que era mais uma galera da gente que se organizada pra passar, agora eu vejo que tem gente maior, pelo menos é o que eu acho. **(Entrevistado 4)**

A falta de informação não nos permite inferir se essa “profissionalização” está ligada a algum grupo ou facção ou se é apenas uma nova forma de estruturação e organização na busca por eficiência de um mercado em constante reformulação.

Apesar disso, foi possível identificar uma dinâmica “peculiar”: as chamadas listas ou menus. Ao que parece, essa é uma prática comum nos mercados de drogas do sul do país e vem crescendo gradativamente nos mercados das classes médias do Recife.

As listas funcionam dentro de uma rede pré estabelecida de consumidores onde envia-se o cardápio com os produtos que estão a disposição no momento, geralmente de forma diária. Após a escolha do produto um motoqueiro realiza as entregas a partir de uma determinada hora.

A falta de informações mais precisas, nos impossibilita de montar um quadro explicativo mais consistente sobre essas novas dinâmicas. Torna-se, portanto, imprescindível aprofundar os estudos e investigações sobre esses mercados a fim de coletar novas informações que sejam capazes de lidar com a constante reformulação que esses mercados tendem a sofrer. Pelos limites temporais, o presente trabalho não conseguiu dar conta dessa demanda, deixando a tarefa para futuras investigações.

6.3.3 Valores e quantidades:

De acordo com as entrevistas, o produto final para venda de pequenas e médias quantidades, salvo exceções, não sofre alterações. No varejo, são vendidas a preços “fixos”, podendo apresentar certa volatilidade, como veremos adiante, a depender dos arranjos e acordos firmados entre as partes - como qualidade ou quantidade do produto; posição na cadeia de distribuição; e grau de confiança estabelecida.

Normalmente, o *soltinho* é passado em cinquentinhas (50 gramas). Essa é uma quantidade que pode variar de acordo com critérios estabelecidos por cada dealer. Alguns dealers passam dolinhas (pequenas trouxas enroladas em papel) que geralmente variam entre R\$5 a R\$20 reais, e possuem entre 3 e 8 gramas; meitotas (meias cinquentinhas) com em média 25 gramas, a preço de R\$100 reais e cinquentinhas (50 gramas), que variam entre R\$200 e R\$220 reais. Apesar do preço/quantidade poder apresentar variações, os revendedores entrevistados que atendem ao varejo da classe média, disseram que, salvo exceções, não vendem a preços menores que R\$200 reais, nem quantidades inferiores a 50 gramas. Segundo os entrevistados essa é uma característica muito presente nesses mercados, que, por possuírem uma natureza fechada e secreta, precisam de uma maior descrição. Dessa forma, a escolha da oferta na proporção 50g/R\$200 reais (quantidade/preço) desses mercados, tem como principal objetivo evitar a exposição, garantindo uma maior segurança na manutenção da rentabilidade do negócio.

De acordo com os informantes, diferente do que ocorre com o *solto*, cujo preço é fixado com base na medida de cinquentinha (50g), os valores do *bodinho*, do *colombia*, da *flor* e do *haxixe* são calculados por grama. Ao que tudo indica, essa diferença parece estar relacionada aos preços mais elevados desses produtos, o que torna a quantificação por grama mais apropriada e estratégica para os revendedores. Como esses itens têm um custo maior, a quantidade adquirida pelos consumidores tende a ser menor, justificando a venda por grama a preços um pouco mais altos para que a margem vendida compense a menor quantidade comercializada, ajustando-se à dinâmica de consumo.

Devido a sua qualidade, o *bodinho* costuma ter um preço mais elevado. O repasse pelos revendedores do varejo também costuma variar a partir de critérios estabelecidos por cada dealer, podendo ir desde pequenas quantidades como uma grama, até volumes maiores como cinquentinhas. À época da entrevista a grama do *bodinho* podia variar entre R\$9 e R\$20 reais.

O *colombia*, possui preços ainda mais elevados do que o *bodinho*. Na época, a grama do colombia variava entre R\$25 e R\$30 reais, mas, segundo os informantes, muitos dealers fazem a promoção de 5g/R\$100, o que acaba barateando o preço. A *flor* segue o mesmo padrão, e na época da entrevista, meus interlocutores relataram que o preço da grama variava em torno de R\$50 a R\$70 reais.

Os concentrados, como o *haxixe*, possuem uma volatilidade maior em seu preço, que é justificado devido a maior variedade do tipo comercializado. A grama do paq (paquistanes) varia entre R\$45 e R\$60 reais, o ice entre R\$85 e R\$100 reais, já o *crumble* entre R\$100 e R\$130 reais.

Por fim, temos as *canetas* e o *CBD*. Segundo os informantes, o preço de ambos é quantificado a partir do ml (mililitros), e costumam variar de acordo com quem fabrica. Dos produtos que possuem *THC*, as *canetas* parecem ser a que possui preços mais elevados, na época da pesquisa era possível encontra-lá entre R\$250 a R\$300 reais. Já o *CBD*, no mercado ilegal, era encontrado a preços que variavam entre R\$20 a R\$50 reais o ml.

É importante ressaltar que as características descritas — como os produtos, os valores e as quantidades — representam as principais informações identificadas pelo pesquisador a partir de entrevistas e observações realizadas. No entanto, os mercados canábicos são altamente diversificados e dinâmicos, apresentando variações significativas a partir de diferentes contextos. Por essa razão, não é possível universalizar essas informações a todos os mercados existentes na cidade do Recife. Cada mercado possui suas particularidades, refletindo as especificidades das relações sociais e econômicas que os compõem.

A tabela abaixo traz uma síntese da média dos preços e das principais substâncias consumidas pelas classes médias do Recife que emergiram a partir das entrevistas:

Quadro 3. Principais substâncias consumidas

In Natura	Valor por grama
<i>Solto</i>	R\$4
<i>Bodinho</i>	R\$15
<i>Colômbia</i>	R\$20
<i>Flor / Skunk</i>	R\$60
Concentrados / Extrações	Valor por grama
<i>Haxixe Paquistanes</i>	R\$50
<i>Ice</i>	R\$90

<i>Crumble</i>	R\$120
<i>Canetas</i>	R\$300
Medicinal	Valor por ml (mililitro)
<i>CBD</i>	R\$30

Fonte: O autor (2025)

6.3.4 Os preços podem variar em função dos arranjos:

Embora os preços no varejo sejam geralmente tabelados, os diferentes tipos de substâncias podem apresentar certa volatilidade dependendo dos arranjos e acordos estabelecidos entre as partes envolvidas. A análise das entrevistas revelou quatro fatores que parecem ser fundamentais nesse contexto: (1) a quantidade adquirida; (2) a qualidade do produto; (3) a posição ocupada na cadeia de distribuição; e (4) o nível de confiança entre os sujeitos. De acordo com os informantes, esses arranjos são utilizados como estratégias tanto pelos vendedores quanto pelos consumidores, visando reduzir os custos de transação. Essa redução nos custos, por sua vez, reflete diretamente no preço final das mercadorias, tornando as negociações mais vantajosas para ambas as partes.

Uma dessas estratégias, - e que parece perpassar uma parcela cada vez mais significativa dos consumidores - é a aquisição de quantidades maiores, como quilo/s de solto, ou cinquentinhas de flor, bodinhos ou outros produtos para divisão entre amigos. Em virtude do custo da cannabis - que vem aumentando exponencialmente ao longo dos anos - essa é uma situação cada vez mais relatada entre os consumidores que entrevistei. Aqui, salvo exceções, não existe a revenda, a maconha é destinada unicamente para consumo.

Essa alternativa é cada vez mais procurada entre os consumidores da classe média como forma de minimizar gastos e riscos. A opção por pegar quantidades maiores torna a grama da cannabis mais barata, permitindo a aquisição de maiores quantidades e evitando a frequência que o consumidor precisa se expor para adquiri-la. Segundo meus interlocutores:

...eu tenho uma rede de amigos muito próximos e que são usuários regulares. Então, a gente normalmente fecha um grupinho ali e todo mês a gente racha um metro, como a gente chama o quilo. E aí a gente racha essa quantidade entre todos nós e aí isso sustenta boa parte do meu uso mensal...E é isso, assim, eu sou psicóloga, né, então eu tenho alguns grupos de amigos que fumam, e aí, sei lá, agora mesmo, recentemente, acabei de receber uma mensagem de uma galera da psicologia, que tá se mobilizando pra pegar uma cinquentinha de flor. Pra poder sair mais barato pra todo mundo, saca?.

(Entrevistada 2)

...já faz alguns anos, eu não tenho certeza exatamente quantos, mas mais de cinco com certeza, que a gente faz um esquema junto ao pessoal, gente da minha família e amigos, para pegar uma quantidade maior para conseguir ser um pouco mais barato. E

aí a gente já está nesse esquema mensal há muitos anos...Geralmente é 1 quilo...quando a gente começou a pegar era mais ou menos um quilo se eu não me engano era R\$800 reais mas já peguei de R\$1.000 com certeza eu acho que a R\$1.300 também e aí foi subindo meio que de pouquinho em pouquinho, mas teve momentos que o salto foi maior do que outros. O motivo, acho que tem um pouco dessas coisas de inflação, de economia, mas tem a questão também política de segurança, de polícia, de apreensão, de milícia, de quem está no poder, quem serve o poder. Mas uma coisa é certa, depois que subiu, não abaixa mais, só sobe. (Entrevistado 4)

Dado que essa situação foi mencionada por quase todos os interlocutores e parece estar se tornando cada vez mais frequente, torna-se fundamental compreender o *modus operandi* desses "grupos de metro". Suas estruturas organizacionais podem nos ajudar a esclarecer o funcionamento desses mercados. Salvo algumas exceções o "corre"¹⁸, ou o "movimento", funciona da seguinte maneira: Todo início de mês, "Paulo" e "João" (outro amigo que tomou a frente do movimento junto com "Paulo", e que também ajuda na parte financeira) ficam responsáveis por reunir o dinheiro". A escolha pelo início do mês justifica-se por ser um período em que geralmente todos têm recebido seus salários. Feito isso "Paulo" aciona seu contato o "galego", que por sua vez aciona a sua fonte (o galego é mais um intermediário) que pode variar, mas normalmente é a mesma. A partir daí marca-se um dia e horário determinado. Com tudo acertado, existem duas alternativas: a entrega em casa mediante o pagamento de uma taxa extra ou, caso não exista a possibilidade de entrega, ir buscar em algum lugar predeterminado no Recife ou RMR (Região Metropolitana do Recife). Entrega-se metade do dinheiro na hora da compra e a outra metade deve ser paga dentro de uma semana - apesar da possibilidade de "parcelamento", normalmente paga-se o valor cheio de uma vez.

A divisão financeira do quilo é feita da seguinte forma: À época da entrevista, o metro (kg) do soltinho, custava um preço fixo de variava entre R\$ 2.500 a R\$ 3.000 reais e rende vinte cinquentinhas. Levando em conta o valor de R\$ 2.500, a cinquentinha sai por R\$ 125 reais, com em média 50g cada. Considerando que o principal intuito de "Paulo" e "João" não é lucrar, mas tornar seu consumo junto com os amigos mas barato e seguro, eles fazem a seguinte divisão: o quilo da cannabis rende 20 cinquentinhas, com em média 50g cada, "Paulo" e "João", dividem 8 cinquentas a R\$ 130 reais, e 10 cinquentas a R\$ 150 reais, o que totaliza R\$ 2.540 reais e 18 cinquentinhas. Dessa forma "sobram" 2 cinquentas "gratuitas" que são distribuídas entre "Paulo" e "João", além de 40 reais que ficam para algum gasto com deslocamento ou entrega. As cinquentinhas de R\$ 130 são divididas entre amigos mais

¹⁸ "Corre" ou "movimento" são gírias utilizadas para se referir ao processo de organização e realização da compra da cannabis.

próximos, enquanto as de R\$ 150 a amigos um pouco mais distantes. A divisão é feita dessa forma levando em consideração o risco a que “Paulo” e “João” precisam se submeter como intermediários do negócio. No final das contas acaba sendo vantajoso para todos, pois a média de uma cinquenta no varejo de Recife, hoje, não é abaixo de 200 reais, podendo variar para mais.

A divisão do produto é realizada na casa de “Paulo” ou “João” com uma balança de cozinha, onde eles pesam e separam igualmente as flores em tamanhos (belotas¹⁹ grandes, médias e zarel²⁰) de maneira em que todos fiquem com a mesma quantidade e qualidade de cannabis. Feito isso eles embalam cada parte em sacolas ou papéis. Realizado o processo de pesagem, cada consumidor fica responsável por pegar sua parte. Em casos mais excepcionais, “Paulo” realiza a entrega de graça para as pessoas mais próximas ou mediante uma taxa para pessoas mais distantes.

O corre é formado por amigos com quem “Paulo” e “João” têm intimidade e confiança. Esporadicamente, em alguns casos, “amigos de amigos” também entram para a cota do metro. A quantidade mensal que cada participante consome pode variar, mas costuma ser a mesma. Segundo “Paulo”, o corre entre amigos reúne cerca de 10 pessoas.

O relato descrito acima é uma alternativa que também permite a quebra na cadeia de distribuição. Isso acontece porque, segundo os entrevistados, quem comercializa cinquentinhas ou produtos por grama geralmente não trabalha com quilos ou grandes quantidades e vice-versa - quem trabalha com quilos ou quantidades maiores não costuma passar cinquentinhas. Nesse sentido, para que o movimento aconteça, é necessário o acesso a revendedores que ocupam diferentes posições dentro da hierarquia da cadeia de distribuição, reforçando a importância e a necessidade de intermediação nas transações, que só se torna viável por meio de vínculos sociais fundamentados na confiança. Essas conexões, estabelecidas e mantidas ao longo do tempo, são essenciais não só para garantir o fluxo de produtos e a viabilidade dos acordos comerciais, mas também servem como uma estratégia que possibilita que o preço possa ser acordado a partir de um valor mais baixo do que o “normal”.

...são contatos diferentes, geralmente quando o corre geral do metro acaba eu mando mensagem pra outros contatos que eu tenho, é uma coisa mais pontual, pequenas

¹⁹ Belota é a gíria utilizada para referir-se à flor da cannabis.

²⁰ Zarel é a gíria utilizada para referir-se às sobras da maconha. Geralmente correes de grandes quantidades

quantidades, eles nunca chegam a oferecer muita coisa não, acho que é mais pra se proteger também... **(Entrevistado 1)**

O contato que eu tenho sem ser de metro é uma coisa estilo mais empresarial, sei lá, tem cardápio, lista de transmissão, essas coisas, eu até já perguntei uma vez se ele vendia o metro, uma vez que o a gente queria mas tava sem ninguém, mas ele disse que não passa não, só a grama mesmo, é mais rentável pra ele né, eu acho... **(Entrevistado 4)**

...geralmente quem passa de metro passa a g (grama) mais barato, é a coisa da quantidade né!?, acontece com todo tipo de droga, quanto mais acima e quanto maior a quantidade, mais barato fica, e mais perigoso também. **(Entrevistado 10)**

Com base nas evidências, a quebra na cadeia de distribuição segue uma lógica de precificação semelhante à de qualquer mercadoria. Quanto maior o número de atravessadores envolvidos na transação, mais elevado será o preço final, uma vez que cada intermediário adiciona o custo de sua participação ao valor do produto. Dentro dessa lógica, as estratégias adotadas nos fluxos de compra tem o objetivo de baratear os preços ao minimizar o número de intermediários na cadeia.

Todos foram unânimes em colocar que, apesar de “tabelados” , a qualidade da cannabis ofertada também é capaz de gerar uma alta ou uma baixa nos preços dos produtos. Ainda que o “tipo” seja o mesmo (solto, bodinho, hax, etc) a qualidade pode variar de acordo com uma série de fatores, como: tempo de maturação, gosto, cheiro, lombra, coloração, tamanho dos buds²¹, se é um produto novo ou não, entre outros critérios, que geram um impacto direto no preço final dos produtos ofertados.

A qualidade influencia sim, mas a gente sempre tenta manter um padrão de sempre, então esses preços que a gente pega, o preço varia pouco. Geralmente parece uma coisa meio tabelada. Quando aumenta, aumenta em muitos outros contatos, acho que porque os contatos que eu tenho são tudo meio que interligado, aí o produto acaba sendo o mesmo. **(Entrevistado 4)**

Isso rola muito com o bodinho. Como é um fumo muito “parecido” geralmente tá rolando diversos tipos de bodinho, e aí às vezes a diferença pode ser muito gritante, mas as vezes pode não ser, muda uma coisinha ou outra, e pra quem não tá acostumado a fumar, às vezes nem percebe. **(Entrevistado 1)**

As ofertas ou promoções também fazem parte da dinâmica do mercado. A lógica das promoções funciona como indução de compra e, para os consumidores, podem ser estratégias de garantia de mercadorias em momentos de dificuldade de aquisição. Segundo os interlocutores, as ofertas geralmente giram em torno da quantidade/qualidade dos produtos e confiança estabelecida entre as partes.

²¹ Buds é um termo em inglês para se referir às flores de maconha

Tem um bixo que eu já pego com ele a muito tempo, já firmou parceria e tal, então às vezes eu peço um descontinho aqui ou ali, às vezes ele também oferece algo a um preço melhor, depende também do momento, como tá a situação lá...uma vez eu passei o contato pra um brother e quando ele veio falar comigo disse que pegou a um preço x e quando perguntou pra mim quanto eu peguei foi um preço mais baixo, aí agora ele tá fazendo o corre por mim (risos). (**Entrevistado 9**)

Além dessas categorias, existem promoções que são oferecidas em momentos oportunos: quando o produto já está “velho” e o comerciante quer se livrar para poder pegar uma nova remessa, ou quando o produto está novo e acaba de chegar, situação em que é oferecida uma “ofertinha” como forma de teste de qualidade do produto.

É como eu disse, geralmente as ofertas rolam mais quando pega uma quantidade maior, quanto mais, mais barato fica...geralmente quando o produto é muito bom é difícil de rolar uma oferta boa boa, porque eles sabem que a galera vai comprar porque tá bom, vai ter demanda, então eles seguram mais. (**Entrevistado 10**)

Sempre que chega coisa nova meu contato manda uma mensagem, e sempre tem um promozinha durante um tempo... (**Entrevistada 8**)

É possível apreender que a lógica do cálculo de custo-benefício entra em cena e variáveis como a reputação do vendedor também podem compor o raciocínio, configurando o resultado da decisão entre aproveitar ou não o episódio de promoção. Em certas circunstâncias as possibilidades de negociação podem ainda ser reduzidas em função da urgência da compra do produto que está sendo oferecido.

6.4 CONFIGURAÇÕES DE COMPRA:

6.4.1 Aquisição:

Segundo os informantes, apesar das bocas de fumo serem a forma mais usualmente utilizada para se comprar maconha, hoje, ela é raramente ou muito pouco utilizada pelas classes médias e altas, em parte pela baixa qualidade do produto ofertado (em sua grande maioria maconha prensada) e, em parte, pelo alto risco envolvido. Dessa maneira, quando os usuários das classes médias precisam adquirir a cannabis, geralmente recorrem a amigos ou *dealers*²² com quem já possuem certo grau de proximidade e confiança, como forma de minimizar os riscos e a exposição. Eles participam do que MacRae e Simões (2003) chamam de “pequeno tráfico” entre si, baseado na confiança mútua e na cooperação (Áreas e Grisaffi,

²² Dealer é a palavra em inglês utilizada para referir-se a um intermediário de negócios, negociante ou revendedor. No mercado de drogas é utilizado para referir-se a pessoas que a vendem. É um termo que passou a ser utilizado entre a classe média em virtude do estigma que a palavra traficante carrega.

2021). A grande vantagem deste sistema é a relativa segurança que dá aos usuários, mantendo-os distantes do mundo perigoso dos grandes traficantes.

6.4.2 O que sabemos dos vendedores:

Das poucas informações que dispõem sobre os revendedores de seus grupos, os entrevistados afirmaram que estes atores costumam possuir ocupações regulares, configurando uma rotina “comum” diante do espectro de possibilidades.

Nesse caso, a atividade de revenda seria mais uma atividade dentre as tantas que compõem o cotidiano da maioria dos indivíduos em contextos socioeconômicos semelhantes. Observamos que os consumidores que conhecem diretamente seus fornecedores os descrevem como “pessoas comuns”, que realizam pequenas vendas, conhecidas como “adiantes”, para complementar a renda. Esse é o caso de um de nossos entrevistados, como veremos a seguir.

6.4.2.1 Do consumo ao tráfico:

“Paulo” é branco, tem trinta e um anos, possui dois ensinos superiores, mora no bairro do Derby com sua companheira e trabalha como pesquisador e na área da cultura.

Enquanto consumidor, “Paulo” realiza corres mensais a mais ou menos 10 anos. A mais ou menos três anos, ele também passou a realizar corres como dealer. Segundo ele, a justificativa que o fez passar de consumidor para revendedor é unicamente financeira. Segundo seu relato, “Paulo” viu uma boa oportunidade de fazer uma renda extra através de alguns adiantes esporádicos. Segundo ele, sempre aparecia algum amigo, ou amigo de amigo interessado em fazer parte do corre, o que fez com que “Paulo” passasse a pegar meio quilo “extra” para fazer esses adiantes.

Com o passar do tempo, “Paulo” percebeu que conseguia uma boa rentabilidade com o negócio, e que mais pessoas o procuravam, o que o fez passar a pegar 1kg para repasse. Segundo “Paulo”, hoje, parte de sua renda mensal advém dos adiantes de cannabis que ele realiza. Vale destacar que ele sempre ressaltou que seus corres como dealer servem exclusivamente como uma forma de sustento.

“Paulo” fica responsável por organizar todo o movimento sozinho. Desde levantar o dinheiro, entrar em comunicação com os “contatos”, organizar o transporte, separar o produto, e realizar a venda/entrega.

6.4.2.2 “Eu sou dealer e não traficante”:

Uma narrativa de “Paulo” que merece destaque, é o contraste entre a figura do dealer e a figura do traficante. Apesar das nomenclaturas serem sinônimos para a mesma função, elas guardam em si significados distintos. Para os entrevistados a figura do Traficante ainda representa um imaginário de violência, disrupção e, sobretudo, uma figura que não é digna de confiança.

Eu não gosto muito da nomenclatura de traficante, a galera já parte logo com outro olhar, já cria aquela tensão... e também até por mim, se for pra chamar de algo prefiro ser chamado de dealer, mas até isso requer cautela, porque eu faço uns adiantes, não sou ‘profissionalizado’ (risos) (**Entrevistado 9**)

Adler (1985) observa que indivíduos da classe média que comercializam drogas em ambientes privados não se identificam com estereótipos negativos associados ao termo “traficante”. Para esses sujeitos, a revenda não é uma atividade permanente, mas sim uma prática caracterizada por mudanças e oscilações. Segundo o autor, essas pessoas entram e saem do mercado de drogas ao longo do tempo, sem se reconhecerem como negociantes regulares. Mesmo quando estão ativamente envolvidos em transações, não se veem como traficantes, pois mantêm vínculos com atividades convencionais. Essa dinâmica faz com que a revenda seja encarada como uma prática temporária, muitas vezes motivada por “necessidades” financeiras ou pela própria rede de sociabilidade em que estão inseridos. Nesse sentido, o envolvimento no comércio de drogas se configuraria como algo intermitente, sem necessariamente comprometer suas identidades sociais ou inserção em contextos considerados normativos.

A falta de informações não nos permite delinear, com base nas características presentes nos discursos, um perfil conciso dos revendedores envolvidos com esses mercados, contudo, ao que parece, eles podem ser enquadrados na tipologia desenvolvida por Duarte (2019) enquanto consumidores-passadores - um o tipo de ator que estabelece o vínculo com o vendedor e costuma solicitar o pedido de um grupo de consumidores que não querem entrar em contato com o vendedor. Este ator costuma ser o mais exposto do grupo de consumidores e pode ou não ter algum ganho financeiro com isso; ou podem ainda serem enquadrados enquanto consumidores-revendedores - este tipo de ator também costuma ser consumidor, e comercializa ou já comercializou maconha, podendo fazer desta condição uma prática regular ou não.

6.4.3 Acesso aos revendedores:

Como vimos anteriormente, esses mercados guardam em si a característica de serem fechados e cobertos. Por esse motivo, para que os consumidores possam obter a substância, é necessário que mantenham laços com grupos nos quais a cannabis esteja disponível ou haja conexões que possibilitem obtê-la. Via de regra, as relações de amizade funcionam como moderador nas transações entre compradores e interessados, de maneira que o acesso aos revendedores apenas é possível através de redes fundadas na confiança.

De modo geral, foi possível observar duas configurações que se estabelecem a partir dessas premissas: na primeira, o consumidor, que possui o vínculo com um vendedor, repassa o contato para outro consumidor, dando a oportunidade para a realização de compras diretas entre os dois. Nessa configuração, a transmissão de contatos não pode ocorrer livremente, é necessário a permissão do revendedor para que o contato seja repassado a um novo membro em potencial. Aqui, são levados em consideração não apenas a “proximidade” entre vendedor e comprador, mas também a reputação e a confiabilidade. A confiança mostra-se como um elemento determinante para que as relações sejam estabelecidas. A necessidade de confiar no outro é uma condição para que as relações aconteçam e possibilitem o acesso a novos membros na rede com chances de continuidade ao longo do tempo.

Tipo, é uma indicação, tu diz, ó, tem um amigo meu querendo, posso passar teu contato?...varia de pessoa pra pessoa, assim, canal pra canal. **(Entrevistado 1)**

Depende do dealer, né?. Se o cara dizer, ó, pode passar se for alguém de confiança. Então sendo realmente alguém próximo, a pessoa dando essa autorização, né? O dealer. Aí eu passo, mas eu sempre aviso ao dealer que estou passando, sabe? Eu nunca passo sem amizade não. Então eu digo, ó, passei teu contato pra tal pessoa, essa pessoa é minha amiga, essa pessoa é meu primo, essa pessoa... Enfim. É isso, né? Acho que o que eu percebo muito no discurso é essa coisa da confiança... **(Entrevistada 2)**

Eu acho que é sempre pautada, não sempre, mas na maioria das vezes pautada por esses amigos, amigos de amigos. Na minha experiência nunca é uma coisa que, tipo, tu vai buscar uma pessoa pouco conhecida ou contato de um dealer que tu não sabe nem quem é, acho que isso acontecia mais quando eu era mais nova. Hoje em dia, não. **(Entrevistada 8)**

Tem que avisar sempre mano, já aconteceu uma vez do brother passar o contato de um dealer pra outro brother sem avisar, ele levou uma bronca e foi cortado da lista. É questão de segurança né, eu entendo, funciona assim, é um acordo do não dito... **(Entrevistado 10)**

...geralmente, ou eu ofereço pra receber e me encontrar com a pessoa pra entregar, ou então se for passar o contato, eu sempre pergunto pra pessoa antes, por questão de segurança, e tem uns específicos que já deixam explícito que se for pra passar, entre em contato num canal específico pra eles entrarem em contato com a pessoa. **(Entrevistado 4)**

Como a transmissão dos contatos nem sempre é permitida para realização de compras pessoais, os consumidores ficam dependentes da articulação de pedidos coletivos ou do intermédio de algum amigo para a realização da compra. Nesse segundo tipo de configuração, é comum que o indivíduo, detentor dos contatos de fornecedores (“canais”) ofereça-se para fazer a “*ponte*”²³, ou seja, comprar a maconha.

Tem cara que diz logo assim, que não é pra passar. E aí eu não passo. Aí se eu quiser desenrolar algo pra alguém, eu faço a ponte, né? A pessoa vai me dar a grana, eu vou, resolvo com a pessoa e dou a pessoa... (Entrevistada 2)

...quando não rola passar o contato as vezes eu faço o adiante, mas não é pra todo mundo não, só sendo pessoas próximas mesmo, porque acaba sendo um trabalho a mais né. (Entrevistado 7)

Quem faz a ponte normalmente não está interessado em algum proveito material. Ele simplesmente não ganha nada com a empreitada. Em outras circunstâncias, talvez retire um pequeno lucro ao revender a mercadoria a um preço superior, ou reserve para si uma parte maior e melhor da porção adquirida. É raro, porém, que esses ganhos sejam elevados, já que o processo todo envolve redes de amigos.

De qualquer forma, tolera-se que o indivíduo que se dispõe a correr o risco de efetuar a compra receba em troca alguma vantagem:

Pô, eu fico responsável por toda a organização do movimento. Desde arrecadar o dinheiro, entrar em contato com o dealer, organizar o transporte, fazer a separação, tudo sou eu que faço, então de boas ganhar uma coisinha a mais em cima, e a galera toda sabe, tudo é transparente...no final acaba sendo vantajoso pra todo mundo, porque o preço ainda assim sai muito mais em conta. (Entrevistado 10)

Contudo, o comprador que excede no seu interesse por ganhos pode ser visto como explorador e criar mal-estar entre suas amizades. É o caso relatado por um dos meus entrevistados:

Só teve uma vez que um “brother” me passou um pouco a perna, tipo, eu sempre pegava através dele e ele sempre tirava o dele, o que tudo bem, e eu nem pesava pra saber, porque já sabia que ele pegava, e tudo bem, mas aí foi outro amigo que alertou sobre ele, que ele matava muito as coisas. A partir daí eu parei de pegar através dele e fui direto atrás do contato, foi a única tiração que eu me lembro. (Entrevistado 7)

Apesar de “fazer a ponte” ser algo relativamente comum, os entrevistados relatam que preferem passar o contato direto para seus amigos. Isso acontece como uma forma de amenizar os riscos decorrentes da transação. Os riscos, nesse caso, vêm de duas direções. Por

²³ “Fazer a ponte” é uma gíria utilizada para se referir a fazer o intermédio, servir de mediador.

um lado, quem “faz a ponte” teme ser pego pela polícia e submetido a vexames, violências, chantagens e até prisão. Por outro, o indivíduo se expõe a todas as incertezas e perigos do mundo do crime, podendo ser assaltado ou até enganado por seus fornecedores - algo mais raro de acontecer.

...eu me botava mais em risco por conta dessa situação, assim, com risco, polícia tudo mais, eu agora tô tentando sacar mais exatamente essa questão de não ser o atravessador, porque muitas vezes o atravessador é quem se fode, porque de todo jeito é tráfico, né? cai por tráfico. (**Entrevistado 1**)

Eu prefiro passar o contato, não gosto de me expor não, ainda mais por ser mulher, então deixo pra galera mesmo resolver. (**Entrevistada 8**)

6.4.4 A compra:

Segundo os consumidores, é possível apreender que as configurações de compra seguem um determinado padrão. Para a totalidade do universo pesquisado, o principal meio de organização - contatos e pedidos -, para a aquisição da cannabis, ocorre de forma muito discreta através de redes de comunicação via internet - instagram, whatsapp, telegram e raramente o facebook. Geralmente são organizadas listas de transmissão onde informações como, preço, tipos e qualidade, são repassadas para os consumidores que fazem parte da rede com quem os revendedores já possuem uma relação de confiabilidade.

Às vezes é Instagram, às vezes é WhatsApp, às vezes chega a pessoa, ó, tô pegando uma quantidade aqui legal, tá saindo um preço massa. E aí, vai querer? Tá ligado? É um negócio que tipo, é isso, a gente vai aprendendo a também oferecer pros amigos pra o negócio também ficar mais barato, né? Porque é isso, né?. (**Entrevistado 1**)

Normalmente é whatsapp, manda uma mensagem pra ele e marca um local pra pegar, ou combina a entrega... (**Entrevistada 2**)

...eu sempre falo pelo whatsapp com ele, mando um alô e pergunto o que tá rolando, quanto tá, essas coisas...já aconteceu dele quase rodar e a comunicação ficar sendo por telegram, que é mais seguro, mas depois voltou pro zap. (**Entrevistado 8**)

Apesar das listas serem a forma mais comum de divulgação e comunicação dos produtos, ao que parece, a maior demanda parte dos próprios consumidores, que, por estarem em redes fechadas, geralmente possuem contatos fixos, onde mandam mensagem à procura de informações.

... tipo, muitas vezes você pega, tá precisando, né? Na necessidade você chega e fala com a pessoa, e aí, tá rolando o quê? Tá ligado? Mas tem momentos que chega produto novo, ó, chegou isso daqui. A pessoa já sabe, né? Por conta da relação. Ó, chegou isso daqui que eu sei que tu gosta. (**Entrevistado 1**)

Eu costumo ter dealers certos, mas aí o certo do dealer é incerto, né? Porque eles caem. Então, às vezes acontece de um contato ou outro cair, aí você fica meio sem, aí depois, né, ou a pessoa volta, ou você consegue um outro contato, tem um pouco

dessa dinâmica e as coisas voltam a normalizar...geralmente ele avisa quando chega, mas acho que vai muito da minha própria demanda, da demanda de quem consome ir atrás. (Entrevistada 2)

Por meio desse contato, as partes acordam todas as informações necessárias para viabilizar a transação. Esses detalhes incluem preços, tipos e quantidades do produto, além do local de entrega e a forma de pagamento. Em geral, cada dealer estabelece seus próprios critérios para a venda, que podem abranger, por exemplo, a definição de uma quantidade mínima ou um valor mínimo para a realização da compra. Esses parâmetros, apesar de negociados entre as partes seguem um determinado padrão, e tem o intuito de garantir mais celeridade, rentabilidade e eficiência para ambos.

...a pessoa manda o cardápio todo dia de semana e tem um esquema lá de horário de de pessoa para entrar em contato fazer o pedido e chega domicílio é e o preço varia mas ele tem uma certa regularidade nos variantes de maconha que ele tem geralmente o preço não muda muito não. E tem uma quantidade mínima tanto de maconha e de preço para eles fazerem essas entregas ou não? Tem, tem. Esses específicos, todos tem. Eu me recordando aqui de dois específicos, tem um valor mínimo geralmente é de 200 ou de 150 a 200 reais. E tem uma quantidade mínima também, se você quiser menos que isso, eles não entregam. (Entrevistado 4)

O meu contato tem quantidade mínima, tipo, não sai meia só cinquentinha, de bodinho também não sai de uma grama, só a partir de cinco, ele diz que menos disso não fica viável pra ele, muito corre pra pouca grana. (Entrevistado 10)

A busca dos atores por proteção evidencia a existência de padrões tacitamente acordados sobre como proceder em situações de compra. O agir operacional refere-se a comportamentos orientados à manutenção e continuidade das relações. Esses padrões são frequentemente mencionados pelos participantes, que destacam a necessidade de agir corretamente para “não se queimar” no mercado. Nesse contexto, as compras individuais realizadas diretamente com o vendedor precisam ser rápidas e objetivas, desde o momento do diálogo para formalizar o pedido até a entrega do produto. Essa dinâmica busca minimizar riscos e garantir a fluidez das interações comerciais.

Geralmente a gente evita ficar falando muito com os dealers, é coisa bem pontual, pá, pei, pum, tipo, oh, tá rolando o que?, quanto tá?, como faço pra pegar e pronto, sem muita conversa, né nem por nada, mas é bom se garantir, tanto pra ele como pra mim né, nunca se sabe!?. (Entrevistado 9)

A, é sempre bom ser direto, né?, tipo, não explicar muito, nem ficar falando muito sobre, tipo, usar uma gíria ou algo assim. (Entrevistado 3)

6.4.5 Transação:

Todos os consumidores descreveram que os encontros com os revendedores para a transação da mercadoria, são pontuais, práticos e discretos, e costumam ocorrer em espaços

acordados entre ambos. Esses espaços podem ser lugares públicos - o que é raro -, como estacionamento, parques, corredores de universidade ou lugares não muito movimentados; na própria residência dos vendedores - que também é menos comum - e através de entregas ou deliverys no local de trabalho ou apartamentos dos clientes.

Hoje em dia é mais ele que entrega. Mas já rolou uma época dos meus amigos irem pegar. **(Entrevistada 2)**

...hoje em dia tem contato que também deixa a domicílio. Quando a gente ia pegar presencialmente em algum lugar, tinha que se deslocar, mesmo sendo de carro ou então de bicicleta, eu acho que a exposição era maior. Atualmente sendo a domicílio, acho que realmente tá melhor.... acho que é uma junção de pegar uma quantidade para fazer o movimento menos vezes por mês e ser a domicílio também ajuda bastante. **(Entrevistado 4)**

Olha, as vezes que fui eu que recebi, teve de moto, teve muitos de carro, teve alguns que eu fui na residência, teve alguns que eu fui em outra localidade física, teve alguns que eu fui de bicicleta e me encontrei com uma pessoa em uma rua pública, varia muito. mas agora está sendo deixado a domicílio, mas não é comigo, eu não sei se é de moto ou de carro. E normalmente é um preço tabelado, quando varia é raro. **(Entrevistado 9)**

Ao que tudo indica, o delivery parece ser a forma mais comumente praticada nos dias de hoje porque garante mais discrição e celeridade para vendedores e compradores. Todas as entregas são cobradas e as informações necessárias para firmar a transação são acordadas entre as partes, que precisam seguir determinados padrões sobre como proceder.

O primeiro passo é definir o local - é necessário porque é o que define o preço que será cobrado. Segundo os interlocutores os preços geralmente são tabelados por zonas - Zona norte R\$20 reais, Zona oeste R\$30 reais, Zona sul R\$40 reais, mas pode variar dependendo da quantidade adquirida.

A entrega da cinquenta ele cobra vinte reais pra mim, mas se pegar mais de uma ele cobra por cinquenta...tipo, cada cinquenta é vinte, sendo duas, fica quarenta, eu entendo porque é mais exposição pra ele...o de metro cobra cem reais a entrega. **(Entrevistado 10)**

Eu acho vantajoso porque é o preço que eu ia gastar de uber e sem precisar me deslocar pra pegar, recebo na porta de casa né, muito melhor. **(Entrevistado 9)**

Definido o local, é acordado o horário. Segundo os entrevistados, todos os dealers que realizam entregas preferem fazer a transação em horário de pico, como uma forma de aumentar a discrição, “tem mais carro na rua e menos risco de blitz” **(Entrevistada 2)**. Estabelecido o horário é necessário que os consumidores estejam atentos à chegada da encomenda. Normalmente eles compartilham a localização em tempo real por algum aplicativo, como whatsapp. Chegando no local, é estabelecido um tempo de espera, que não

costuma ser superior a cinco minutos, passados o tempo, caso a pessoa que vai retirar o pedido não apareça, o entregador vai embora.

6.5 DE CONFIANÇA E INTERESSES: OS ACORDOS DEVEM SER CUMPRIDOS:

Como visto, ainda que existam diferentes vínculos entre os atores, nestas dinâmicas, a confiança e os laços sociais são elementos recorrentes nos discursos enquanto condição para que a interação se realize. Elas funcionam como mecanismos estruturadores das dinâmicas presentes nesses mercados.

No entanto, não podemos ignorar o papel do interesse financeiro para a consolidação dos vínculos. Como as redes de tráfico de drogas estudadas são comércio ilegais, não há qualquer regulamentação das atividades que produza alguma garantia de que o outro cumprirá com a sua parte dos contratos. Nesse sentido, a principal garantia nas relações cooperativas é o interesse. O interesse nessas relações cooperativas é mútuo, pois todos os traficantes dependem daqueles que dão vazão às suas mercadorias, assim como os consumidores dependem que os vendedores cumpram com o acordo estipulado. O interesse altera não apenas o cálculo racional dos riscos e benefícios financeiros, mas também alguns valores compartilhados entre os traficantes, como a honra e o prestígio.

Esses interesses estariam então fundados, de um lado, nos aparatos econômicos, de outro, nos vínculos pessoais e nos valores morais compartilhados - que permitem ao indivíduo confiar no outro - e que se fundamentam na cooperação das relações presentes nesses mercados (Gambetta, 2000). Essa cooperação, evidencia a existência de padrões tacitamente acordados sobre como proceder em determinadas situações, orientando o comportamento dos sujeitos e reproduzindo expectativas positivas em relação ao comportamento dos outros tomando por referência a crença no valor da confiança. Sendo assim, há uma recorrente preocupação em “cumprir” os acordos, porque depois pode-se “precisar do amigo” em outras circunstâncias. E para “cumprir a missão”, é necessário confiar no outro.

Esses interesses, fundados a partir de vínculos pessoais e valores morais, desempenham um papel crucial em garantir que o acordo seja cumprido conforme o combinado. Eles asseguram que a transação ocorra no momento previamente definido, que o peso e a qualidade do produto correspondam ao que foi prometido e que o item entregue seja exatamente o que foi ofertado. Dessa forma, a confiança mútua entre os atores se torna uma

peça central para a concretização das trocas, substituindo as garantias formais típicas de mercados regulados.

A pessoa tem uma relação, né? Eu acho que, no final das contas, principalmente com a maconha, com a cocaína também rola, mas de você criar uma relação com o seu contato, mesmo que sendo um negócio que lhe põe em risco é uma coisa que lhe dá acesso a outras paradas também assim de chegar e falar o negócio melhor do que da última vez de ter inclusive uma sinceridade assim no contato de volta melhor que da última vez está pior tá daquele jeito acho que a relação é pautada na confiança. (Entrevistado 1)

...depende da relação que eu tiver contato mesmo assim com o canal porque tem canal que só me dizendo o que é assim eu boto fé na ideia aí de boa. (Entrevistado 3)

Eu tenho dois contatos que eu já pego a mais de ano, então eu sempre boto fé na ideia deles... eles nunca deram bola fora, quando tá mais ou meno eles dizem, quando tá bom eles dizem...como nunca deu errado eu confio, boto fé. (Entrevistado 9)

...é complicado, a coisa vai sendo construída, tem uma galera que quer tirar, aí eu já corto logo, mas tem galera que tem firmeza na ideia. O que eu pego sempre é ideia check, e ele sabe que eu sempre tô pegando uma quantidade boa, então não tem porque ele se queimar dizendo uma coisa e botando outra, aí eu confio mesmo (Entrevistado 4)

Como veremos mais à frente, esses interesses também são determinantes para as configurações de pagamento - como descontos -, possibilidade de crédito e cobrança no não cumprimento dos acordos.

6.5.1 Qualidade e falsificação:

Entre os consumidores, a preocupação com a qualidade do que consomem é um tema recorrente nos discursos. A falta de agências responsáveis pela fiscalização das mercadorias voltadas para o consumo impossibilita qualquer garantia sobre a procedência dos produtos comercializados. Como alternativa à falta de regulação, todos os usuários desenvolvem seus critérios para reconhecimento da qualidade do produto a ser consumido e utilizam de estratégias como o uso de fotos e o contínuo compartilhamento de relatos e experiências de consumo. As gradações de qualidade são estabelecidas a partir da avaliação de uma série de aspectos: cor, presença de *resina*, quantidade de *tricoma*²⁴, de belotas em proporção à talos e sementes, cheiro e efeitos produzidos. Segundo os interlocutores, mesmo confiando na palavra do vendedor, eles geralmente pedem foto ou algum tipo de comprovação, como uma forma de garantia.

²⁴ Os tricomas são responsáveis pelo aspecto resinado das plantas de cannabis, sendo uma indicação de alta potência. Eles contêm glândulas secretoras que produzem resina, responsável pelos sabores, aromas e compostos como canabinoides, terpenos e THC..

Nem sempre eles mandam foto pra comprovar a qualidade, é tipo, meu amigo pegou, pego com ele há muito tempo, já entendo e confio nessa pessoa. É mais pela base da confiança na pessoa mesmo, assim...”Às vezes o cara manda, às vezes o dealer manda uma foto. Eu confesso que essa sou eu também. Acho que outras pessoas fazem diferente. Eu não peço muito não, sabe?. **(Entrevistada 2)**

Meu critério é muito pela minha experiência mesmo, assim, como são anos e anos de estar nessa caminhada de maconha e outras drogas, eu consigo entender qual é a qualidade do produto, consigo entender por foto que a galera manda e tudo mais. **(Entrevistado 1)**

É meio incerto. Assim, às vezes vem massa, às vezes não vem tão massa. Não tem muito... Esse controle, né?, a pessoa acaba confiando. **(Entrevistado 7)**

Apenas um relato sobre “falsificação” surgiu nas entrevistas:

Teve uma vez que o bixo veio querer passar um solto como bodinho, tipo, era um solto muito bom, aí ele veio dizer que tava rolando uma promoção, num sei o que, aí beleza né, eu peguei, quando chegou vi na hora que não era bode, que era solto, mandei uma mensagem na mesma hora e ele trocou, disse que tinha se confundido, mas eu fumo a anos, tô ligado já nessa, se fosse outro tinha caído...aí eu parei de pegar com ele, era um contato novo, se queimou. **(Entrevistado 1)**

Por ser fundado em redes onde os participantes normalmente conhecem os vendedores e vice-versa, é muito raro a ocorrência de falsificação ou o não cumprimento dos acordos. Quando ocorrem, são pontuais e logo se resolvem, como veremos mais à frente.

6.5.2 Pagamento:

O pagamento é outro elemento acordado entre as partes. Geralmente existem duas possibilidades: pagar adiantado, como uma forma de garantia do produto, ou - o que parece ser mais comum -, pagar no momento em que se recebe a mercadoria. Essa tem sido a preferência da maioria dos entrevistados como uma forma de garantir que o contato não vai “cair” antes da entrega do produto.

Normalmente é adiantado. Porque aí é outro bagulho de confiança também, né?. Mas já me ofereceram o fiado, eu particularmente não gosto não, gosto de pagar tudo à vista, ainda mais porque não pego grandes quantidades, pego só o que eu fumo, então tá de boas. **(Entrevistada 2)**

Eu normalmente pago quando recebo, vai que o cara cai a caminho daqui, eu fico sem o dinheiro e sem a mercadoria”. **(Entrevistado 10)**

...depende do corre, mas depois que eu perdi uma grana assim porque ele caiu, eu prefiro pagar na hora que pego o negócio...às vezes rola de da metade antes e metade no momento, depende da quantidade também. **(Entrevistado 1)**

O pagamento costuma ser realizado via PIX, transferência bancária — menos comum — ou em dinheiro, depende do que é estipulado por cada vendedor. Aqueles que

comercializam pequenas quantidades costumam aceitar PIX ou transferência sem restrições. Por outro lado, vendedores que lidam com maiores volumes, como quilos, preferem receber em dinheiro. Segundo um dos entrevistados, essa prática é "uma forma de continuar no anonimato" (**Entrevistado 1**). Além dessas configurações de pagamento, ainda existe a possibilidade do crédito, como veremos a seguir.

6.5.3 Crédito:

Meus interlocutores afirmaram que o crédito é uma possibilidade que vem crescendo nos mercados das classes médias, “principalmente se você pega uma quantidade boa” (**Entrevistado 9**). O mais comum é que exista um consenso em torno das relações de crédito, garantindo que os acordos firmados, embora sempre orais, tenham sua validade respeitada. A prática do fiado contribui para agilizar o escoamento das mercadorias, beneficiando tanto o devedor, que pode estar momentaneamente sem capital para investir, quanto o credor, que encontra no fiado uma forma mais rápida de comércio e busca se livrar do "flagrante" o quanto antes.

Mais uma vez, é possível observar que a possibilidade do crédito está atrelada à confiança que é estabelecida entre as partes.

Mais recentemente, talvez coisa de um ano, que está rolando um fiado, está rolando uma pessoa mais fixa. Que às vezes varia muito o fornecedor e é difícil essa confiança do fiado. Mas atualmente está rolando mais do que há um tempo atrás... eu acho que é pela frequência, é uma vez por mês, aí às vezes é no fim, às vezes é no começo, depende muito. Mas já está há uns 6, 7, 8, talvez até mais meses pegando com a mesma pessoa. E acho que essa frequência aí dá essa confiança... e pagando tudo certinho também, porque a gente está sempre ligado no prazo, está um sempre alertando o outro para quando está perto, se vai dar, se não vai dar. Já aconteceu muito de um cobrir pro outro pra não atrasar e a gente se resolve. (**Entrevistado 4**)

...esse bixo de metro faz um fiado, geralmente a gente paga metade na hora que o produto chega e a outra metade paga com uma semana, é tudo baseado na confiança, até porque a gente pega com ele todo mês, e sempre pagou tudo certinho, é uma via de mão dupla. (**Entrevistado 10**)

O bom pagador, que cumpre os prazos, é estimado nas redes desse mercado e mantém a sua credibilidade junto aos seus contatos. Nesses mercados, o preço estipulado na venda a prazo geralmente é fixo, de maneira que não sofre a imputação de juros, multas ou qualquer outra correção vinculada ao atraso, e mesmo que se estabeleçam margens de prazo para os pagamentos, não há uma rigidez no acerto de datas, prevalecendo um consenso implícito sobre o quando se espera que os débitos sejam quitados.

6.5.4 Cobrança e o não cumprimento dos acordos:

E se os acordos não forem cumpridos?. Segundo os interlocutores, raramente isso acontece, e mesmo quando não são, os laços diretos e indiretos entre quem compra e quem vende geram uma baixa probabilidade de uso de violência no controle e regulação desses mercados (Sapori e Medeiros, 2010).

Gambetta (2000a), afirma que a violência substitui e pode ser substituída por valores, interesses e vínculos pessoais. Nessas redes de comércio, esses três mecanismos de inibição ao emprego da força aparecem de maneira decisiva: além de serem compartilhados valores em torno da fidelidade aos “contratos” firmados, a coerção do outro é uma prática moralmente recriminada entre pares e fere a estratégia oculta de distinção desses traficantes. Há uma interdependência entre as partes, ampliando as motivações para a cooperação e os vendedores percebem as vantagens de manter os modos “normalizados” de interação; as transações comerciais e, principalmente, as de crédito são efetuadas entre “conhecidos”, sendo maiores os constrangimentos à traição e à retaliação violenta. Segundo Grillo (2008) ainda existe o fato de que:

O traficante de classe média, além de não estar inserido em um grupo que o incentivaria e apoiaria em tal empreendimento, tem a consciência de que não poderia matar outro jovem de classe média e sair impune, pois a investigação dedicada pela polícia a um caso dessa sorte, certamente conduziria ao seu esclarecimento. Tratando-se de jovens que sequer aceitam ser chamados de traficantes e encobrem as suas práticas ilegais, manipulando a informação social sobre o estigma que os torna desacreditáveis (GOFFMAN, 1988) ou sobre o seu comportamento secretamente desviante (BECKER, 1991), seria mais custoso revidar a falta de um devedor do que arcar com tal prejuízo, pois uma atitude violenta acabaria por arremessar o agressor nas garras da sujeição criminal. O repúdio ao emprego da força para a cobrança dos débitos envolve, portanto, um cálculo de custo e benefício que lhes é acessível. (Grillo, 2008, p. 32)

Ao serem questionados sobre casos em que os acordos não foram cumpridos — seja por uma quantidade inferior à combinada, por uma qualidade diferente da esperada ou mesmo por um produto que não correspondia ao ofertado —, meus interlocutores relataram que:

o que teve pelo menos uma vez que veio muitos zarel²⁵, muito mesmo, e a gente conseguiu trocar, a gente falou lá com o fornecedor, mandou foto, a gente tem a balança tudo certinho, mandou foto, e ele mandou outro rapaz e trocou. Mas também já tiveram casos de vir uma qualidade a menos, ou de vir umas cinquentinhas a menos, e a gente reclamar, mas não dar em nada, também aconteceu. no geral tá vindo no padrão isso aí foram exceções digamos assim não é a regra. (Entrevistado 4)

...quando vem coisa errada a gente normalmente fala com o dealer, não eu diretamente, porque eu não ocupo essa figura mais central nessa movimentação, mas os meninos que ocupam falam com o cara, tentam trocar, tentam reaver a grana de volta e devolver. (Entrevistada 2)

²⁵ Zarel é a gíria utilizada para se referir a “poeira” que sobra da maconha, são pequenas partículas de maconha que lembram uma poeira e que são consideradas como os “restos” da planta.

Já aconteceu de acontecer isso de não contar e quando vê, tem menos, mesmo assim, aí o cara reclama, mas às vezes volta a procurar essa mesma pessoa, porque não tem mais opções, né, assim, é isso, é um problema essa questão de, tipo, você não ter um “SAC” (risos), tá ligado? Porque aí não tem um controle da erva, não tem um controle de quantidade, não tem um controle de THC, não tem um controle disso, várias coisas assim. **(Entrevistado 1)**

Apesar da ocorrência de situações de não cumprimento dos acordos, tratam-se de casos raros e isolados, e mesmo quando acontecem, os relatos apresentados acima evidenciam que - por se basearem em critérios morais como confiança e prestígio -, os consumidores sentem-se mais à vontade para reclamar.

Nenhum dos entrevistados relatou alguma situação onde os acordos não foram cumpridos por parte dos consumidores. É necessário cumprir os acordos, porque, caso contrário, “você pode ficar queimado” o que pode acarretar na sua “retirada da lista de contatos”. Em ambos os casos - descumprimento por parte dos vendedores ou consumidores -, as sanções, quando ocorrem, ficam restritas ao campo da moralidade, como prejudicar a reputação entre os conhecidos ou bloquear seu contato.

...quando vem matado eu falo: tá faltando, vamo arrumar isso aí, aí na próxima, dependendo de como for a reação da pessoa eu pego e continuo a falar ou então paro de falar mesmo, bloqueio o contato pra evitar desgaste. **(Entrevistado 10)**

Ninguém quer se queimar né, então é raro algo assim acontecer, um depende do outro, ele quer vender e eu quero comprar, e todos meus amigos pegam com o mesmo corre, então ele se queimando com um, se queima com todos. **(Entrevistada 2)**

Nenhuma situação em que tenha sido necessário recorrer à violência física foi mencionada pelos interlocutores. É possível inferir, portanto, que uma “cultura da violência” nos mercados de maconha das classes médias do Recife praticamente não se faz presente, sendo o uso da força evitado e até condenado entre seus participantes.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O objetivo central deste trabalho consistiu em traçar um “perfil” dos mercados de maconha que atendem as classes médias da cidade do Recife, procurando compreender como eles se estruturam e se desenvolvem e como se estabelecem seus processos de regulação e governança. Essa pretensão nasce diante da lacuna de informações sobre os mecanismos que comandam esses mercados, fazendo com que encontremos nos meios de comunicação, discussões acadêmicas e círculos de políticas públicas um debate ainda incipiente, com informações defasadas e representações um tanto equivocadas desse fenômeno tão atual.

Na intenção de suprir essa lacuna, empreendemos uma pesquisa qualitativa baseada na metodologia da observação e em entrevistas semi-estruturadas realizadas junto a uma rede social de consumidores de maconha socialmente integrados, pertencentes às classes médias urbanas, dentro da cidade do Recife/PE, na busca por informações que possam contribuir para um quadro explicativo mais consistente.

Destacamos que não foi o objetivo da pesquisa atender a um quantitativo que represente todo o universo dos mercados de maconha das classes médias dentro da Região Metropolitana do Recife, esses mercados são bastante heterogêneos e guardam em si, particularidades muito próprias, de maneira que não é possível a generalização. Todavia, a premissa adotada para a abordagem, bem como as análises utilizadas no presente estudo, tiveram a intenção de explorar e aprofundar a compreensão sobre este determinado grupo social.

Para conseguir tal empreitada, nos debruçamos sobre algumas teorias centrais para compreender como poderíamos localizar nosso objeto sociologicamente. Nesse sentido, a partir da articulação dos conceitos de governança, enraizamento social, economia moral e confiança, identificamos o fenômeno do mercado de maconha enquanto um conjunto de ações dos atores, que a partir de suas posições sociais tendem a se encontrar, em função dos estilos de vida que pautam seu cotidiano, onde seus comportamentos compõem e moldam a atuação do mercado - já que tais relações representam a própria base sobre a qual se estruturam.

Nesse sentido, configurações sociais distintas ocasionam relações de mercados distintas e, portanto, implicam o surgimento de regras formais e informais que regulam as interações próprias a cada mercado, onde os múltiplos arranjos políticos, históricos, sociais, institucionais e econômicos do contexto em que se insere cada mercado são diretamente responsáveis por moldar as dinâmicas internas e estruturantes dos mesmos, compreendendo assim importantes chaves explicativas para analisarmos as relações que os compõem e, conseqüentemente, a produção de ordens institucionais e formas de governança distintas entre eles (Fligstein e Dauter 2007).

Nessa perspectiva, embora os questionamentos levantados possam gerar uma série de desdobramentos e problemas de pesquisa, o pesquisador entende que o uso dessa estrutura conceitual pôde nos fornecer uma interpretação de médio e longo alcance sobre as complexas dinâmicas que estão presentes nos mercados de cannabis da cidade do Recife.

Apesar de não ser possível a generalização, é factível destacar alguns preceitos relevantes sobre sua estrutura e funcionamento, pois, apesar de seu caráter heterogêneo, eles guardam em comum certas singularidades.

A primeira questão refere-se ao caráter social inerente a esses mercados. As relações econômicas são compreendidas como construções sociais que emergem das interações entre os atores, moldadas por culturas e valores que orientam suas ações. Nesse sentido, a estrutura social não opera de forma independente; ela é o resultado objetivo de processos subjetivos que influenciam diretamente o comportamento dos indivíduos. Nesse contexto, a confiança destaca-se como o principal elemento regulador das dinâmicas e transações.

A partir desse referencial o trabalho se debruça ao estudo de uma sociabilidade específica - “normalizada” -, em torno da venda e consumo de maconha, que se distingue de todas as demais formas de interação observadas no conjunto mais amplo desse mercado, porque articula redes relacionais fundadas na amizade.

A partir dessa lente, foi possível apreender como os consumidores se organizam para efetuar suas compras e identificar diferentes fluxos para que as mercadorias cheguem aos mesmos. Estes fluxos dizem respeito aos tipos de vínculos estabelecidos entre consumidores e revendedores e principalmente quais são os procedimentos utilizados nas compras. Além disso, a situação de classe dos consumidores favorece situações de proteção nas dinâmicas estabelecidas no varejo.

Possivelmente, o achado mais relevante desta pesquisa, evidenciadas a partir dos discursos dos entrevistados, está na compreensão da necessidade de confiança para participar destes mercados e como este mecanismo também opera nas relações entre os membros do grupo, entre quem estabelece o vínculo externo e quem vende e também enquanto mecanismo cumulativo ao longo do tempo, onde as experiências exitosas resultam num aumento do nível deste sentimento.

Identificamos diversas configurações em que a confiança é essencial para garantir a continuidade do processo. O acesso ao grupo exige a aprovação de alguém que já faça parte da rede, seja por meio do compartilhamento de um contato, da intermediação de uma compra ou da garantia de que o "novo" ator não representa riscos à preservação do status quo dentro da rede.

Outro achado importante da pesquisa diz respeito às estruturas organizacionais presentes nesses mercados. Ao contrário da crença comum, de que todos os mercados ilegais de drogas estão sujeitos ao “controle central de um grupo, cuja autoridade pode repousar em uma reputação bem estabelecida para comandar grandes forças de violência e/ou controle da polícia corrupta e autoridade política” (Reuter, 1985), os mercados de drogas, em sua cadeia de distribuição de base, geralmente, são povoados por numerosas, relativamente pequenas, e muitas vezes efêmeras “empresas”, onde os relacionamentos estão mais próximos de uma pequena “competição” do que do conluio, e onde a violência é praticamente inexistente e até mesmo condenada entre seus participantes, sendo as sanções, na maioria das vezes de cunho moral (Daudelin e Ratton, 2017, 2018).

Nesse sentido, podemos utilizar o modelo *freelance* de distribuição, proposto por Johnson, Hamid e Sanabria em “Emerging Models of Crack Distribution” (1992), como norte para os resultados da pesquisa. Diferentemente do modelo empresarial (*business model*), que caracteriza-se por uma estrutura hierarquicamente estratificada pelas relações empregador-empregado, pela verticalidade dos fluxos de capital, distribuição dos territórios para a atuação e a fixidez dos preços para a venda, o modelo *freelance* caracteriza-se pelo fato de os autores cooperam voluntariamente e se associam em transações pontuais, cujos termos do acordo são negociados entre as partes, podendo ou não se estender por relações comerciais mais regulares, havendo uma ampla diversificação de parceiros e as drogas sendo pagas à vista ou em consignação, dependendo das circunstâncias.

A partir desses dados, é possível inferir que não se observa uma estrutura de “crime organizado”. Os empreendedores individuais associam-se, mas não compõem grupos com diferenciação funcional interna, não devem respeito a uma hierarquia de mando e cuja operação não é territorializada.

No mais, é importante destacar que o papel do Estado na regulação desses mercados também se mostra determinante para sua organização - e constante reorganização. Os atores precisam criar estratégias para superar os obstáculos impostos por esses mecanismos de controle na busca pela continuidade das transações econômicas.

As características descritas representam as principais informações identificadas pelo pesquisador a partir de entrevistas e observações realizadas. No entanto, os mercados canábicos são altamente diversificados e dinâmicos, apresentando variações significativas a partir de diferentes contextos. Por essa razão, não é possível universalizar essas informações a

todos os mercados existentes na cidade do Recife. Cada mercado possui suas particularidades, refletindo as especificidades das relações sociais e econômicas que os compõem.

Apesar de entender que esses mercados são extremamente dinâmicos e heterogêneos, a capacidade explicativa das variáveis discutidas acima parece forte o suficiente para construir um relato conciso da situação. De outra forma, o pesquisador entende que a pesquisa pode contribuir para a construção de um quadro explicativo mais elucidativo, sendo capaz de abrir novas perspectivas e problemas de pesquisa.

REFERÊNCIAS:

- ADLER, P.A. **Wheeling and dealing: An ethnography of an upper-level drug dealing and smuggling community**. New York: Columbia University Press. 1985
- ARIAS, E.D. GRISAFFI, T. 2021. **The Moral Economy of The Cocaine Trade**. In: Cocaine: From Coca Fields to the Streets. Duke University Press.
- AZEVEDO, Rodrigo Ghringhelli. 2005, “**Criminalidade e justiça penal na América Latina**”. Sociologias, 7 (13): 212-241.
- BARDIN, Laurence, 2011. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70.
- BASTOS, Francisco Inácio Pinkusfeld Monteiro, et al. (Org.). **III Levantamento Nacional sobre o uso de drogas pela população brasileira**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ/ICICT, 2017.
- BECKER, H. 2008. **Outsiders: Estudos de sociologia do Desvio**.
- BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K, 1994. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. Porto (Portugal): Porto Editora.
- CASTRO, M. 2020. **Cannabis e Desenvolvimento: mudanças sociais, políticas e econômicas no mercado da maconha**. Revista Ciências Humanas, 13(3).
- DAUDELIN, Jean. RATTON, José Luiz. 2018. **Illegal Markets, Violence, and Inequality: Evidence from a Brazilian Metropolis**. Switzerland: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-76249-4>
- DAUDELIN, Jean. RATTON, José Luiz. 2017. **Mercado de drogas, guerra e paz no Recife**. Tempo Social, revista de sociologia da USP, v. 29, n. 2.
- DURÁN-MARTÍNEZ, Angélica. **To Kill and Tell? State Power, Criminal Competition, and Drug Violence**. Journal of Conflict Resolution, v. 59, n. 8, p. 1377-1402, 2015.
- FERNANDES, I.R. 2022. **Uma Análise Econômica e Social Acerca da Legalização da Cannabis Sativa no Brasil**. Tese (doutorado), Universidade Federal de Santa Catarina.
- FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. **The Sociology of Markets**. Annual Review of Sociology, v. 33, n. 1, p. 105–128, ago. 2007.

FRAGA, Paulo Cesar. 2006. **Plantios ilícitos no Brasil: notas sobre a violência e o cultivo de cannabis no polígono da maconha**. Cadernos de Ciências Humanas—Especiaria 9 (15): 95–118. jan./jun.

FRAGA, P.C.P; IULIANELLI, J. A. S. 2011. **Plantios ilícitos de ‘Cannabis’ no Brasil: Desigualdades, alternativa de renda e cultivo de compensação**. Dilemas-Revista de Estudos de Conflito e Controle Social.

FRAGA, P.C.P; SILVA, J. K. N. 2017. **A participação feminina em mercados ilícitos de drogas no Vale do São Francisco, no Nordeste brasileiro**. Tempo Social, revista de sociologia da USP.

FRAGA, P.C.P et al. 2022. **De Maconha à Cannabis: Entre Política, História e Moralidades**. Editora UFJF.

GARCIA, M. L. T., Leal, F. X., & Abreu, C. C. 2008. **A política antidrogas brasileira: velhos dilemas**. Psicologia & Sociedade, 20(2), 267–276

GAMBETTA, Diego. 2000. **Can we trust?** IN: Gambetta, Diego (ed.) **Trust: making and breaking cooperative relations**. Edição eletrônica, Departamento de Sociologia, University of Oxford.

GEMICI, K. 2007. **Karl Polanyi and the antinomies of embeddedness**. In: Socio-Economic Review, Volume 6, Issue 1, January 2008, Pages 5–33.

GRILLO, Carolina C. 2008. **Fazendo o doze na pista: um estudo de caso do mercado ilegal de drogas entre os jovens de classe média do Rio de Janeiro**. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade Federal do Rio de Janeiro.

GRILLO, C. **O “morro” e a “pista”: Um estudo comparado de dinâmicas do comércio ilegal de drogas**. Dilemas. V.1, n.1. 2008b

JOHNSON, Bruce, HAMID, Ansley e SANABRIA, Harry. 1992. **Emerging models of crack distribution**. In: MIECZKOWSKI, Tom (ed.), Drug, crime and social policy: research, issues and concerns. Boston: Ally and Bacon.

Krippner G. R. (2001). **The elusive market: Embeddedness and the paradigm of economic sociology**. Theory and Society, 30, 775–810

LEESON, Peter & Skarbek, David, 2010. **“Criminal constitutions”**. *Global Crime*, 11 (3): 279-298.

LESSON, Peter. 2014. **Anarchy Unbound: Why Self-Governance Works Better Than You Think**. New York/Cambridge: Cambridge University Press. Libecap, Gary D. 1989. **Contracting for Property Rights**.

LESSING, B. 2020. **Conceptualizing Criminal Governance**. In: American Political Science Association.

MACRAE, E. 2000. **Antropologia: aspectos sociais, culturais e ritualísticos**. In: S. D. Seibel & A. Toscano Jr (Orgs.), *Dependência de drogas* (pp. 24 35). São Paulo: Editora Atheneu

MACRAE, E. & Simões, J. A. A. 2003. **A subcultura da maconha, seus valores e rituais entre setores socialmente integrados**. In: M. Baptista, M. S. Cruz, & R. Matias (Orgs.), *Drogas e Pós-Modernidade: faces de um tema proscrito*. Rio de Janeiro: Eduerj

MOHAMED, A. Rafik & Fritsvold, Erik D, 2011. **Dorm room dealers: drugs and the privileges of race and class**. Reprint edition. Boulder/Londres, Lynne Rienner.

MOELLER, K. 2020. **Drug Market Criminology: Combining Economic and Criminological Research on Illicit Drug Markets**. In: [international Criminal Justice Review](#). V. 28, Nº 3, P. 191-205.

PEARSON, Geoffrey et al. **Middle Market Drug Distribution: Home Office Research Study**. Home Office, 2001.

REUTER, Peter. 1985. **The Organization of Illegal Markets: An Economic Analysis**. EUA: National Institute of Justice.

———. 2009. **Systemic violence in drug markets**. *Crime Law and Social Change*, 52 (3): 275-284.

SOUZA, Jessé, et al. 2016. **Crack e exclusão social**. Brasília: Ministério da Justiça e Cidadania, Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas.

SOUZA, R. J. 2022. **Fazendo o Corre: Um Estudo de Caso Sobre os Mercados de Maconha e as Classes Médias do Recife**. Trabalho de Conclusão de Curso - Centro de

Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco. Pernambuco.

SKARBEEK, David, 2014. **The social order of the underworld**. Oxford/Nova York, Oxford University Press

Tilio, R., & Capeli, B. M. 2018. **Representações de Pessoas de Diferentes Classes Sobre Substâncias Psicoativas**. *Revista Augustus*, 22(44), 121-144.

UNODC - United Nations Office on Drugs and Crime. **World Drug Report 2020**. Viena: United Nations Publication, 2020.

UNODC - United Nations Office on Drugs and Crime. **World Drug Report 2021**. Viena: United Nations Publication, 2021.

VELHO, G. 1994. **A dimensão cultural e a política dos mundos das drogas**. In: A. Zaluar (Org.), *Drogas e cidadania: repressão ou redução de riscos* (pp. 23–30). São Paulo: Brasiliense.

———. 1998. **Nobres e anjos: um estudo de tóxicos e hierarquia**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.

ZINBERG, N. **Drug, set and setting: the basis for controlled intoxicant use**. New Haven: Yale University Press, c1984.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA

História de uso de drogas

(1) **Drogas lícitas:** Uso de tabaco, álcool e outras substâncias.

(2) **Drogas ilícitas:** Perguntas a respeito do uso de várias categorias de drogas (maconha, solventes, anfetaminas, tranquilizantes e outras drogas) durante a vida e durante o último mês. Além do nome comercial da droga, gírias e exemplos. Por exemplo: anfetamina, também conhecida como "bala"; LSD, também conhecido por "doce"; cocaína, também conhecida como "nine", "bright", "padê".

Redes de sociabilidade:

Trajetória:

1. Onde estudou. Fez pós graduação?
2. Como foi o primeiro contato com a maconha, quem te "iniciou"?
3. Com quantos anos fumou a primeira vez
4. Onde fumou?
5. Como fazia para ter acesso (compra)
6. Você acredita que começar a fumar te fez ser aceito em algum grupo e/ou te fez aumentar sua rede de amigos ?- Becker o caráter interacional e os aspectos dos rituais (a leitura de Randall Collins da teoria de Durkheim)
7. Em que momento você decidiu ser um usuário regular ao invés de ser só em momentos esporádicos?; ou que te faz ser apenas um usuário esporádico e não regular?
8. Ao passar a comprar regularmente você ponderou se havia riscos no processo ou a densidade da tua rede te fez ficar tranquilo e você nunca pensou em riscos?
9. Relações com outras drogas (álcool, doce, bala) álcool, cigarro

Aquisição e padrão de consumo:

1. Acesso, violência, cuidado e risco:

- a. Como faz para conseguir a cannabis:
 - i. Como vocês se organizam para pegar? (algum amigo toma a frente?)
 - ii. Contatos, preço, qualidade, quantidade, tipos.
 1. Pedem foto?
 2. O preço é tabelado ou existe mudança dependendo da quantidade?
 3. Se não existe cumprimento dos acordos, como se dá a sanção?
 - iii. Como se dá o acesso com os revendedores? (confiança)
 1. Passa contato?. Se sim, como acontece a dinâmica?
- b. Já teve que pegar em alguma boca ou algo similar?

- c. Já levou algum baculejo?

2. Confiança e crédito

- a. Paga adiantado ou só na hora?
- b. Ficar devendo?
- c. Delivery?, vai buscar?
- d. Se um contato não tem, pensa na possibilidade de pegar com outro?
- e. Se o seu contato só tem uma cannabis de menor qualidade (prensado) e você costuma usar flôr ou soltinho, você aceita o prensado para não ficar sem ou prefere esperar? (contrário também pode ser questionado);
- f. Existem momentos em que você se dispõe a comprar um produto mais caro (pack; colômbia, flor, etc). Se sim, que momentos são esses? Quando você ganha uma grana extra ou quer "se presenciar"?
- g. Você já teve algum tipo de quebra de confiança com seu contato? ex: quantidade menor do que o combinado; qualidade menor do que o prometido etc?
- h. Teu contato já te repreendeu por alguma conduta tua dentro da interação de vocês? Ex: passar o contato dele para uma pessoa que ele não sentiu confiança; atraso no pagamento, ou outras situações.

3. Uso:

- a. Como fuma
 - i. Baseados, vaporizadores, pipes
- b. Outras formas de consumo
 - i. Comestíveis, óleos, chás, bebidas, CBD
- c. Como guarda/conserva:
- d. De que horas costuma fumar
- e. Onde costuma fumar
- f. A cannabis e o trabalho
- g. Como lida com a baixa?
 - i. Na baixa, você já foi a locais que você considerava perigoso para não ficar sem usar ou preferiu esperar o tempo que fosse necessário? prefere esperar
- h. Uso em grupo x uso sozinho
- i. fumar na rua:
- j. Maconha e outras drogas:
 - i. Costuma misturar a cannabis com outras substâncias?
 - 1. álcool. cocaína acalma. dia a dia.

4. Sobre diminuição de consumo:

1. Você alguma vez já parou ou diminuiu drasticamente o consumo por um período de tempo? Se sim, foi por falta de grana (ajustes no orçamento), para fazer um "detox" ou algum outro fator?

5. Moralidades:

Relação com a família:

1. Sua família sabe? Você esconde o fato de ser usuário? Já existiram conflitos em relação a isso?.

Sobre o estigma do maconheiro e outras drogas:

1. Como você enxerga os usuários de outras drogas (principalmente o pó)
2. Relações amorosas: o teu (a tua) parceira (parceiro) também usa? Se não, como ela/ela lida com isso? isso gera conflitos ou é aceito sem problemas?
3. Você já teve problemas em outros relacionamentos por ser usuário ou você só escolhe se relacionar com quem aceita isso logo de cara?
 - a. O mesmo tipo de questão pode ser feita para relações de amizades.

APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você foi convidado(a) como voluntário(a) a participar desta pesquisa qualitativa, desenvolvida por mim, Rodrigo Philippini, aluno do Curso de Mestrado no Programa de Pós-graduação em Sociologia, da Universidade Federal de Pernambuco. Todas as informações serão obtidas através de entrevista composta por perguntas e respostas objetivas.

Nos termos da Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde, lhe é garantido:

- a) A privacidade quanto aos dados de identificação e resultados obtidos, uma vez que o sigilo sobre as informações apuradas é total durante e após o término da pesquisa. Os resultados obtidos eventualmente divulgados em trabalhos científicos não revelarão sua identidade;
- b) Todas as informações sobre o estudo serão fornecidas pelo pesquisador para que você possa decidir livremente sobre a sua participação na pesquisa;
- c) As informações prestadas por você durante a pesquisa não implicarão em riscos ou benefícios e como a participação é voluntária, não haverá nenhum compromisso financeiro com o Departamento de Sociologia/PPGS/UFPE;
- d) A liberdade de recusar a participar da pesquisa ou retirar o consentimento, a qualquer momento.

AUTORIZAÇÃO

Em vista dos esclarecimentos prestados, eu, _____ manifesto a minha concordância em participar voluntariamente desta pesquisa nos termos acima apresentados.

Por ser verdade,

(Participante voluntário)

Rodrigo José Philippi de Souza
Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE
(Pesquisador Responsável)

José Luiz Ratton Professor e Pesquisador do Departamento de Sociologia do
Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE
(Orientador)

Recife, ____ de ____ 2024