



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

BÁRBARA SOFIA FÉLIX DUARTE

DOCE E BALA NO VAREJO: o funcionamento do mercado de drogas sintéticas no Recife

Recife
2019

BÁRBARA SOFIA FÉLIX DUARTE

DOCE E BALA NO VAREJO: o funcionamento do mercado de drogas sintéticas no Recife

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

Área de concentração: Mudança social

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

Recife
2019

Catálogo na fonte
Bibliotecária Valdicéa Alves Silva, CRB4-1260

D812d Duarte, Bárbara Sofia Félix.
Doce e bala no varejo: o funcionamento do mercado de drogas
sintéticas no Recife / Bárbara Sofia Félix Duarte. – 2019
80 f. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. José Luiz de Amorim Ratton Júnior.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, CFCH.
Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Recife, 2019.
Inclui referências e apêndices.

1. Sociologia. 2. Drogas ilícitas. 3. Classes sociais diferentes. 4. Pouco uso da força para um nível – Conflito –Tensão para outro. 4. Atividade ilegal. 5. Práticas cooperativas. I. Ratton Júnior, José Luiz de Amorim (Orientador). II. Título.

301 CDD (22. ed.)

UFPE (BCFCH2020-062)

BÁRBARA SOFIA FÉLIX DUARTE

DOCE E BALA NO VAREJO: o funcionamento do mercado de drogas sintéticas no Recife

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

Aprovada em: 28/02/2019.

BANCA EXAMINADORA

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

Universidade Federal de Pernambuco

Dra. Clarissa Galvão Cavalcanti Borba (Examinadora Externa)

Universidade Federal de Pernambuco

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

Universidade Federal Fluminense

AGRADECIMENTOS

À Sandra e Jorge, por todo suporte nessa trajetória de descobertas, tentativas e conquistas. A Heitor por preparar o terreno antes da minha chegada. E à Taci, obrigada por dividir e socorrer sempre. É tudo nosso!

A Ricardo por caminhar lado a lado e sempre desejar o próximo passo. Você é meu presente mais lindo! E à sua mãe Clara, que tanto cuida e quer bem.

À Ratton pelos percursos cada vez mais inspiradores e cheios de descobertas. Sigamos! Obrigada por alimentar a esperança em mim por tantas vezes.

À minha família toda pelo amor e torcida. Pela força dos “nós” que somos.

Às amigas que a sociologia me deu, por tornarem a vida mais feliz, mais inspiradora e mais fácil. Luana, Malu, Jas, Bruna, Clarissa e Patrícia, é uma honra compartilhar da vida com vocês.

À FACEPE pelo financiamento durante o curso de mestrado.

A todos os amigos e voluntários que se dispuseram para que o projeto se tornasse uma dissertação. Muito obrigada!

RESUMO

Esta dissertação consiste numa investigação qualitativa acerca dos mecanismos configuracionais que operam no mercado de drogas sintéticas, com recorte específico na classe média do Recife/PE. As transações e fluxos deste mercado foram analisados a partir da caracterização das práticas dos atores em função de suas interações nas redes de comércio dessas substâncias ilícitas enquanto consumidores. As interações entre usuários e vendedores constituem as redes de relações de membros inseridos no contexto do varejo de drogas sintéticas. Para compreender o funcionamento desta estrutura social ilegal, foram realizadas 12 entrevistas semiestruturadas que forneceram dados qualitativos, formadores do corpus textual, que serviram como base para analisar quais são os mecanismos operantes nestas dinâmicas; desde os fluxos de compra até as estratégias seguidas para garantia de estabilidade das transações e da manutenção das relações que transcendem a participação nestas trocas. Em função das políticas de controle e repressão do comércio de drogas serem, em parte, direcionadas à dissuasão destas dinâmicas, os atores envolvidos nestas atividades criam formas de interação, tornando-as de difícil controle quando comparadas a outras práticas ilegais mais expostas. Além da regulação formal externa, aspectos morais relativos ao estigma do uso e da venda de drogas regulam a exposição dos atores em relação a indivíduos de outros contextos. Os achados permitem compreender o fenômeno esquematicamente e identificar que mecanismos operam e garantem a ausência de uso da força física como forma de regulação. A confiança esteve presente em várias dimensões destas interações enquanto mecanismo de garantia de estabilidade. Os resultados evidenciam sistemas criados para minimizar vínculos externos com vendedores, e a visibilidade sobre as transações e estratégias funcionais de garantia de qualidade do que é consumido, reduzindo os custos das transações, sejam eles econômicos e/ou sociais. Em síntese, os atores constroem a partir de suas práticas, estruturas de segurança sem uso da força enquanto estratégia de controle interno. Estas dinâmicas caracterizam este mercado de drogas não violento, contrapondo-se à frequente associação causal entre drogas e violência.

Palavras-chave: Drogas sintéticas. Classe média. Violência. Mercado de drogas. Confiança.

ABSTRACT

This dissertation consists on a qualitative investigation about the configurational mechanisms that operate in the synthetic drug market, with a specific cut in the middle class of Recife - Pernambuco. The transactions and flows of this market were analyzed based on the characterization of the actors' practices in function of their interactions in the networks of trade of these illicit substances as consumers. The interactions between users and sellers constitute the networks of member relations inserted in the context of the retail of synthetic drugs. To understand the functioning of this illegal social structure, 12 semi-structured interviews were conducted, which provided qualitative data, which formed the textual corpus, which served as a basis for analyzing the mechanisms that operate in these dynamics; from the purchase flows to the strategies followed to ensure the stability of transactions and the maintenance of relationships that transcend participation in these exchanges. Because the drug control and repression policies are partly directed at deterring these dynamics, the actors involved in these activities create forms of interaction, making them difficult to control when compared to other illegal practices that are more exposed. In addition to formal external regulation, moral aspects related to the stigma of drug use and sale regulate the exposure of actors in relation to individuals from other contexts. The findings allow us to understand the phenomena schematically and to identify which mechanisms operate and guarantee the absence of physical force as a form of regulation. Confidence was present in several dimensions of these interactions as a mechanism of stability assurance. The results demonstrate systems designed to minimize external linkages with vendors, and visibility into transactions and functional quality assurance strategies of what is consumed, reducing transaction costs, be they economic and / or social. In summary, the actors construct from their practices, structures of security without use of the force as strategy of internal control. These dynamics characterize this non-violent drug market, as opposed to the frequent causal association between drugs and violence.

Keywords: Synthetic drugs. Middle class. Violence. Drugmarket. Confidence.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	QUESTÕES METODOLÓGICAS.....	12
3	PRINCIPAIS TEORIAS QUE ORIENTARAM A PESQUISA.....	19
3.1	COMEÇANDO PELA SOCIOLOGIA DAS PRÁTICAS DE PIERRE BOURDIEU.....	19
3.2	O CONCEITO DE <i>EMBEDDEDNESSE</i> EM MARK GRANOVETTER	22
3.3	A CONSTRUÇÃO DE RELAÇÕES DE CONFIANÇA EM DIEGO GAMBETTA..	25
3.4	UMA ECONOMIA POLÍTICA DOS MERCADOS ILEGAIS POR NEIL FLIGSTEIN.....	26
4	“A COISA É ENTRE AMIGOS”: a constituição social das redes no varejo de drogas sintéticas.....	29
4.1	O CONSUMO ENQUANTO PRÁTICA.....	30
4.2	OS CONSUMIDORES.....	31
4.3	QUEM SÃO ESTES CONSUMIDORES.....	32
4.4	A ENTRADA NO MERCADO.....	33
4.5	A EXPERIÊNCIA DO USO DE DROGAS SINTÉTICAS.....	34
4.6	OS ESPAÇOS DE CONSUMO.....	36
4.7	OS VÍNCULOS SOCIAIS NO MERCADO.....	37
4.8	O QUE SABEMOS DOS VENDEDORES.....	39
4.9	A CONFIANÇA.....	40
5	“TEM QUE SABER FAZER O MOVIMENTO”: configurações das trocas econômicas em rede no varejo.....	42
5.1	AS DROGAS SINTÉTICAS CONSUMIDAS.....	42
5.2	O ACESSO AOS REVENDEDORES.....	43
5.3	CONFIGURAÇÕES DE COMPRA.....	44
5.4	OS PREÇOS VARIAM EM FUNÇÃO DOS ARRANJOS.....	51
5.5	A QUALIDADE DOS PRODUTO.....	53
5.6	A QUESTÃO DA FALSIFICAÇÃO.....	55
6	“POR AQUI É TUDO TRANQUILO”: os fatores internos e externos do mercado.....	57
6.1	O CARÁTER PACÍFICO E OS FATORES EXTERNOS QUE CONTRIBUEM PARA ESTABILIDADE NAS DINÂMICAS.....	59
6.1.1	Aspectos políticos, econômicos e jurídicos.....	59

6.1.2	A atuação dos agentes de segurança.....	61
6.1.3	Economia Moral dos mercados.....	63
6.2	OS FATORES QUE INFLUENCIAM AS DINÂMICAS DO MERCADO DE DROGAS SINTÉTICAS.....	65
6.3	HÁ VIOLÊNCIA NO MERCADO DE DROGAS SINTÉTICAS?.....	67
6.4	O ESQUEMA ESPECIAL: as festas.....	69
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	71
	REFERÊNCIAS.....	75
	APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	78
	APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO.....	79

1 INTRODUÇÃO

Este estudo buscou compreender que fatores caracterizam e interferem no funcionamento do varejo de drogas sintéticas¹ na classe média do Recife. Estas dinâmicas sociais são atividades comerciais ilegais que dispensam o uso da força enquanto mecanismo regulador de seu funcionamento. Partiu-se da hipótese de que a confiança é um elemento estrutural das relações neste contexto. Buscou-se compreender de que forma este fator se estabelece e se rompe, e analisar como estas redes de compra e venda de drogas sintéticas se organizam e se mantêm estáveis. A investigação foi desenvolvida a partir de metodologia qualitativa, utilizando entrevistas semi-estruturadas como fonte principal de dados sobre o do mercado de drogas sintéticas. Foram acessados consumidores de substâncias sintéticas residentes na região metropolitana do Recife.

As informações qualitativas obtidas foram utilizadas para reconstruir padrões de negociação entre os atores, compreender como se dá a governança nestes mercados, de que maneira são estabelecidos os laços sociais nestes grupos e para descrever hábitos e custos deste tipo de consumo. Essa abordagem ajudou a criar uma perspectiva sobre como os mercados de drogas sintéticas surgem, funcionam e como estão coordenados, além de identificar os fatores externos que causam impactos diretos e indiretos nas dinâmicas. A pesquisa empírica que fundamenta esta análise se insere no campo de investigações das dinâmicas sociais que regem o funcionamento do comércio de substâncias ilícitas e suas possíveis aproximações e distinções. Buscamos acessar as informações sobre estas dinâmicas a partir de relatos de experiência individuais de consumidores. Nestes casos, 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.

As escolhas teóricas associadas nesta investigação são oriundas de perspectivas sociológicas, econômicas e organizacionais complementares. A partir dos fragmentos conceituais aqui relacionados, 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 drogas sintéticas.

¹ As drogas sintéticas são compostos psicoativos desenvolvidos em laboratórios. Em geral, são as drogas que resultam de estruturas químicas alteradas de drogas ilícitas já existentes. Geralmente, essas drogas são criadas cujo objetivo é lucrar criando compostos que imitam, modificam ou intensificam os efeitos psicoativos de substâncias já controladas. (Hanson et al, 2009)

As principais referências teóricas que embasaram as análises deste trabalho partiram dos *insights* provenientes da teoria bourdieusiana sobre estilo de vida, gosto *habitus* e campo, que foram utilizadas para pensar como os atores, expressam semelhanças de gosto e estilos de vida a partir do consumo de um tipo específico de droga. Buscou-se compreender, portanto, porque estas pessoas permanecem associadas neste mercado através da adesão ao consumo de drogas sintéticas.

Esta concepção dialoga com possíveis interpretações sobre a idéia de *social embeddedness* de Granovetter (1985), quando defende que as relações econômicas estão imersas em um complexo de relações sociais que influenciam a tomada de decisão dos atores. Nesse sentido, o ator não corresponde ao modelo ultraracional da economia clássica. Os contextos exercem influência na ação prática dos atores, que, neste caso, corresponde a uma ação econômica ilegal. O modelo interpretativo de Granovetter (op.cit) em relação ao estudo das redes em contextos econômicos foi útil para compreender alguns mecanismos que fundamentam as dinâmicas do mercado e 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. As dinâmicas do mercado de drogas sintéticas representam um contexto de ausência de garantias em função de não possuírem regulamentação para funcionarem, já que são trocas econômicas de mercadorias ilegais. Buscamos compreender como a confiança mantém as trocas estáveis nesse mercado.

Por último, recorreremos às formulações teóricas de Fligstein (2007) para analisar a dimensão empírica do mercado. O autor sugere que os mercados correspondem a redes sociais articuladas em um determinado campo, e que é importante analisar as estruturas de governança e as regras de troca que orientam a ação atores nas relações econômicas. A inserção da economia na vida social, em particular propondo uma análise dos mercados enquanto estruturas sociais e não como pontos de encontro entre oferta e procura. Nesta perspectiva o interesse recorrente por estabilidade no mercado é uma consideração importante e a partir daí, buscamos compreender que fatores internos e externos corroboram com a ausência de violência nestes mercados, originando particularidades estruturantes das especificidades sem uso da violência

No segundo capítulo analisamos o perfil dos entrevistados e de que maneira estes são capazes de representar os consumidores de drogas sintéticas, levando em consideração a posição social que ocupam. As condições materiais e econômicas 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 drogas sintéticas.

O terceiro capítulo corresponde à análise das estruturas organizacionais do varejo e das regras de troca estabelecidas para continuidade das relações. Nesta etapa, foram analisadas as condições para acessar as redes que compõe o varejo, os tipos de atores, as formas de compra e como a confiança opera neste sistema, a partir do conceito de Gambetta (1988).

O quarto capítulo buscou tratar dos fatores internos e externos que contribuem para que a violência não seja sistêmica no âmbito do mercado. Levamos em consideração a influência da justiça, da atuação da polícia e dos aspectos morais da sociedade. Internamente, ponderamos como os arranjos estabelecidos com base na confiança afetam o funcionamento do arranjo do mercado de drogas sintéticas.

Possíveis justificativas para a realização desta investigação passam pela lacuna de estudos empíricos sobre o funcionamento destes mercados. Além de tratar de um tema atual pouco acessado, em virtude do acesso reduzido às redes que o estruturam. Este estudo propõe problematizar a clássica associação entre mercado de drogas e violência. Ademais, este nicho de pesquisa servirá também para estudar a forma prática de operação da confiança, colaborando para mais uma explicação concreta deste conceito, vinculando-o a retomada dos estudos sociológicos sobre os mercados.

2 QUESTÕES METODOLÓGICAS

Para operacionalizar esta investigação, é necessário definir aqui alguns elementos capazes de desenhar a pesquisa que objetivamos construir. Inicialmente, trataremos do recorte estabelecido na pesquisa, seguido dos procedimentos metodológicos adotados e qual o perfil dos entrevistados acessados.

Ao analisarmos o imaginário social construído em torno dos mercados de drogas ilícitas, percebemos que este tema costuma associar as dinâmicas econômicas ilegais ao uso da violência letal como forma de controle do fenômeno. No entanto, dinâmicas relativas à comercialização das drogas sintéticas apresentam padrões de funcionamento distintos de outras formas de compra e venda de drogas ilegais como o crack, por exemplo. Este fator é elemento relevante para esta pesquisa na medida em que subscreve o interesse em compreender quais são os mecanismos que operam nas dinâmicas do varejo de drogas sintéticas e garantem estabilidade, continuidade e invisibilidade deste fenômeno majoritariamente freqüente nas camadas médias sem que o uso da força física seja um recurso. A hipótese que buscamos testar ao longo desta investigação é a de que práticas sociais, pautadas em valores morais parecem ter maior relevância na estabilidade das relações, em alternativa a produção de violência letal como em outros mercados de drogas. Estas práticas correspondem a uma economia moral local que pode ser analisada através das dinâmicas.

Para acessar o nível microssocial do comércio, utilizamos como referência empírica a dimensão prática dos atores envolvidos na compra e venda de drogas sintéticas. Ou seja, como os atores agem concretamente para comprar as mercadorias que desejam e a partir daí analisar quais são as formas de organização originadas destas ações econômicas. Foram usados métodos de coleta e técnicas de análise qualitativa como estratégia fundamental para construção dos dados.

Este desenho de pesquisa propõe, portanto, partir dos atores-limites da cadeia econômica que orbitam no entorno da mercadoria ilegal. A cadeia econômica global de drogas ilícitas, o *Global Illicit Drug Trade*², é composta pela cadeia produtiva e distributiva, e pode ser analisada em variados níveis de aprofundando. Neste caso, buscamos tratar daqueles que concebemos como “os últimos atores” vinculados ao que compreendemos enquanto

² Este complexo econômico global ilícito corresponde a diversos processos encadeados que vão da fabricação e distribuição até a venda de substâncias que estão sujeitas às leis de proibição das drogas.

comércio global de drogas sintéticas. Pensando um esquema processual, aqueles que buscamos acessar são aqueles que estão na transação final desta cadeia econômica.

Por estas razões, o campo teórico em que esta pesquisa buscou se inserir e a multiplicidade de abordagens possíveis sobre o fenômeno do mercado de drogas abrem possibilidades a olharmos a dinâmica econômica das drogas a partir da perspectiva do varejo, pela experiência dos consumidores.

Buscamos compreender a organização deste mercado na Região Metropolitana do Recife a partir das relações entre consumidores e vendedores de drogas sintéticas. Portanto, participaram voluntariamente do processo investigativo doze consumidores de drogas sintéticas, e outras pessoas acessadas informalmente ao longo da pesquisa exploratória. É importante destacar que não foi objetivo aqui atender a um quantitativo que represente o universo de consumidores de drogas sintéticas da Região Metropolitana do Recife com este número. Todavia, a premissa adotada para a abordagem bem como as análises utilizadas no presente estudo intencionam explorar e aprofundar a compreensão sobre este determinado grupo social.

O universo escolhido para esta pesquisa se desenha por meio de dinâmicas e transações de compra, venda e consumo pouco visíveis. 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. Por esta razão, o caminho usado para penetrar nesta rede de consumidores foi o método de amostragem não probabilística por bola de neve (Patton, 2015), onde informantes iniciais já acessíveis levam-nos a outros, estrategicamente, e assim sucessivamente. Os primeiros contatos foram realizados a partir de pedidos pessoais direcionados a pessoas muito próximas: amigos de ciclos sociais anteriores como a infância, pessoas do ensino médio e da universidade com quem já havia algum tipo de vínculo afetivo.

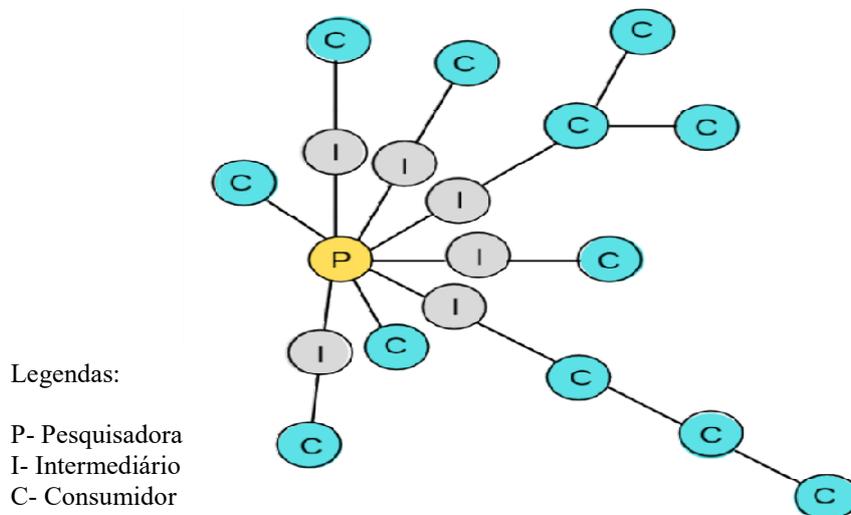
Em meados do mês de março começamos o levantamento destes contatos a partir do que concebemos enquanto primeiro ciclo da bola de neve. A pergunta de aproximação era se conheciam alguém que costumava usar “doce e bala³” com frequência. Com base nos retornos positivos em relação aos possíveis consumidores avançamos na ideia de chegar a estes usuários, os quais podemos entender como segundo ciclo da bola de neve. O passo seguinte

³ “Doce e Bala” são termos nativos utilizados pelos informantes para se referirem às drogas sintéticas. Trataremos destas referências no tópico sobre os tipos de substâncias consumidas.

foi conseguir entrevistas com o grupo de usuários já mapeados. Para tal feito pedimos que as pessoas do primeiro ciclo intervissem arregimentando as pessoas desta rede que estiverem interessadas em contribuir com uma pesquisa acadêmica sobre o tema. Nesta etapa explicamos os objetivos da pesquisa e fizemos uma breve síntese sobre o processo da entrevista. Aguardamos para que retornassem com as respostas destes voluntários e ao obtermos resposta positiva dos usuários, obtivemos contatos pessoais que foram concedidos pelos intermediários e iniciamos um diálogo direto para formalização das entrevistas. Os encontros ocorreram no segundo semestre de 2018.

Em síntese, a cadeia de vínculos entre pesquisadora e os entrevistados esteve, quase sempre, estruturada a partir de um amigo em comum. Dos 12 entrevistados, duas pessoas já conhecidas e outras 10 que concordaram em participar. A cadeia formada nesta investigação a partir do método de bola de neve pode ser vista no esquema abaixo.

Figura 1 - Cadeia de Entrevistados pelo método Bola de Neve



Fonte: a autora

A classificação dos indivíduos baseou-se nas delimitações de classes, a partir da idéia de “posição social” definida por Figueiredo Santos (2011) e representadas a partir do pertencimento a territórios que apresentem situações distintas, quando postas em comparação. As divisões de classe social e seus efeitos nas chances de vida decorrem da distribuição desigual de poderes e direitos sobre os recursos produtivos relevantes de uma sociedade, o que costuma estar associado a situações de classe. A condição de classe afeta os interesses materiais, as experiências de vida e as capacidades para ação coletiva dos indivíduos. Os

informantes ocupam situações de classe semelhante, já que todos se definem como pessoas de classe média.

A técnica de coleta de dados e o método de análise foram escolhidos para responder aos seguintes objetivos propostos:

- Analisar como se estabelece a organização e a manutenção da estabilidade nesta rede de comércio de drogas sintéticas;
- Identificar como a confiança opera nas relações sociais deste tipo de mercado, configurando as dinâmicas sociais e mecanismos de funcionamento desse mercado de drogas sintéticas;

Para coletar os dados dos informantes voluntários, foram realizadas entrevistas a partir orientadas por um roteiro semi-estruturado contendo cerca de 20 tópicos que buscavam atender aos objetivos delimitados. O foco principal esteve na inferência das condições de estruturação e continuidade das relações que configuram o mercado de drogas sintéticas. As informações obtidas serão apresentadas ao longo dos demais capítulos, relativas aos tópicos estruturantes do roteiro, são eles: 1. Posição social; 2. Entrada (via consumo) 3. Mercadorias e preços; 4. Detalhes das operações no varejo; 5. Constrangimentos formais e informais.

Os encontros ocorreram no período de julho a dezembro de 2018. No decorrer da atividade, nenhum dos entrevistados desistiu ou solicitou interromper a entrevista, mesmo sabendo que podia fazê-lo, conforme o acordo firmado via assinatura do termo de consentimento. Durante as entrevistas, o roteiro estruturado serviu apenas para orientar a resposta aos principais eixos temáticos, e a partir deles emergiram descrições sobre o fenômeno que formaram o *corpus* da investigação. Todos os informantes concordaram em gravar a conversa para posterior análise, sem que nenhuma informação capaz de identificá-los fosse divulgada. As entrevistas duraram entre 45 minutos e 1 hora e 50 minutos.

A logística do encontro foi arranjada em torno da disponibilidade e conforto dos interlocutores. Das 12 entrevistas concretizadas, apenas dois preferiam conversar em residência própria, os demais preferiram espaços como praça de alimentação de shopping, lanchonetes, casa de amigo em comum e praças. Mesmo o ambiente tendo sido escolhido pelo entrevistado, poucos aparentaram estar confortáveis em relação ao tema que motivava a conversa. A presença de pessoas circulando nos ambientes públicos e/ou de pessoas conhecidas, principalmente familiares, gerou constrangimentos para alguns entrevistados, mas

não impediu que o diálogo continuasse. Eles buscaram falar num tom relativamente mais baixo do que em uma conversa comum. Ao longo da conversa, quando citavam nomes ou apelidos de outros atores que também compunham as dinâmicas, se repreendiam, mas em nenhum dos casos houve aparente desconforto com o teor das perguntas.

Os dados obtidos foram transcritos e cada um dos registros tornou-se fonte primordial para composição do corpus de evidências da investigação. A transformação dos diálogos em dados escritos permitiu o uso de ferramentas analíticas que facilitaram o processo interpretativo das informações qualitativamente.

O tratamento dado ao corpus textual foi feito através da utilização do software *Nvivo 11*®. A categorização em códigos oriundos dos textos deu origem a onze “nós”, que foram encadeados numa matriz de subtemas relativos à dimensão da interação objetiva entre os atores na dinâmica da compra, das posições sociais estabelecidas nesse contexto, além de alguns elementos subjetivos que mediam as interações e a organização estrutural do varejo de drogas sintéticas. Busquei construir categorias que possam, posteriormente, ser úteis a outras investigações sobre este ou outros mercados de drogas.

Os dados foram trabalhados por meio da análise de conteúdo. Este tipo de análise inferencial consiste num conjunto de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo dos dados textuais construídos, ajudando na “redução da quantidade de material ao propor centrar nos aspectos do significado, nomeadamente os aspectos que se referem ao problema de pesquisa” (Schreier, 2014, p.170). Procedimentalmente, foram criadas categorias abrangentes em relação às experiências tratadas nas descrições. Buscou-se abstrair as especificidades e garantir sentido às várias partes do material através de continuidades temáticas do funcionamento do mercado de drogas sintéticas. O esquema a seguir diz respeito às principais categorias utilizadas ao longo da análise dos dados.

Quadro 1- Categorias utilizadas na classificação dos dados

Categorização dos dados	
1)	As drogas
2)	Entrada
3)	Com quem usa?
4)	Perfil dos consumidores
5)	Como compra? (Diretamente, online ou em grupo)
6)	Perfil dos revendedores
7)	Procedimentos na compra: (Diretamente, online ou em
8)	Onde usa? (Espaços e efeitos)
9)	Polícia e controle (Uso da força)
10)	Qualidade das mercadorias
11)	Vínculos sociais (Confiança: para as práticas e para as relações)

Fonte: a autora

Mesmo com o auxílio de “boa propaganda e garantia de segurança”, para iniciar a sequência de procedimentos das entrevistas, chegar aos entrevistados finais não se configurou em tarefa fácil. Apesar de contar com o apoio de amigos em comum para acessar um conjunto de voluntários que atendessem ao perfil da pesquisa em muitos dos casos as garantias dadas através do vínculo com estas pessoas não foram suficientes para os encontros presenciais acontecerem. Considero relevante o fato de que não faço parte destas redes do mercado em análise, e que em certo grau, não fazer parte tornou-me “desconfiável”. Enquanto pesquisadora, a resistência dos contatos identificados e não acessíveis representou uma dificuldade sempre presente no campo.

Mesmo ocupando um lugar de fala diferente daqueles que compõe meu objeto, propus executar a investigação através da compreensão empática na pesquisa proposta pela sociologia weberiana (Ringer, 2004). Em certo grau, busquei compreender os sentidos das ações dos indivíduos, de modo a poder entender por que agem da maneira que agem e quais são os mecanismos estruturantes das dinâmicas sociais nesse mercado ilegal de drogas.

Muitos contatos iniciais afirmaram conhecer pessoas com o perfil buscado, assim o contato e permissão de acesso foram realizados. Um quantitativo superior a trinta e cinco pessoas, inicialmente, concordou em participar da pesquisa. No entanto, a continuidade e concretização das entrevistas não ocorreram.

A falta de tempo foi justificativa mais recorrente para as recusas de algumas entrevistas. Isso fez com que em alguns casos a entrevista tivesse que ser remarcada diversas vezes. Houve casos de desistência poucos minutos antes do encontro.

3 PRINCIPAIS TEORIAS QUE ORIENTARAM A PESQUISA

Esta sessão destina-se a destacar e demonstrar elementos conceituais das principais correntes teóricas utilizadas para contribuir a compreensão das dinâmicas sociais e dos mecanismos de funcionamentos no mercado de drogas em questão. As principais teorias que serviram para fundamentar a análise ao qual se pretendeu a investigação em discussão neste trabalho vão de um nível mais geral, concentrada nas idéias em torno da ação prática, tal como proposto nas reflexões epistemológicas e nas posições metodológicas de Bourdieu (1996), até a utilização do sistema compreensivo das microdinâmicas presentes no mercado, traçado por Fligstein (2007), que atribui importância à análise das estruturas de governança e das regras de troca que orientam a ação atores nas relações econômicas. Neste sentido, buscamos compreender quais são os fatores definidos internamente nas dinâmicas e que outros fatores externos garantem estruturas específicas à esse mercado, sem que a violência seja utilizada enquanto recurso de manutenção da estabilidade.

3.1 COMEÇANDO PELA SOCIOLOGIA DAS PRÁTICAS DE PIERRE BOURDIEU

O pressuposto de definição do mercado, enquanto objeto a ser analisado pela sociologia econômica -em particular pela sua sociologia do mercado- considera a influência de dimensões esquecidas pela teoria econômica: a dimensão histórica, social e política. O posicionamento aqui seguido tem fundamento na crítica bourdiesiana à noção de mercado da economia. A pretensão de substituir a Teoria Econômica pela Sociologia Econômica defende a análise dos fatos econômicos de forma dependente em relação a outros fatos sociais, opondo-se a natureza do *homo economicus* (Steiner, 2005). O que nas ciências econômicas é considerado dado, Bourdieu (1996) afirma ser o produto de uma construção social.

As noções de campo, acompanhadas do que seria o *habitus*, em função do espaço social, gera posições sociais relacionais caracterizadas pelo que o autor define como gosto e consumo que dão origem ao estilo de vida. A ideia de classe compreende o compartilhamento de atributos em comum que definem e distinguem dos demais indivíduos ou de demais classes. O estilo de vida seria um fator determinante para a construção de uma classe, já que preferências de consumo, por exemplo, estão ligadas às suas condições sociais de existência.

O consumo seria uma estratégia de distinção (Bourdieu, 2007). A tese do autor estabelece relação entre classes sociais e características das pessoas como os estilos de vida.

Pressupomos que dentro de uma classe os indivíduos ajam e se comportem de forma assemelhada, compartilhando preferências, como classificamos o consumo de substâncias psicotrópicas sintéticas como um marcador de gosto. Na análise da distinção, a preferência por elementos objetivos, como mobília, vestuário e culinária, estaria associada a classes e demonstraria padrões que se repetem em outros domínios da vida. Diante desta orientação teórica, analisamos que as configurações sociais do consumo de substâncias psicotrópicas pode ser compreendido através de elementos históricos, políticos e econômicos que impactam diretamente o fenômeno.

A mercadoria que serve como ponto de referência para esta análise é classificada, conforme os mecanismos regulatórios do estado, enquanto ilegal. Este caráter ilegal retira-lhe aspectos formais enquanto produto em troca econômica, tendo em vista que o esforço jurídico está em eliminá-lo ao invés de garantir a continuidade das transações econômicas resultantes dos interesses sociais pelo consumo destas mercadorias. A legislação federal - Lei 11.343 (2006) e a Política Nacional sobre Drogas⁴ conservam, por meio de seus princípios e diretrizes, concepções pautadas em moralismos, interesses econômicos e políticos.

A história social do consumo de drogas e o presente cenário marcado pela dimensão política de regulação e, em função dos interesses econômicos e políticos, legitima práticas violentas nestes contextos.

O controle do Estado em face de condutas individuais em função do caráter ilícito de algumas drogas tem efeitos sociais que vão muito além da simples regulação. Este tema, já amplamente discutido, trata das consequências objetivas e subjetivas da política de drogas em contexto de relações sociais marcadas pelo consumismo, pelas desigualdades e da compreensão do uso de drogas a partir de conteúdos moralizantes dão origem a formas coletivas de lidar com a questão, seja pela perspectiva do controle repressivo formal e informal, seja pelos consumidores em contextos de mercados de drogas e padrões de consumo.

Os conceitos de Bourdieu (1996) permitem o enquadramento do fenômeno mercado de drogas a partir de referencial geral sobre as práticas sociais e suas dimensões estruturadas e

⁴ Disponível em: <http://www.justica.gov.br/central-de-conteudo/politicas-sobre-drogas/cartilhas-politicas-sobre-drogas/2011legislacaopoliticaspublicas.pdf>

ao mesmo tempo estruturantes. A definição de *habitus* traçada pelo autor enquanto resultado da “inculcação” das normas, regras e valores presentes nos campos que compõe a sociedade, pode ser percebido a partir das relações entre os atores que compartilham, e ao mesmo tempo disputam, posições sociais no contexto do mercado de drogas.

Segundo Bourdieu (2011), as condições de existência diferentes produzem *habitus* diferentes. O que pode ser aqui compreendido a partir das distintas condições materiais e simbólicas, classificadas enquanto classes econômicas. E cada condição é definida pelas “propriedades intrínsecas e pelas propriedades relacionais” (op.cit, p.87) por isso, o sistema de condições é, igualmente, um sistema de diferenças. Neste sentido a identidade social se define e se afirma em função da distinção. Ainda nesta linha os estilos de vida são produtos sistemáticos dos *habitus* percebidos pelos sistemas de signos socialmente qualificados. Analiticamente, é possível identificar uma repetição de padrões de escolha dos indivíduos. No caso do consumo, os indivíduos estão orientados por preferências/interesses, que segundo o autor correspondem a sua posição no espaço social.

A ação do indivíduo em geral estaria orientada a partir do campo em que está situado, e tem por base as referências incorporadas do *habitus*. Nesta condição, os indivíduos são capazes de “agir conforme o jogo”. Os interesses econômicos no sentido restrito estão orientados para objetivos não materiais em sentido geral. É importante ressaltar que o tipo de ator aqui definido possui interesses que vão além dos interesses e objetivos restritamente econômicos. Há uma dimensão de interesses simbólicos que estão relacionados com os significantes do campo. Nesse sentido o autor considera que as práticas, portanto, não deixam de obedecer a uma lógica econômica. Essa lógica econômica transcende a dimensão da troca mercantil defendida pela tradicional teoria econômica situada no campo. Esta perspectiva clássica defende que as pessoas avaliam os benefícios e os custos de uma interação, por escolha racional, e que estas ações devem ser explicadas a partir do modelo do *homo economicus*, ou seja, um agente racional que tem consciência dos seus objetivos e busca otimizar os meios para alcançá-los nos vários campos da vida social. No entanto, o autor defende que os atores agem de forma razoável, mas não ultrarracional. Por isso, é compreensível que as relações sociais sejam em geral econômicas, em razão da busca pela satisfação de interesses que colocam em jogo permanente as escolhas dos atores e guiam suas ações práticas.

Nesse sentido, o *habitus* pode ser entendido como um meio de ação que permite criar ou desenvolver estratégias individuais ou coletivas em função do jogo. Conferindo, portanto,

uma matriz determinada pela posição social que lhes permite pensar, ver e agir e configura o que Bourdieu conecta à idéia de estilo de vida. A caracterização dos estilos de vida está na gênese social dos sistemas de preferências, que pode ser explicada a partir das referências sociais e econômicas que compõe a experiência de vida dos indivíduos, de maneira que o gosto, a origem do *habitus*, define os estilos de vida das chamadas classes ou frações de classes sociais.

O estilo de vida para Bourdieu (1989, p. 2) é um fator determinante para construirmos uma classe de pessoas, e esta classe a qual buscamos compreender pode ser substituída pela idéia de fração de classe ou grupo, o que caracterizaria coesão a partir de afinidades. As semelhanças de comportamento são as principais marcas de pertencimento. Pessoas em determinada classe adotam estilos de vida semelhantes e possuem repertórios semelhantes de gostos referentes à posição social que ocupam.

O gosto pelo consumo de substâncias sintéticas pode ser compreendido, no âmbito do mercado enquanto fundamento de vivência de experiências coletivas, atreladas à participação destes indivíduos em grupos/redes sociais. A referência para pensar as dinâmicas associadas ao mercado, no caso desta investigação, está nas dinâmicas de mercado associadas aos grupos de consumidores de drogas sintéticas.

Neste sentido, estar associado a um ou mais grupos de pessoas que reproduzem práticas e comportamentos semelhantes entre si garantem ao indivíduo uma auto-compreensão “do que” fazem parte enquanto representações de gosto e estilo de vida. A partir desta dimensão analisamos as dinâmicas sociais e os micromecanismos que permitem o funcionamento destas relações econômicas, e identificamos a existência de práticas rotinizadas, cotidianas, que se transformam em regras de como proceder no contexto do varejo de drogas sintéticas a partir do compartilhamento de referências pelos grupos de consumidores.

Estas referências nos auxiliam a compreender estes atores enquanto representantes de estilos de vida pautados, mas não somente, na preferência pelo consumo de drogas sintéticas. Limitamos o uso desta leitura teórica apenas para defini-los enquanto jovens consumidores de classe média (socioeconomicamente).

3.2 O CONCEITO DE *EMBEDDEDNESSE* MARK GRANOVETTER

Semelhante às idéias de Bourdieu em relação às transações econômicas, Granovetter (1992) defende que o mercado não é um sistema neutro de determinação de preços, pois está embebido em estrutura social permeada de culturas e valores, que influenciam o comportamento dos atores. Os agentes não obedecem mecanicamente às regras culturais que reproduzem, havendo uma dimensão estratégica na ação individual, mas sempre fundamentada em uma estrutura social simbólica.

A proposta analítica de Granovetter (1985) é constituída a partir da crítica à explicação lógica puramente econômica⁵ dos fatos centrados nas transações monetárias. Seu empreendimento teórico busca explicar o funcionamento dos mercados por uma abordagem de redes sociais. Esta abordagem retoma de forma integrada os estudos sobre a dimensão social da economia.

As teorias do autor são desenvolvidas a partir do conceito de redes sociais e enraizamento de Polanyi (1992). A noção de *embeddedness* evidencia a análise das instituições em conjunto com as relações sociais. O ponto chave da teoria de é a importância da análise dos mercados como estruturas que vão além das redes sociais que estão nele centradas. Granovetter e Swedberg(1992) afirmam que a atividade econômica é coordenada por grupos de indivíduos e, neste sentido, a historicidade dos fenômenos sociais deve ser levada em conta nas análises dos fatos econômicos.

Segundo Granovetter(1985), o enraizamento da economia em redes sociais levaria em conta a confiança enquanto mecanismo estruturante das relações, evitando a ocorrência de comportamentos desleais entre os agentes. 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

⁵ Esta lógica também é criticada por Bourdieu, quando analisa as bases sociais do *homo economicus*, anteriormente discutida.

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.

Na ausência da regulação formal das relações via instituições, outros mecanismos de garantias são criados para permitir a continuidade dos vínculos econômicos. Os tipos de laços que estruturam estas relações são classificados por Granovetter (1973) enquanto pontes que permitem acessos a universos sociais diversificados, e a uma maior variedade de informações, o que ele define como a força dos laços fracos. Os laços fracos seriam os vínculos com conhecidos que permitem acessar várias redes, e esta tipologia nos auxiliou a compreender como o mercado funciona a partir de laços fracos. No caso estudado, a irregularidade da oferta durante certos momentos pode ser minimizada em função do acionamento de redes em que o ator não faz parte imediatamente, mas é capaz de acessar através do acionamento dos vínculos com conhecidos de outras redes, possibilitando a compra. As oportunidades que surgem ao longo do tempo também podem ser aproveitadas a partir do estabelecimento dos laços fracos, considerando que em determinadas situações, a participação de indivíduos para além do grupo pode trazer ganhos nas transações. Estes vínculos seriam colaborativos, tanto dentro dos grupos (as redes primárias), quanto ao estabelecer vínculos com indivíduos fora do grupo (as redes secundárias), normalmente com estilos de vida semelhantes.

O Estado, no caso das drogas, tem efeitos diretos no funcionamento dos mercados, em virtude regulação formal que proíbe a existência destas organizações no âmbito legal. A partir daqui, portanto, podemos pensar de que forma os atores estabelecem formas de regulamentação, em função da ausência de marcos legais que orientem seu funcionamento.

Esses esquemas de pensamento dão ao objeto seu significado dentro de uma cultura específica e são o resultado da interiorização de um *habitus* específico, um *habitus* cultivado e referente a cada grupo social. A relação entre as classes sociais e a cultura é o resultado dessa distribuição desigual dos meios de apropriação dessa cultura, presente no *habitus* de cada camada social. Os bens culturais só existem enquanto existirem indivíduos capazes de decifrá-los como tal. Ter a posse do código de acesso é o mesmo que possuir um conhecimento adquirido e construído sobre o objeto de arte em si.

As interações grupais que ocorrem em contextos sociais e culturais específicos estão situadas em função dos dispositivos de ação adquiridos via experiência, como no caso do varejo de drogas sintéticas, e são capazes de criar estratégias de ação variáveis. Estas ações não-mecânicas frutos de determinações no contexto do mercado também podem ser pensada a

partir do conceito de imbricação, tanto dos agentes quanto das estruturas originadas nas relações, tal como definido por Granovetter, configurando processos para a ação estabelecidos através da prática.

3.3 A CONSTRUÇÃO DE RELAÇÕES DE CONFIANÇA EM DIEGO GAMBETTA

As redes que estruturam o comércio de drogas não possuem nenhum tipo de regulação formal em favor de garantias de estabilidade e continuidade. Por esta razão, todas as transação que compõe o mercado estão centradas na incerteza. Considerando a perspectiva de Gambetta (1988) em relação à teoria dos jogos e a escolha racional, os atores que estão interconectados, em função das várias dimensões de comprometimento e dependência, pautam suas ações na escolha de confiar. A quebra dessa confiança, segundo Gambetta (Op.cit), pode ser custosa em função da probabilidade de retaliação dos demais indivíduos envolvidos na situação, e no caso dos acordos informais, a iminência de traição é “permanente”.

Em perspectiva aplicada, compreendemos o mercado enquanto um complexo de redes sociais, que dizem respeito a um conjunto limitado de indivíduos ligados entre si pela troca de recursos. Esta troca funciona a partir de padrões que determinam os limites destas redes sociais. “Quem é membro destes complexos relacionais troca recursos entre si mais frequentemente do que com não membros da rede” (Gambetta, 1988, p.175). O caso analisado, constitui uma rede informal (definida apenas pela existência prática de relações entre os indivíduos). Segundo o autor as redes podem ser definidas como formas de interação social cooperativa, considerando a distribuição equitativa de pessoas de diferentes status e competitiva, em função da distribuição desigual do status e do poder.

A ignorância ou incerteza em relação ao comportamento de outras pessoas é essencial para caracterizar uma interação social envolvendo confiança. Os indivíduos não possuem acesso a todas as informações necessárias para a tomada de decisões com garantias de sucesso. Além desse repertório reduzido, ao interagirem entre si, a liberdade de desapontar está presente nas possibilidades de comportamento dos agentes. A confiança só é um mecanismo para lidar com a liberdade do outro, ou dos outros, quando existe a possibilidade de traição ou desistência. Ainda como condição, é necessário que o indivíduo que confia também possa terminar a relação, ou não entrar na relação.

Outra condição da existência de confiança enquanto mecanismo estruturante das relações diz respeito à dimensão temporal do fenômeno. Esta dimensão diz respeito a possibilidade de lamentar a relação estabelecida no futuro, e das ações estabelecidas no passado gerarem conseqüências no presente. Neste sentido, o pertencimento dos indivíduos a redes de relações gera compromissos entre o atores e em algum sentido compreende a idéia temporal de passado, presente e futuro, em relação história de articulação destes no contexto dos grupos.

Nesta investigação, utilizamos o conceito de confiança trabalhado por Gambetta, em função da condição de ilegalidade em que as redes de troca estão situadas, o que configura riscos e instabilidade para regulação formal das ações. Ao adentrar a dimensão das relações, nas redes de interação do mercado ilegal de drogas sintéticas, classificamos este complexo de vínculos sociais funcionam como uma rede cooperativa. As relações de cooperação fundamentam um tipo de confiança interpessoal entre os agentes, em função da necessidade de se estabelecer um melhor desempenho nas atividades. Opta-se pela cooperação em função dos riscos e como estratégia de confluência de interesses coletivos para alcançar os objetivos. Agir com base na confiança, no âmbito do mercado de drogas sintéticas, seria uma estratégia para diminuir as incertezas inerentes às condições estruturais.

3.4 UMA ECONOMIA POLÍTICA DOS MERCADOS ILEGAIS POR NEIL FLIGSTEIN

A partir das obras a *Arquitetura dos mercados* (2001) e *Sociologia dos mercados* (2007) Fligstein nos fornece uma perspectiva analítica dos mercados enquanto:

Arenas socialmente construídas onde ocorrem repetidas trocas entre compradores e vendedores sob um conjunto de regras formais e informais que regem as relações entre fornecedores e clientes. Essas arenas operam de acordo com entendimentos e regras locais que orientam a interação, facilitam o comércio, constituem os próprios produtos, e fornecem estabilidade para compradores, vendedores e produtores. (Fligstein e Calder, 2015)

Nesta perspectiva, Fligstein (2009) utiliza a concepção de campos (Bourdieu, 1996) em função da produção destes “espaços”, pela combinação de recursos, de regras preexistentes e das habilidades sociais dos atores, bem como por sua constante capacidade de estabilizá-los e produzir a transformação, considerando a instabilidade dos campos em função das disputas internas (Abramovay, 2007).

Diante deste cenário de instabilidade, Fligstein (2001) propõe a ideia de habilidade social enquanto alternativas estratégicas de ação. Este conceito é útil para pensar as diferentes posições sociais ocupadas pelos atores de forma relacional nos mercados de drogas sintéticas, considerando os tipos de atores presentes nas dinâmicas em razão das “funções que desempenham” na estrutura de varejo de drogas, que possui alguns papéis distintos de outros mercados ilegais analisados. As funções, neste caso, dizem respeito à execução de procedimentos dentro do fluxo de mercado, visando à concretização das transações.

O autor demonstra em seus estudos empíricos de que maneira os atores sociais são responsáveis pela reprodução dos campos, e este por sua vez depende do desempenho habilidoso destes no contexto das organizações. A pressão exercida pela ilegalidade das transações, no caso do mercado de drogas sintéticas, como o receio de ser pego pela polícia e de ocuparem posições associadas ao estigma de consumidores e de comerciantes dá origem a formas de ação estratégicas.

O comportamento econômico “imbricado” (Granovetter, 1985), funcionaria a partir de redes de negócios enquanto mecanismos estratégicos para sua continuidade. O risco e a incerteza que permeiam os mercados ilegais são diminuídos a partir das ações estratégicas. Os atores sociais buscam estabilidade nas interações, mas em situações de crise os atores são capazes reestruturar novas regras do jogo, transformando assim o mercado.

Os indivíduos e os grupos orientam suas ações a partir de quatro categorias que originam e são o produto da estrutura social, são elas: as regras que definem as relações sociais, as estruturas de governança, que seriam as regras tanto formais quanto informais que estabelecem as relações, as concepções de controle, ou seja, as normas que refletem arranjos internos específicos de um mercado e as regras de troca.

Portanto, esta construção teórica dos mercados nos fornece importantes subsídios analíticos para compreender o funcionamento do varejo enquanto estrutura econômica social. Os elementos estruturais do mercado que buscamos analisar foram as posições sociais existentes no campo, os acordos e os procedimentos estratégicos em função dos riscos de operação num campo regulado juridicamente por vias da ilegalidade das práticas relacionadas às drogas.

A noção de mercado de Fligstein (1996), como em Bourdieu, consiste num jogo temporariamente estabilizado, cujas regras são provisoriamente respeitadas e defende que as

relações econômicas estão profundamente enraizadas nas relações sociais. Considerando o mercado de drogas sintéticas uma arena socialmente construída, utilizamos as referências teóricas da ação estratégica no campo para identificar e analisar quais habilidades sociais são necessárias para estruturação e reprodução das práticas nos mercados de drogas. A classificação de posições sociais evidencia a partir de quem os mercados estão estruturados. É necessária a existência de indivíduos no lado da demanda, os consumidores, e no lado da oferta, os que vendem. A posição dos atores é relacional, e aí consiste o caráter das transações econômicas. As perguntas tratadas nas entrevistas buscaram coletar dados em relação aos elementos necessários para a reprodução das dinâmicas de mercado, os mecanismos estruturantes destas práticas ilegais, e em função de que elas foram determinadas.

A partir do mapa de fragmentos de teoria expostos e articulados ao longo desta sessão, buscamos torná-los ferramentas analíticas para compreender o funcionamento do mercado formado a partir de relações sociais. Consideramos as ações dos indivíduos como práticas sociais significativas, que não figuram numa dimensão indeterminada, nem numa determinação capaz de ser descrita via racionalidade “pura”.

A combinação destas quatro perspectivas teóricas permitiu olhar para o fenômeno e orientar a investigação proposta em relação à análise de como o mercado de drogas sintéticas funciona, enquanto um campo gerador e gerado por práticas sociais pautadas num *habitus* de classe, com indivíduos portadores de um estilo de vida associado ao consumo de substâncias sintéticas. A concepção da ideia de grupo esteve pautada na ideia bourdieusiana de associação por semelhanças, ainda que dentro das redes, cada ator comporte-se a partir de repertórios de experiência distintos e particulares.

Além disso, a estrutura do mercado pode ser concebida enquanto dinâmicas de rede. É através deste desenho que propomos compreender os mecanismos que regulam as ações em torno das formas de compra de drogas sintéticas. Partimos da hipótese que as relações entre os atores são estruturadas a partir de mecanismos de confiança e dependem das configurações em relação aos objetivos das ações, podendo ser estruturadas a partir de tipos de laços que vinculam atores em grupos menores e redes mais amplas. Nestes processos variáveis estão as regras, normas e acordos fundamentais a estabilidade, compartilhados pelos atores quando imersos nestas redes.

Em síntese, buscamos traçar nesta sessão as principais referências teóricas utilizadas para a construção analítica e sistemática dos dados coletados. Neste sentido, iniciamos o

enquadramento a partir de fragmentos da teoria bourdiesiana em torno das explicações das razões práticas da ação, utilizamos as noções de confiança tratadas por Gambetta(1988) nos contextos de incertezas, além de identificar os desenhos estruturais dos vínculos sociais a partir da noção de mercado socialmente imbricado de Granovetter (1985) e da concepção de habilidade social e ação estratégica no campo, defendida por Fligstein (2007) na formação de uma teoria dos mercados que compreende a dimensão de estabilidade e mudança no nível das dinâmicas sociais.

4 “A COISA É ENTRE AMIGOS”: a constituição social das redes no varejo de drogas sintéticas

Compreender o fenômeno do consumo de drogas sintéticas traz consigo o desafio de entender o universo dos usuários, sendo importante estabelecer relações entre o mercado, sua forma de organização e como se mantém estável através das redes entre usuários e revendedores. Num primeiro momento buscamos definir o fenômeno do consumo a partir da lógica de Bourdieu e em seguida traçamos um perfil de consumidor de drogas sintéticas a partir dos dados qualitativos obtidos com esta pesquisa. Além disso, buscamos analisar como este mercado se organiza e se mantém estável através das redes entre usuários e revendedores.

Para esta análise, fez-se necessário alcançar o nível do varejo destas mercadorias. Assim, foram consideradas apenas as relações na ponta da cadeia distributiva do mercado. Informações relativas aos níveis de produção e distribuição não são o objetivo desta investigação.

A estrutura composta por fornecedor, produto e cliente, se configura em um modelo que, segundo Reuter (1985), pode ser aplicável à concepção de qualquer outro mercado de commodities. Seguindo esta linha de pensamento, acrescentamos à perspectiva objetiva do mercado à dimensão social das dinâmicas que estruturam seu funcionamento a partir de práticas comerciais entre atores e configuram um sistema de trocas. Desta maneira podemos inferir que as estruturas de mercado, são, portanto, o resultado das relações entre os diversos atores que compõem estas dinâmicas, podendo ser verticalizadas, pautadas em hierarquias, ou horizontalizadas.

A definição de um mercado pode ser estabelecida em função do tipo de mercadoria que media a troca econômica. Os critérios de regulação que atribuem à droga o caráter ilegal geram efeitos em como os atores que estruturam este mercado organizam suas práticas. Os

atores, nestes contextos, recorrem a estratégias para garantia de estabilidade e de continuidade das relações (Granovetter, 1994). E estas estratégias de garantia orientam e caracterizam as ações práticas nestes espaços. Ao olhar o cenário a partir desta investigação, observou-se que a circulação de drogas ilícitas torna-o um mercado ilegal por conseqüência.

As interações entre atores vinculados direta e indiretamente em redes no comércio ilegal de drogas, correspondem às transações realizadas dentro do mercado (Steiner, 2006). As ações dos agentes neste contexto estão orientadas a partir de referenciais culturalmente estabelecidos, ainda que este mercado não seja detentor dos direitos de propriedade (Reuter, 1985). Nesta lógica, o sistema padronizado de conexões estruturadas pode resultar em configurações “particulares” de um mercado.

Para compreender as configurações originadas nos arranjos padronizados do último nível do mercado de drogas sintéticas, tomamos como referência analítica a perspectiva dos consumidores em relação às dinâmicas estabelecidas no varejo. E por essa razão, é oportuno tratar de alguns fragmentos teóricos capazes de nos auxiliar a definir os consumidores enquanto grupo social relevante e ainda olhar de que maneira suas práticas definem as estruturas do mercado de drogas sintéticas no Recife.

4.1 O CONSUMO ENQUANTO PRÁTICA

O consumo de drogas sintéticas evidencia uma escolha individual de um tipo de substância psicotrópica que ao ser utilizada resulta em padrões alterados de consciência, em função de seus efeitos alucinógenos e estimulantes no corpo. Estes efeitos, diante de outros tipos de substâncias disponíveis no mercado, expressam o gosto de determinados consumidores por substâncias que geram efeitos específicos. De maneira geral, esta preferência subjetiva em justificação a um consumo objetivo de determinadas mercadorias constitui um tipo de experiência significativa dos sujeitos enquanto prática cultural expressa por hábitos

Compreendemos que o consumo objetivo de bens materiais ocorre dentro de um sistema estruturado, mas não de forma determinista, a partir da expressão do gosto, em função das referências estruturadas pelo *habitus* (Bourdieu, 2007). Estas referências, ao serem postas em prática através da ação dos atores, funcionam como estruturas estruturadas ao mesmo tempo em que também estruturam o campo onde estão inseridas.

O gosto, propensão e aptidão para a apropriação – material e /ou simbólica - de determinada classe de objetos ou de práticas classificadas e classificantes, é a fórmula geradora que se encontra na origem do estilo de vida, conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos - mobiliário, vestuário, linguagem ou *hexiscorporal*- a mesma intenção expressiva. Cada dimensão do estilo de vida "simboliza com" os outros, como dizia Leibniz, e os simboliza. (opcit, 2007, p. 165)

A noção de *habitus* pode ser pensada como uma identidade social, uma experiência biográfica, um sistema de orientação (Setton, 2001). Esta mesma noção pode ser entendida como uma matriz cultural que predispõe os indivíduos a fazerem suas escolhas.

Em alusão ao esquema teórico descrito, consideramos o conceito de campo útil ao que definimos como mercado de drogas. E dessa maneira orientamos nossa análise para encontrar quem são os atores presentes no varejo destas substâncias, em função de suas práticas relativas ao consumo e à venda de drogas sintéticas,.

4.2 OS CONSUMIDORES

Antes de compreendermos como o varejo de drogas sintéticas está disposto na prática, é necessário estabelecer quem são os atores que produzem e reproduzem as dinâmicas deste mercado. Nesta sessão, buscamos traçar, através das características emergentes nos discursos, um perfil sócio-econômico dos consumidores e revendedores de drogas sintéticas.

A caracterização destes atores permite-nos compreender suas disposições e posições sociais. Estas configurações que perpassam as relações estabelecidas ao longo da vida podem delinear o perfil das relações remanescentes e que em algum sentido possibilitaram as condições de existência atuais.

O varejo de drogas sintéticas pode ser analisado a partir de uma lógica semelhante a utilizada pelo varejo de outros bens simbólicos. No entanto, a condição ilegal da mercadoria que é comercializada e consumida exerce sobre as dinâmicas de análise outras percepções sobre condições de produção e reprodução das práticas de mercado existentes.

4.3 QUEM SÃO ESTES CONSUMIDORES

Participaram das entrevistas moradores da Zona Sul (Candeias- Jaboatão dos Guararapes), Centro (Várzea, Espinheiro, Ubaias e Graças - Recife) e Zona Norte (Jardim Atlântico - Olinda e Igarassu) da RMR. Grande parte destes bairros está situada em áreas urbanas. A amostra final foi composta por seis pessoas do sexo feminino e seis do sexo masculino, entre 18 e 29 anos, e todos são consumidores freqüentes⁶ do tipo de substâncias delimitado na investigação.

Os entrevistados possuem alto nível de escolarização, a maioria possui o ensino superior completo e renda fixa própria. Mesmo aqueles que não estão trabalhando regularmente, ocupam algum tipo de função no mercado que lhes rende remuneração.

Delimitado este perfil geral, trataremos das questões centrais para compreender as dinâmicas que estes atores participam e suas relações pessoais dentro do que concebemos enquanto mercado de drogas sintéticas.

Informações sobre o contexto familiar e escolarização também nos ajudaram a compreender um pouco mais destes consumidores, considerando estes dois núcleos agentes socializadores relevantes e que de alguma forma colaboram para o status.

A família, segundo os entrevistados, fornece(u) subsídios para as condições materiais de existência em que os posiciona socialmente. Em vários relatos emergiu o fato da família não estar ciente da condição destes atores como consumidores.

Meus pais têm nível superior. Minha família nunca foi rica, mas (eles) tiveram condições de estudar. Eu estudei em colégio particular, fiz graduação e mestrado. Fiz biologia e mestrado em biotecnologia. Meus pais não sabem que eu uso. Morava em afogados. **(Entrevistada 1)**

Estudei em escola particular, trabalho na parte de TI. Minha mãe já usou e sabe que eu uso. Meus pais e eu temos ensino superior. Eu moro em Recife há 3 anos, porque sou de Minas. Já usei pouco lá, comecei a usar mesmo aqui, quem me apresentou foram amigos do trabalho que eram desse grupo. **(Entrevistado 2)**

Sou classe média. A família do meu pai tem dinheiro, a da minha mãe não tem dinheiro nenhum. Eu estudei em escola privada (o contato) a vida toda, e depois fiz faculdade pública. Fiz Direito na FDR (Faculdade de Direito do Recife). Passei em concurso, tenho salário bom, mais alto que a maioria dos meus amigos. Tenho meu dinheiro, não preciso de ninguém, mora na zona sul. **(Entrevistada 3)**

⁶Foram considerados consumidores frequentes os indivíduos que compraram e utilizaram drogas sintéticas dentro do período de dois meses anterior ao momento do encontro.

Estudei em escola pública, no Aplicação, e sempre morei em subúrbio. Meus amigos sempre moraram em bairros nobres, classe média c ou b. Eu me considero classe c, classe média. Meus pais têm especialização *lato senso*. E meu irmão, tá na faculdade. **(Entrevistado 4)**

Este grupo de consumidores pode ser situado numa topologia social (Pereira e Catani, 2002), em uma mesma posição no espaço social, a partir de suas condições objetivas de existência. Essa proximidade no espaço social significa o intercâmbio de mesmas práticas (BOURDIEU, 1996, p.18). O que confere uma representação de um grupo em função das semelhanças emergentes nos dados sobre escolarização, moradia e referências familiares em relação à profissão dos pais.

A partir de classificação auto-determinada e de critérios objetivos como profissão, tipo de escola que cursou o ensino médio, ambientes que frequenta e posição socioeconômica, os informantes foram identificados enquanto representantes típicos da classe média recifense. A classificação destes informantes enquanto classe média se deu a partir de elementos como trajetória biográfica e posições ocupadas ao longo da vida, a partir do contexto sócio-econômico em que estão.

4.4 A ENTRADA NO MERCADO

Diante da delimitação do perfil destes interlocutores, é necessário compreender em que contextos o consumo e o acesso ao mercado pôde ser viabilizado. Além disso, analisamos que as configurações da entrada destes atores corrobora com a continuidade das práticas e as formas de organização no mercado. Acessar o mercado de drogas sintéticas não é tão difícil, mas requer no mínimo um contato que já faça parte de um grupo e que seja capaz de atravessar a mercadoria ou colocar o indivíduo em contato com um vendedor.

Segundo relatos dos entrevistados, estes momentos iniciais estiveram associados a vínculos de amizade de momentos variados ao longo da vida. Foram amigos da época da escola, da universidade, do trabalho ou amigos de amigos onde o vínculo social em algum momento foi estabelecido. Estas dinâmicas não têm como base a manutenção do vínculo. A maioria dos entrevistados remeteu-se ao período do ensino médio e do início do ensino superior como o momento em que usaram pela primeira vez ecstasy e/ou LSD.

A primeira vez que usei foi em 2016 na *transpiration* (festa rave de música eletrônica), uso com amigos de longa data, tinha muita curiosidade. Já tinha lido e achava que me identificaria com os efeitos. **(Entrevistado 4)**

Bala a gente foi numa rave e o namorado da minha amiga colocou na água. No começo a gente não pegava pra gente, tomava uns goles, usava dos outros. Já papel eu usei pela primeira vez aqui em casa, uns amigos vieram. A gente combinou um

encontro pra isso. Todo mundo queria experimentar e comprou. Tomei bala no primeiro ano, já no final. E tomei doce durante o segundo ano. **(Entrevistada 7)**

A primeira vez foi numa festa. Eu ouvi os caras dizendo que tinham bala e comprei. Eu tava com a galera do colégio, isso aconteceu na época do segundo ano do ensino médio. **(Entrevistada 8)**

A primeira vez que eu usei papel foi pelos meus amigos de escola, ou tipo, meus amigos de escola me introduziram ao dealer e eu comprei do dealer e usei em casa. **(Entrevistado 11)**

Essa primeira vez de papel eu ganhei do ficante de uma menina que tava com agente, de uma amiga da gente. Aí eu não paguei, foi tipo um presente. (...) Eu tinha vontade. Eu já tinha tomado uma vez, só que eu não senti bater, não senti nada. E, eu tinha bebido também, aí, eu acho que cortou o efeito, não sei. Aí eu ficava nessa curiosidade: como é, como pode ser e tal. E eu pesquisava muito, eu pesquiso muito sobre esse tipo de coisa. Aí, aconteceu. A gente tava usando outra droga que era bala. **(Entrevistada 12)**

A maioria dos entrevistados usou a droga sintética pela primeira vez em espaços de festa, alguns deles compraram diretamente de um vendedor. Em outros casos, conforme o relato do Entrevistado 11, que não estava numa festa, foi preciso a mediação de um amigo para acessar um vendedor da substância. Observando os relatos consideramos que as dinâmicas de compra podem diferir em relação a sua estruturação, ou seja, em função da situação em que o consumidor está e da programação prévia ou não para o uso. Nestes casos Comprendemos a situação aqui relatada enquanto uma configuração temporal e espacial.

4.5 A EXPERIÊNCIA DO USO DE DROGAS SINTÉTICAS

Este tópico diz respeito ao compartilhamento de experiência entre consumidores. Em virtude das experiências, em geral, serem vivenciadas coletivamente, interessou-nos identificar quem são estas companhias na cena de consumo⁷. Estes atores também compõem o quadro de perfil de consumidores nos contextos descritos pelos entrevistados.

Este é um ciclo mais atual, formado de dois de informática, um de saúde, um de ciências médicas, psicólogos. **(Entrevistado 4)**

Uso sempre quando tô com gente, com mais uma pessoa no mínimo. Porque gosto de socializar a experiência com outras pessoas. Pode se meu namorado, uma amiga. (...) Em qualquer festa, show, às vezes é num bar. Eu sempre acho que tem que se sair com quem você se sente a vontade pra usar, porque se rolar uma *bad*, se você

⁷As motivações relativas ao consumo deste tipo de substância não fizeram parte deste desenho de pesquisa, o que limita-nos a compreender as relações objetivas que dizem respeito à compra no varejo, suas configurações e os tipos de relações estabelecidas neste nível de mercado. As drogas funcionam objetivamente enquanto elo para a transação comercial, já que são fornecidas em troca de dinheiro, e assim vinculam dois tipos de atores no mercado.

tiver com gente que você não é próxima desencadeia coisas piores e sua experiência é uma bosta. Já tive *bad* com quem eu não era próxima e foi horrível. É bom estar com quem você gosta, porque você tem ajuda, se sente segura. É crucial, a não ser que você tome as coisas e vá ficar sozinho na vida, não gosta de ficar em grupo. Curte e volta. Se você tiver ruim, a pessoa cuida. Dá água, comida, leva pra ambulância, senta, descansa. **(Entrevistada 5)**

O consumo de drogas sintéticas funciona como marcador de expressão do gosto, permitindo-nos estabelecer um elo de associação entre os membros de um grupo ou de associações em virtude deste gosto, como as que são estabelecidas para fins comerciais. O consumo destas substâncias, segundo a fala dos entrevistados, está relacionado a uma experiência dos sentidos mediada pelo uso de substâncias em espaços e situações semelhantes. As motivações do consumo são atribuídas, em grande parte dos discursos, aos efeitos gerados pelo uso e a vivência compartilhada de experiências sensoriais e subjetivas. Neste sentido, podemos compreender estas referências atribuídas pelos consumidores a partir da idéia de afinidade de estilo (op.cit. 1996, P.20).

Agrupamento e compartilhamento de experiências normalmente ocorrem a partir dessa associação em função de afinidades. A afinidade de estilo nos comportamentos e atitudes em relação ao consumo de drogas sintéticas pode ser interpretada e compreendida no quadro da formação do *habitus*, que dá conta da unidade de estilo que une as práticas e os bens de um agente singular ou de uma classe de agentes.

O *habitus* é esse princípio gerador e unificador que retraduz as características intrínsecas e relacionais de uma posição num estilo de vida unitário, quer dizer, um conjunto unitário de escolhas, de pessoas, de bens, de práticas (Bourdieu, 1997, p.9).

Como dito pela entrevistada 3, “você se aproxima de pessoas que você sabe que curtem a mesma *vibe* que você”.

É uma galera que frequenta o mesmo lugar, o mesmo ambiente. Porque acho que todos os lugares que eu frequento tão interligados, tá ligado? Tipo, os grupos que eu frequento normalmente frequentam todos os lugares que eu frequento, entendesse? Tipo, sair à noite é a mesma galera que sai a noite e vai pra festa... Tipo, as pessoas que eu conheço assim de longe, eu conheço muita gente... É sempre a galera que eu me bato em vários rolês, entendesse? Se eu tou no Recife Antigo num show aquela galera que eu vou está lá. **(Entrevistada 12)**

Conheci numa festa e passei a participar desse grupo. Lá tem três médicos, a maioria é médico e TI (Tecnologia da Informação). Conheci em coisas bem aleatórias. É um grupo formado por afinidade. As coisas que a gente tem em comum são os momentos de lazer. Cinco pessoas trabalham na mesma empresa. Todo mundo usa e isso gera uma afinidade. Isso muda sua visão de sociedade, uma explosão de sentimento, de amor. Me sinto muito honrada de fazer parte desse grupo. **(Entrevistada 1)**

Além da dimensão da afinidade, expressada através do compartilhamento de experiências e gostos, questões relativas a uma espécie de cuidado também integram os discursos sobre os grupos. Há uma prática recorrente de gestão do consumo, através do acesso e compartilhamento de informações sobre as substâncias consumidas pelos membros dos grupos. Esta troca de informações, segundo os entrevistados, é uma alternativa à falta de regulamentação em relação às mercadorias e funciona como uma espécie de redução de danos entre os membros. Compartilhar informações é um gesto recorrente de cuidado.

4.6 OS ESPAÇOS DE CONSUMO

Os espaços de uso mais recorrente nos discursos foram as festas de música eletrônica, que costumam acontecer em locais mais afastados dos centros urbanos e tem duração acima de 12 horas. Estas festas são espaços favoráveis à ampliação da percepção dos sentidos, em razão dos efeitos farmacológicos destas substâncias no corpo. Estes *settings* (Rodrigues et al, 2017) seriam ambientes criados pelos organizadores das festas em busca de trazer mais “conforto e acolhimento” para os frequentadores, com estímulos visuais e sonoros que contribuam intensamente na catalisação de estados de transe.

A própria casa e/ou casa de amigos também surgiu nos discursos enquanto espaço de uso. Este espaço particular permite certo nível de controle da experiência e costuma compartilhada junto a outras pessoas de confiança.

Além das festas e da casa de amigos, o carnaval também é um espaço frequente dos usuários de drogas sintéticas enquanto situação favorável ao consumo. As razões são dadas em função da duração da festa, dos estímulos sonoros e visuais, como o colorido das tradicionais fantasias e decoração dos espaços que estimulam os sentidos, semelhante à proposta dos espaços de festa de música eletrônica. Estas características semelhantes em relação às condições favoráveis para o consumo estão associadas a demais condições. Estas situações podem ser interpretadas enquanto períodos e espaços de afrouxamento dos controles, sejam eles policiais ou sociais. A ocorrência destas festas e a aproximação de períodos como o carnaval são motivações para a compra de novas substâncias que serão “planejadamente consumidas”.

Estes ambientes, além de conferirem condições favoráveis por conta do afrouxamento dos controles, também são caracterizados enquanto espaços de sociabilidade e de interação, no momento do consumo. Diminuem as distâncias entre pessoas desconhecidas e possibilitam a criação de novos vínculos entre indivíduos semelhantes no tange o gosto pelo uso destas drogas. As festas seriam espaços de exceção ao hipercontrole dos vínculos sociais estabelecidos anteriormente.

Em síntese, compreendemos, a partir dos resultados que o uso destas substâncias é estendido a outros ambientes sociais recreativos além de raves, incluindo locais de música e dança e socialização, como bares e residências particulares. O consumo, portanto, acontece e em variadas configurações e é comumente compartilhado com os mesmos atores que partipam coletivamente das compras.

4.7 OS VÍNCULOS SOCIAIS NO MERCADO

Conforme os dados acessados nas entrevistas, foi possível inferir que o mercado de drogas sintéticas funciona a partir de redes de interação estruturadas a partir de vínculos sociais. Os consumidores vivenciaram suas primeiras experiências de uso junto à amigos ou pessoas já conhecidas, com quem mantinham relações anteriores ao mercado. Os 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 e compartilhada é por vezes o elemento aglutinador destas redes, já que associam o consumo recreativo aos espaços de lazer por vezes freqüentados em comunhão.

As compras coletivas, articuladas em grupos formados por amigos e/ou conhecidos podem ser estruturada via combinação de quatro categorias de atores emergentes dos dados, são eles:

- 1. Vendedor:** é aquele que fornece o produto aos consumidores finais. Estes vendedores costumam receber as mercadorias de distribuidores, o que corresponde a um nível anterior ao varejo.
- 2. Consumidor:** é aquele que usa o produto. Este tipo de ator não estabelece vínculo direto com o vendedor. Normalmente se utiliza de algum intermediário para efetuar a compra, obtém a mercadoria principalmente a partir de compras coletivas.

3. Consumidor-passador: é 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.

4. Consumidor-revendedor: este tipo de ator costuma também ser consumidor, e em situações fortuitas comercializa ou já comercializou⁸ as substâncias, mas não faz desta condição uma prática regular.

A relação entre estes atores costuma variar, e por vezes aqueles que são sempre consumidores não possuem vínculos diretos com nenhum revendedor ou vendedor.

Pelas redes sociais fui fuçar, vi que ela frequenta os mesmos ciclos que eu. Só vi que era advogada, mas mais que isso não. Os dois lados evitam saber onde o outro mora. Se a casa cair, não quero problema pro meu lado. É melhor que a relação seja distante. **(Entrevistado 4)**

Eu não sei nada sobre ele e nem quero saber, quero a maior distância possível. Porque é sujeira ter contato com uma pessoa que vende recorrentemente. Vai que pegam o celular dele? Eu só teria contato com ele se eu fosse comprar alguma coisa. **(Entrevistada 1)**

A ausência do estabelecimento de vínculos fortes com os revendedores do varejo por parte dos consumidores é uma estratégia de dissociação das dinâmicas do mercado. As interações ocorrem, mas não há espaço para laços mais íntimos. As relações mais próximas que existem costumam ter iniciado em outros espaços sociais que não o mercado.

Meus contatos têm entre 20 e 30 anos. Esse que to descrevendo, que vende gota, é advogado e tá em casa sempre à noite. Ele conhece meu namorado da natação, já são amigos de antes, e é amigo de uma amiga do meu namorado, que se conheceu na faculdade. **(Entrevistada 5)**

Minha última compra foi com namorado de uma menina que estuda aqui (na faculdade). Ele morava perto da minha casa e eu fui através dela. **(Entrevistado 10)**

⁸A condição de usuário-revendedor ocasional diz respeito aos consumidores que, por oportunidades surgidas em meio aos contatos estabelecidos com vendedores, pela internet, ou através de momentos pontuais em que organizaram* dinâmicas de compra e obtiveram lucro financeiro a partir da revenda destas substâncias; seja para custear o próprio consumo, seja para obter rendimentos a partir da aplicação de valor no preço final pela participação no repasse das mercadorias entre o distribuidor e consumidores finais.

Ainda que o consumo das substâncias ocorra com relativa regularidade, busca-se ao máximo realizar compras a partir do consumidor-passador. Este tipo de ator possui, na maioria das vezes, laços fortes (Granovetter, 1974) com os consumidores e laços fracos com os revendedores. Os atores que compartilham “laços fortes” comumente fazem parte de um mesmo círculo social, em contraposição aos indivíduos com os quais são mantidas relações de “laços fracos”. E, seguindo o modelo de Granovetter, são as relações com vínculos mais fracos que são importantes para o varejo de drogas sintéticas, já que os laços fracos é que costumam conectar consumidores e revendedores neste nível de mercado.

Seguindo a lógica, os laços fortes mantêm os vínculos dentro dos grupos, a partir daqueles que já se conhecem e mantêm uma relação estável. Os laços fracos, nestes casos, são os vínculos que estruturam a complexa teia de relações entre os consumidores e os revendedores, criando pontes entre estes indivíduos no mercado.

Neste sentido, a configuração das trocas pode variar em função de categorias como espaço, oportunidade e disponibilidade de tempo. Em função das festas funcionarem como janelas de oportunidade para a compra, protegidos por condições estabelecidas em razão da presença de outras pessoas, da pontualidade do contato e da rapidez na obtenção do produto, é comum que os consumidores utilizem estes espaços para a compra, estabelecendo vínculos com revendedores normalmente desconhecidos.

As compras realizadas através da participação em grupos de amigos funcionam como uma estratégia de proteção. Nestas condições, a maior exposição entre os consumidores está daquele que estabelece o contato externo, articula a compra e retorna com as mercadorias para serem subdivididas entre os membros. que permite rápida articulação entre os atores e garante segurança e invisibilidade. Os grupos funcionam, portanto, como redes de compartilhamento de experiências, e como redes o referências sociais para entender as dinâmicas do mercado de drogas sintéticas em conexão com os revendedores.

4.8 O QUE SABEMOS DOS VENDEDORES

Das poucas informações que conhecem, em relação aos revendedores de seus grupos, afirmaram que estes atores costumam possuir ocupações regulares, configurando uma rotina “comum” diante do espectro de possibilidades.

A atividade de revenda de drogas sintéticas seria mais uma atividade dentre as tantas que compõe o cotidiano ordinário da maioria dos indivíduos em condições socioeconômicas semelhantes. Analisamos que aqueles consumidores que conhecem diretamente seus revendedores descrevem que são “pessoas comuns”, e que por vezes não precisam deste “tipo de coisa”, mas fazem porque talvez gostem. Adler (1985) descreve que indivíduos que comercializam drogas de classe média em ambientes privados não se reconhecem a partir de estereótipos negativos como traficante e que “a carreira de revendedor nestes casos se caracteriza como um padrão de "mudanças e oscilações" em que as pessoas entram e saem das vendas de drogas e, mesmo ativos em transações não se caracterizam como negociantes permanentes devido a seus laços com atividades não-desviantes”.

4.9 A CONFIANÇA

Os indivíduos que participam destas 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.

Os processos de dependência e colaboração parecem ser o resultado de uma divisão de tarefas e habilidades. No caso das drogas sintéticas os papéis são temporários e podem ser alternados ao longo do tempo, por isso a preocupação em “cumprir”, por que depois pode-se precisar desse amigo.

Classificamos as ações coletivas enquanto práticas cooperativas. 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 drogas sintéticas, 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 drogas sintéticas 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.

Dentro dos grupos a figura do consumido-passador é freqüente e funciona como aquele que estabelece o vínculo com o revendedor. Diante dos atores no grupo, o passador é o que mais se expõe em relação a uma possível identificação associada ao mercado de drogas. 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.

Em analogia aos estágios na carreira de um usuário, descritos por Becker (2008, p.71) em relação a usuários de maconha, propomos pensar uma classificação da integração/participação dos usuários de drogas sintéticas e sua relação na dinâmica do mercado, em função das informações que emergiram dos dados com maior frequência.

1. O iniciante: aquele que usou a droga pela primeira vez.

2. O consumidor ocasional: aquele em que o consumo é esporádico e depende de fatores fortuitos. Na maioria das vezes consome em função de condições criadas por outros atores, seja por comprar poucas vezes desde que teve sua primeira experiência de uso, seja por usar quando é presenteado por amigos em função de contextos favoráveis ao uso.

3. O consumidor regular: aquele possui uma rotina sistemática de consumo. Que participa ativamente da(s) compra(s), seja de forma individual ou associada a grupos.

5 “TEM QUE SABER FAZER O MOVIMENTO”: configurações das trocas econômicas em rede no varejo

Neste capítulo buscamos analisar como são configuradas as dinâmicas de compra e venda de drogas sintéticas, em um nível mais empírico, a partir das informações que surgem por meio das entrevistas. A condição ilegal atribuída às drogas em circulação nestes contextos priva os atores da proteção dos direitos de propriedade fornecidos pelo estado para as transações legais do mercado ao mesmo tempo em que limita as estratégias de negócios e formas organizacionais disponíveis aos atores. Esta realidade dá lugar a novas configurações de troca que são estabelecidas a partir de questões sociais em que os atores estão inseridos.

Ao tomar como exemplo a idéia de mercado econômico, identificamos níveis estruturais que compõe o fim da cadeia distributiva de mercadorias. Nesse sentido, utilizamos as experiências pessoais dos consumidores para apreender as formas de articulação entre os atores para concretizarem estas trocas econômicas. A ação dos atores neste contexto está orientada por uma prática estruturada, e junto a isso são reproduzidas estruturas de um mercado (Bourdieu, 2008). Estas mesmas práticas podem variar em decorrência dos espaços e dos laços sociais entre os atores que formam as redes do varejo ilegal.

As variadas formas de compra e os arranjos existentes suscitaram a criação de categorias. As configurações, em geral, consistem em relações baseadas em acordos tacitamente definidos. Estes acordos não-estáticos definem formas de proceder estratégicas e garantem a continuidade das transações. As habilidades sociais nestes contextos posicionam os atores e garantem formas cooperativas de articulação. A ausência de informações por parte dos entrevistados a respeito dos outros níveis de mercado, não permitiu a esta análise avançar nesta perspectiva.

5.1 AS DROGAS SINTÉTICAS CONSUMIDAS

Os relatos obtidos com as entrevistas revelaram que todos os entrevistados se autodenominaram consumidores de drogas sintéticas, ainda que não sejam consumidores regulares das mesmas substâncias.

Um aspecto relevante é que ainda que o foco das perguntas e o interesse do estudo estivessem restritos à descrição das experiências relativas á compra de drogas sintéticas, a

maioria afirmou ter experimentado mais de um tipo de substância desse gênero durante a vida. Além disso, todos os entrevistados afirmaram ser consumidores de maconha com maior regularidade do que consumidores de substâncias sintéticas. Com base nestes retornos podemos classificar este grupo como poliusuários.

Tabela 1- Versões das substâncias encontradas no mercado

Substâncias	Formas encontradas no mercado	Nomes populares
MDMA ⁹	Comprimido	Bala Nacional Bala Gringa
	Cristal (em pó)	MD
LSD ¹⁰	Selo	Doce, Papel, Quartinho
	Líquido	Gota
NBOMe ¹¹	Selo	Doce, Papel, Quartinho

Fonte: a autora

Conforme quadro acima, existem variadas versões de MDMA e LSD em circulação no mercado que apareceram nos relatos dos consumidores. No entanto, não houve diferenças apontadas pelos entrevistados em relação às transações de compra de LSD, MDMA e NBOMe. Por esta razão, analisamos os dados partindo do suposto de que estes três tipos de substâncias correspondem ao que nos referimos como drogas sintéticas.

5.2 O ACESSO AOS REVENDEDORES

Quando questionados em relação à compra das substâncias que consumiam os entrevistados afirmaram que o acesso a revendedores costuma ser transmitido pessoalmente, em razão dos atores buscarem tornar estas trocas imperceptíveis para outras pessoas.

Tanto consumidores quanto vendedores evitam estarem conectados às dinâmicas ilegais do varejo. Por isso, a transmissão de contatos pessoais é uma estratégia recorrente nos procedimentos para acessar a rede de comércio ilegal. Esta transmissão se forja em torno de vínculos relacionais e premissas de confiabilidade que se estabelecem de forma tácita delineando etapas ou processos, em que se configuram a estratégia desta rede, a saber:

⁹Metilendioximetanfetamina

¹⁰Dietilamida de Ácido Lisérgico

¹¹25I-NBOMe

- 1) O Consumidor (c1) possui vínculo com um vendedor. É ele quem repassa o contato para outro consumidor (c2), dando oportunidade para realização de compras diretas.
- 2) É necessário **corresponder a sinais** credíveis, como reputação de confiabilidade de encontros anteriores (Gambetta 2009, p.11) para acessar a rede.
- 3) É necessária **permissão** do revendedor para o contato seja repassado a um novo membro em potencial.

Nesta forma de atuar é interessante perceber que o jogo de transmissão de contatos não ocorre livremente. A “confiança de caráter” (Zucker, 1986) é um fenômeno muito comum 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.

Eles compartilham o contato às vezes. Geralmente, as pessoas não divulgam o contato. Por várias questões, né? Especialmente por questão de segurança. **(Entrevistada 5)**

Você recebe por indicação de confiança. Já passei o contato dele pra algumas pessoas, ele foi avisado, mas nem sempre vinga, mesmo ele permitindo. Ele repassa pra poucas pessoas. Quando outra pessoa fala ele não responde. **(Entrevistada 4)**

Quem avisa (antes do novo cliente entrar em contato) é porque sabe que a pessoa só rola mais com pessoas próximas. Quem não avisa sabe que a pessoa não tá se importando com nada, só quer ganhar a grana, não tá preocupado com a imagem, em se preservar. **(Entrevistada 12)**

5.3 CONFIGURAÇÕES DE COMPRA

Quando perguntados sobre quais seriam as formas de comprar *ecstasy* e LSD, os entrevistados descreveram o passo a passo para adquirir as mercadorias quando desejam obtê-las. Os dados coletados evidenciam que a capacidade de ter acesso a um revendedor, seja pessoal ou intermediado por um amigo, diz respeito ao capital social (Bourdieu, 2008) acumulado pelo consumidor em relação aos membros que já estão na rede.

As compras coletivas de tais substâncias costumam ser organizadas dentro dos grupos *de whatsapp* formado por usuários. Este procedimento atualiza os participantes não só a respeito da chegada das mercadorias, mas também sobre as novidades oferecidas no mercado. É comum que sejam enviadas aos integrantes listas com os itens disponíveis. A partir daí o movimento compra e venda tem início dentro de tais círculos virtuais. Há também situações em que as compras são organizadas e realizadas por outros grupos de *whatsapp*, nos quais o

usuário não é membro. Nestes casos é possível que indivíduos de outras redes sejam convidados a participar.

O grupo se junta. Às vezes chega alguém de outro grupo de whatsapp e diz: “-tá rolando o corre de diamante rosa”, alguém quer? Aí vai colocando o nome, a quantidade e quando vê chega em 100 (unidades). Eu sempre digo: -galera, não pega 100... É bom limitar. (...) Quem ofereceu no grupo recebeu o contato que tá num (grupo) de fora, (esse ator interno) é quem recebe o dinheiro (de quem participou do pedido) e depois traz a droga. **(Entrevistado 4)**

Alguém ficou sabendo, coloca nos grupos. Tem um corre que você abre pra geral, e tem um grupo que você faz pequenininho, por que você não quer lidar. Geralmente é mais caro.
(Entrevistado 2)

Nem sempre o princípio do movimento acontece a partir de grupos já formados no Whatsapp. Por vezes um ator inicia o processo de mobilização ativando sua rede, que pode continuar reverberando a partir de outros contatos. Os interessados vão compondo um novo pedido, acionando novos consumidores a rede temporariamente. Estas pessoas não se conhecem e não possuem vínculos de amizade necessariamente, mas estão ali a partir do critério de confiança de outros amigos (amigo do amigo). Existem compras que são abertas ao grupo todo e podendo até estender-se a pessoas externas. Da mesma forma existem também os movimentos que são fechados e nem todos os membros do grupo são convidados a participar.

Um dos relatos chama atenção ao comentar sobre a "figura do intermediário" nas compras realizadas em grupo, através do vínculo de um amigo com um revendedor.

Ele sabe muito. Ele tem o chat dos dealers¹² no whatsapp, ele fica recebendo cardápio (os traficantes que mandam). Ele tem umas 10 pessoas que passam pra ele. Aí quando ele recebe ele encaminha pro grupo da galera que vai pra rave, teoricamente só tem quem consome. “Oh, tá rolando isso: alguém quer?” No grupo tem outras pessoas que tem amigos que fazem o pedido, aí essas pessoas oferecem, tipo: “oh, meu amigo tá fazendo corre de X, alguém quer?” **(Entrevistada 6)**

Estas dinâmicas articuladas a partir dos grupos configuram o formato de compra mais freqüente, segundo os entrevistados e consistem num tipo de "abastecimento social" (Taylor e Potter, 2013), já que as transações são realizadas principalmente entre amigos e conhecidos, estruturadas pela confiança mútua. Classificada como abastecimento social neste nível de

¹² O termo “Dealer” corresponde à figura do vendedor. O uso do termo em inglês é recorrente nos discursos dos consumidores entrevistados, e parece corresponder a um tipo diferenciado de vendedor de drogas.

varejo, o mercado de drogas estaria inextricavelmente ligado à amizade, com transações freqüentemente vistas como um "ato de amizade e confiança" (Parker, 2000, P.28 apud Taylor e Potter, 2013).

Como definido, a confiança e os laços de amizade são mecanismos estruturadores destas dinâmicas. Os laços diretos e indiretos entre quem compra e quem vende tem pesos e aberturas diferentes no acesso às substâncias sintéticas. Estas relações sociais geram uma baixa probabilidade de uso de violência no controle e regulação deste mercado (Sapori e Medeiros, 2010).

Neste sentido, analisamos que todas as dinâmicas dependem de onde a informação surge e de quem ficou sabendo da oferta e tem o contato para articular. Segundo os entrevistados, nem sempre é confortável participar destas transações e nem todos os integrantes dos grupos estão dispostos a ocupar a função do consumidor-passador.

Meus amigos pedem em grupo e eu não gosto disso. Sou advogado, fico muito preocupado com a imagem, tenho receio disso. A quantidade de droga é um risco quando se compra em grupo, 100 comprimidos de *ecstasy* se for pego, não dá pra entrar como uso **(Entrevistado 4)**.

Odeio, odeio, odeio. Não gosto de pegar muita droga, é uma questão de medo, não de moralismo. No carnaval, por exemplo, dois mil, três mil conto. Qualquer merda que der pode ricochetear em mim. Só pego pra um amigo muito próximo, só coisa pequena. O máximo que eu faço quando não quero pegar é num aniversário: tome **(Entrevistada 3)**.

Ficamos sabendo pelos grupos e uma pessoa do grupo que tem contato com *dealer*, manda fotos. Nesse grupo eu não tenho contato com o dealer, só quem tem é uma pessoa, e é geralmente assim. Você não tem esse contato aberto. Quando ela recebe do *dealer* ela coloca no grupo, manda as opções, as fotos, e aí vai quem tá afim. **(Entrevistada 1)**

Ainda que estejam estruturadas cujos "vínculos" se entendem como relações de confiança, os usuários expressam em seus relatos que geralmente evitam contato com aqueles classificados como "revendedores reais" e optam por comprar apenas de amigos ou "amigos de amigos" (Parker, 2000; Stevenson, 2008). Esse parece ser um elemento de diferenciação do mercado de drogas sintéticas, quando comparado a outros nichos de comércio ilegal. Estes sentimentos de recusa podem estar associados aos processos de estigmatização de vendedores de drogas e do risco de sofrerem repressão por parte das agências de controle em função do desempenho de uma atividade criminalizada.

A gente tá fazendo uma coisa ilegal, então não dá pra manter contato com alguém que tá fazendo uma coisa mais ilegal ainda. É uma forma da gente se preservar e

preservar ele também. Nesse mundo há muita gente que tenta se preservar ao máximo. **(Entrevistado 2)**

Numa festa ele (o amigo intermediário da compra) soube que o cara passava pedido com mais de 10.000 balas. Quando a galera soube foi se afastando. Eu acho isso super arriscado. Se ele tá aqui todo mundo se afasta. Rolou um grupo com várias pessoas e esse dealer estava, quando a galera viu, começou a sair. Ninguém quer se envolver. O receio é dele cair e acabar puxando a gente. Mesmo a gente sabendo que consumidor não tem problema. A gente usar droga não chama atenção. Quando a gente vê alguém realmente envolvido já tem receio. Quantidade é o que traz preocupação. Ninguém manteve vínculo com o cara. **(Entrevistada 7)**

Em função da busca dos atores por proteção, identificamos a existência de padrões acordados tacitamente em relação a “como proceder” nas circunstâncias de compra. O agir operacional diz respeito a modos de agir que estão pautados na continuidade das relações. Os atores afirmam a existência destas formas quando afirmam recorrentemente o que fazer para “não se queimar”.

Em geral, tem que ter muita objetividade. Se tiver conhecendo alguém não pode exigir quase nada, por que a galera é muito desconfiada. Não pode pedir foto no início, você precisa ter um nível de confiança. Mas mesmo assim, é ser o mais objetivo possível. Tem uns que no início só falam pelo *telegram*¹³, ai depois que você tem um nível de confiança já fala pelo *whatsapp*. **(Entrevistado 4)**

São várias pessoas que acabam passando. Depende do momento, depende do lugar, depende da festa, depende de quem vai. Mas é assim, vários amigos meus fazem essa movimentação. Aí é aquele disse-me-disse. Tipo assim: - Tem uma amiga minha vendendo tal coisa, vai querer? Eu respondo: - vou. Ela diz: - vê se mais alguém que tu conhece quer. Porque aí a gente já se junta e já faz esse movimento. **(Entrevistada 5)**

As compras individuais, realizadas diretamente com o vendedor são interações rápidas e diretas desde o diálogo para formalizar o pedido até o momento de entrega.

Segundo os entrevistados, as trocas costumam ocorrer em espaços acordados entre ambos. Desde próximo a suas residências até locais de fácil acesso e saída, como estacionamentos, parques e corredores de universidade. Tanto os consumidores passadores quando aqueles que compram quantidades apenas para uso pessoal descreveram que estes encontros com os revendedores são pontuais, práticos e discretos.

Eu sempre entro em contato com ela. O contato é bem rápido, prático. Marca num lugar certo, num estacionamento, posto de gasolina, nem desce do carro, e já passa pela janela. Normalmente ela coloca num *ziplock* a quantidade que eu peço, normalmente eu peço e 10. Anteriormente eu queria pelo *telegram*, porque apaga a

¹³O *Telegram* é um serviço de mensagens instantâneas baseado em nuvem com criptografia *end-to-end*. Há nesta ferramenta a possibilidade do usuário configurar mensagens de autodestruição em chats secretos.

mensagem, mas ela demorava a responder, então acordamos usar o *whatsapp*. Normalmente ela sempre tem, nunca falei com ela e ela disse que não tinha. Às vezes só tem um tipo, quando tem outro ela diz: oh, tenho esse também. **(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, o que nem sempre está acontecendo. Por esta razão, os entrevistados afirmam que o acesso online é mais fácil para qualquer consumidor. Basta querer arriscar e desenvolver habilidades técnicas suficientes para acessar a *deepweb*¹⁴, que também é uma alternativa.

Os grupos nas redes sociais, com dezenas até milhares de integrantes são espaços facilitadores de vínculo entre consumidores e vendedores. Nestes casos, conhecer como estas relações funcionam é fundamental para conseguir realizar a compra.

Diante destas informações identificamos a existência de tipos de revendedores em função grau de exposição que se colocam no mercado. Estes tipos variam entre aqueles que prezam pelo sigilo e discrição e aqueles que não estão preocupados em serem vistos ou contatados.

Meus movimentos sempre foram com pessoas de fora, pela internet. Aqui que eu nunca fiz o corre direto não. Já comprei com um cara de Casa Amarela através de uma amiga, ela passou de carro de tarde pra pegar com ele. Para perguntar é pelo *whatsapp* e a pessoa não se incomoda. Pelo *whatsapp* é só você e a pessoa conversando, então não tem exposição nem problema. Normalmente a gente chama de @. No grupo diz que vai rolar um corre, se for grande bota no grupo. Bota o nome, o preço e pergunta quem vai querer. Rola comprar para outra pessoa. **(Entrevistada 1)**

Um amigo eu desconfio que ele acessa *deepweb*. Ele não compra pra ninguém, é muito discreto e não fala nada a respeito, tentando preservar os contatos dele. Ele é de informática. Tem uma galera grande que acessa. Eu acho que a maioria dessa galera que usa sintéticas nessas áreas acessa. Por que é uma galera criativa, e em outros países há quem use micro dosagens de LSD pra trabalhar. **(Entrevistado 2)**

Nas compras realizadas pela internet um dos entrevistados relatou que pra fazer o movimento eles já utilizaram vários recursos pessoais, inclusive as facilidades em função do local de trabalho de um dos amigos.

¹⁴A *deepweb* corresponde a todo conteúdo disponível na internet que não pode ser encontrado por ferramentas de busca, como o Google. Os mercados de drogas ao atividades frequentes neste espaço.

A gente tem um amigo que trabalha em banco. Ele fez a movimentação por dentro do banco. Não era nominal. Todo mundo transferiu e ele fez, e recebeu na casa dele. **(Entrevistado 2)**

Essa mudança de posição para a maioria dos entrevistados é comum. Os papéis sociais não são permanentes nem estáticos, dependem de fatores culturais e simbólicos “favoráveis” a sua ocorrência. Os consumidores podem ser revendedores por oportunidade. Uma das entrevistadas comentou que ao acessar vendedores diretamente através de grupos no Facebook, surgiu a oportunidade de comercializar pela primeira vez.

Eu conheci um cara do RJ, e ai ele disse: - eu vendo algumas coisas, eu posso te passar, eu comprei e a gente continuou se falando. Ai depois ele disse, tenho mais coisa, tu tá afim? Vou te mandar uma quantidade maior, tu vende uma parte e tu me dá depois o lucro, ta? Tá. Ai ele me mandou umas cartelas de papel. Elas vieram enroladas em revistas, com cartões, ai passei muito tempo vendendo essa merda. Depois, acabei não conseguindo vender tudo e ele disse pra eu mandar de volta. **(Entrevistada 1)**

Eu ia comprar pra mim e pra 2 amigos. E esses dois amigos também ia passar para dois amigos que a gente ia viajar certo para um show eletrônico. A galera acabou querendo. Ai eu disse, tipo, eu vou conseguir um pros três. Ai depois você vai pegar cinco, tipo, eu ia pagar 20 ou R\$ 30 pra cada um deles. E depois, a cartela parece que era 200, a cartela era 220, alguma coisa assim. Então, tipo, saia muito mais em conta tá ligado? Ai eu tipo ha se sobrar aí sobrou um. Não sobrou. Todo mundo comprou. Cada um tinha um amigo que ia comprar pra um amigo. **(Entrevistado 10)**

Além das compras realizadas via pedido coletivo ou online, existem as que ocorrem nos espaços de uso mais frequentes, como as festas. Este ambiente oportuniza vínculos pontuais, na maioria dos casos, entre atores que não se conhecem. A percepção dos atores nos espaços, segundo os entrevistados, é “fácil”. Os relatos mostram dois tipos de revendedores nas festas. Os visíveis e os “invisíveis”.

Quem está no espaço, percebe. É assim, porque a pessoa, tá lá. Tem uns que são mais discretos. Mas a maioria não é. Eles chegam na cara dura, tem uns que chegam em você, chegam perto de você na cara dura e perguntam: -E aí? Vai querer? Eu respondo que eu tenho, ou para não falar que tenho, eu digo meu amigo tem. Não costumo comprar com eles. Às vezes eles chegam em grupos. É muito comum eles irem em grupos pra fingir que estão lá na festa, mas é pra pegar dinheiro mesmo e pronto. É o que acontece. E eles ganham muito dinheiro. **(Entrevistada 5)**

Nestes espaços, segundo o conteúdo apresentado, é possível identificar que existem tipos diferentes de vendedores. “Tem os camicases, que todo mundo nota, já chegam rodando. E tem a galera das entocas, que não gosta de ser associado a nada. Falou alguma coisa a mais pra esse você já tá queimado naquele esquema” (Entrevistada 3). Para manutenção de

vínculos estáveis e minimização dos riscos é necessário saber lidar com os tipos de varejistas e criar estratégias de antecipação e discricção, se não desejar exposição.

Os diferentes tipos de relações variam entre vínculos com finalidade apenas mercadológica e vínculos entre amigos e conhecidos, que estão para além do momento de concretização das compras. As ações individuais que buscam satisfazer interesses particulares utilizam atores em sua rede pessoal que possuem interesses semelhantes ou complementares e constroem relações cooperativas. Ainda que existam diferentes vínculos entre os atores, nestas dinâmicas, a confiança é um elemento recorrente nos discursos enquanto condição para que a interação se realize. A confiança é um elemento estruturante das relações.

Considerando os diferentes tipos de atores que estabelecem as trocas nestes mercados, identificamos que as funções desempenhadas não são permanentes nem estáticas, dependem de condições “favoráveis” a sua ocorrência como a disponibilidade para organizar o movimento e o acesso a revendedores que naquele momento estão desempenhando a atividade. Em razão da possibilidade de rearranjos entre os membros do grupo, há 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 (Giddens, 2005).

Tanto nas relações entre os membros do grupo, quanto nas interações com revendedores, o exercício das funções é uma condição para a continuidade dos vínculos. “Com amigo é meio que uma troca de favores. Você quebra uma pro cara e aí depois ele faz pra você” (Entrevistada 3).

Diante do exposto, consideramos que existe neste mercado um ciclo de cooperação estável entre os atores, onde são capazes de manter a ordem e regular o acesso de outros indivíduos que, a priori, não possuem capital social “suficiente

Em função dos conteúdos apresentados anteriormente, é possível estabelecer três **fluxos de compra:**

1. **Intermediado para compra coletiva:** Nesta modalidade, talvez a mais freqüente forma de comprar substâncias sintéticas, a compra é feita para um grupo através de um “representante” que possui um *contato*, de maneira que os membros do grupo não estabelecem vínculo com o vendedor, mas adquirem seus produtos via intermediário.

2. **Direto com um vendedor já conhecido:** Para comprar diretamente com o vendedor, é necessário tempo. Não há regras específicas que determinem esse acesso, mas segundo os entrevistados, os vendedores normalmente optam por não terem seus contatos compartilhados entre consumidores, a fim garantirem minimização dos riscos de serem identificados e monitorados, tanto pela agências de controle, quanto por pessoas que estejam “fora” das dinâmicas.

3. **Direto com um vendedor desconhecido:** Em espaços de festa a presença de vendedores é recorrente e permite que pessoas que não possuem vínculo anterior estabeleçam uma relação, mesmo que pontual e impessoal. Neste caso, garantias e comprometimentos são reduzidos. Ainda nesta configuração, podemos incluir as compras realizadas em ambiente virtual, onde o vínculo se estabelece via redes sociais e se utiliza de tecnologias auxiliares para concretização da compra.

5.4 OS PREÇOS VARIAM EM FUNÇÃO DOS ARRANJOS

Os tipos de substâncias possuem preços diferenciados no mercado e o critério de pureza é o que mais influencia no valor cobrado pelos vendedores. O espectro dos preços varia em função de quantas pessoas participaram da transação. Segundo os informantes os preços em geral tendem a subir, mas existem estratégias utilizadas tanto por vendedores quanto por consumidores em busca de redução dos custos de transação, e por consequência, redução do preço final das mercadorias.

Se você sair comprando em quantidade, vai diminuindo o preço. Para negociar depende da pessoa, depende do vendedor. Tem uns que, a partir de 10 já diminui. Tem uns que a partir de 20. Outros com 5 já baixa o valor. Depende quem é a pessoa realmente.. Se a pessoa conhece quem está vendendo de antes, aí pode rolar. Se tiver proximidade. Aí você pede para diminuir. Qualquer destas drogas, você sempre vai estar pagando mais caro à medida que você ver que vai passando de mão em mão. Isso é um fato. Se você consegue da fonte mesmo, você consegue mais barato. Negociando também. Dependendo do contato. Se passou para outro, que passou para outro... Se a pessoa pegou por um preço. Ela vai botar o seu lucro em cima daquele preço. E vai passando para outra, vai aumentando o preço. Acaba que o consumidor vai pagando bastante se ele não souber fazer. **(Entrevistada 6)**

Pelo que tô vendo tá 20 reais em um comprimido nacional, o importado (gringo) tá entre 60 e 80 reais. O efeito da importada é muito mais forte e a gente sabe exatamente a qualidade. Essas normalmente vêm da Holanda, Alemanha... LSD a cartela custa 250 reais, dependendo da dosagem, de onde vem. Se for nbo, nbo é mais barato. **(Entrevistado 2)**

A falta de regulamentação, o preço sobe muito rápido. O Mdtá 120,00 o grama (puro), em cristal para cheirar. **(Entrevistada 3)**

A gota tá por 45,00 com a dosagem alta. Uma bala, geralmente, normalmente eu

compro por 25 reais ou r\$ 30 no máximo. Tem festa que eu compro por 40, 45, 50 reais. Aí sempre vem aquele negócio é gringa, é gringa, é gringa. É tipo um gourmet.¹⁵ **(Entrevistada 5)**

Seguindo estas evidências, a lógica dos preços é semelhante ao modelo de precificação de uma mercadoria como outra qualquer. “Quanto mais atravessadores participarem da transação, mais caro será o valor final. Considerando que todos os intermediários adicionarão o valor de sua participação na transação”. Em virtude desta cadeia, as estratégias utilizadas nos fluxos de compras também são estratégias de barateamento do custo final do produto, extrapolando a perspectiva de associação dos atores apenas por fatores de proteção.

Ofertas atrativas também fazem parte da oferta do mercado. A lógica das promoções funciona como indução de compra e, para os consumidores, são estratégias de garantia de mercadorias em momentos de dificuldade de aquisição.

“Nesse dia específico, a gente nem estava querendo. A gente pegou pelo preço que estava bom. A promoção é tentadora. Se estiver num preço bom, eu compro. Depende do tipo da mercadoria. Se eu ver na rua e estiver num preço massa eu compro. Eu sou dessas. Se eu vir por esse preço, eu penso “eu vou pegar”. Se eu visse por esse preço, 15 ou 20 eu digo vou pegar. Agora se comprar “de monte” sai mais barato. **(Entrevistada 5)**

Você gasta menos do que se passasse na *rave* bebendo cerveja. **(Entrevistado 2)**

É possível apreender que a lógica do cálculo de custo-benefício entra em cena e variáveis como pureza, duração do tipo de substância, preço em oferta e reputação do vendedor 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 ser reduzidas em função da urgência da compra e da qualidade do produto que está sendo oferecido.

Eu ia chegar lá no Lollapalooza na hora e eu tive que comprar aqui. Comprei 10 unidades. Eu negocieei mas não funcionou. É porque era uma coisa muito boa que estava a 35 reais, então não teve margem. Já era aparentemente r\$ 40 é porque esse cara que eu comprei era meu amigo e fez um preço diferente para mim. tipo como ele era meu amigo eu acredito que ele baixou r\$ 5 porque eu disse que era 10 unidades. **(Entrevistado 11)**

¹⁵ Os valores de referência correspondem ao período das entrevistas, realizadas entre julho e dezembro de 2018.

5.5 A QUALIDADE DOS PRODUTOS

Dentre os consumidores, a preocupação com a qualidade daquilo que estão consumindo é recorrente nos discursos. A ausência de agências de fiscalização das mercadorias em favor do consumo impede garantias de procedência e composição dos produtos que são comercializados.

Como alternativa à falta de regulação, os consumidores se utilizam de estratégias como o uso de reagentes e o contínuo compartilhamento de relatos dos resultados e das experiências de consumo de cada substância.

A repercussão positiva das substâncias acontece principalmente através do boca a boca. Nos grupos de amigos é comum que após o primeiro uso, por algum dos membros, sejam compartilhadas opiniões relativas à concentração, ao tipo de experiência acessada e possíveis efeitos pós consumo.

Nos grupos formados em redes sociais, como o facebook, é comum encontrar depoimentos sobre o consumo das substâncias em suas mais variadas versões. Além dos depoimentos, é comum ver fotos e vídeos de diferentes tipos de substâncias. Nestes espaços, usuários oriundos de várias regiões do Brasil e do mundo¹⁶ interagem para que os interessados neste tipo de conteúdo sejam beneficiados.

Ainda na dimensão do boca a boca, fica evidente que esta também pode ser uma forma de propaganda utilizada pelos vendedores para o sucesso de suas mercadorias.

Quem vende normalmente quer saber a satisfação do cliente, sempre se pergunta, porque isso dá um respaldo. Quando alguém usa alguma coisa, aí dá o depoimento nos grupos quem tem no Facebook. **(Entrevistado 2).**

A rápida criação de novos compostos movimenta as dinâmicas de mercado, mas também é fonte de preocupação dos consumidores. Em função da acelerada produção de

¹⁶ Nestes casos, sites também funcionam como fontes importantes de informações para consumidores em relação à qualidade dos produtos. O <https://www.ecstasydata.org/>, por exemplo.

novos compostos denominados de bala e doce no mercado, o surgimento de “novidades” é freqüente.

A cada ano, aproximadamente 50 novas substâncias são sintetizadas, comercializadas e depois proibidas. É um processo infinito. Há a proibição, muda-se um detalhe na molécula, e já se tem quimicamente outra substância, voltando a circular de forma legal (NETTO, 2017).

Por essa razão a diversificação de nomes, formatos e efeitos (considerando que cada composto possui quantidades diferentes dos princípios ativos em sua composição), o cenário de oferta de drogas sintéticas está em constante fluxo. Através dos grupos os consumidores-passadores transmitem por meio de listas e fotos o que o vendedor tem no período.

Ficamos sabendo pelos grupos e uma pessoa do grupo que tem contato com dealer, manda fotos. Nesse grupo eu não tenho contato com o dealer, só quem tem é uma pessoa, e é geralmente assim. Você não tem esse contato aberto. Quando ela recebe do dealer ela coloca no grupo, manda as opções, as fotos, e aí vai quem tá afim. A freqüência de novidades esse ano (2018) tá muito pequena, ano passado tava maior. Nós temos 2 grupos, e eles estão a um tempo sem novidades. O amigo da gente que também procurava muito deu uma sumida, ele tá com alguns problemas. Ficou sem movimentar. Uma amiga a casa caiu em casa, aí ela tá com preguiça de organizar, tá estudando muito. E ela era uma das que traziam novidades. Como só eles tinham os contatos diretos, aí diminuiu as novidades. **(Entrevistada 1)**

Além dos preços, a bala e o doce podem variar na composição. Há no mercado variações do MDMA, como o MDxx, entre outras. A primeira corresponde à substância verdadeira, pura e a segunda a versão adulterada. Não só o MDMA quanto o LSD tem suas versões falsificadas em circulação no mercado.

Em levantamento, realizado entre 2011 e 2012, a Superintendência da Polícia Técnico-Científica de São Paulo, em parceria com a FAPESP, demonstrou, por meio de cromatografia gasosa e espectrometria de massa (GC-MS), que apenas 44,7% dos comprimidos de ecstasy apreendidos continham o princípio ativo esperado MDMA, com o maior adulterante (22%) tendo sido a metanfetamina (TOGNI et al., 2014).

Algumas estratégias utilizadas pelos fabricantes, que ao perceberem a repercussão positiva em relação a determinado tipo, buscam replicar e lucrar o sucesso daquelas que foram elogiadas na rede. “Tem a questão dos “lotes”, se essa tiver boa, na próxima semana pode não ser a mesma. Algum fabricante vê que aquela faz sucesso, ai usa a mesma prensa e vende, com uma qualidade diferente, mas visualmente idêntica” (Informante 2). Por essa razão, dois deles afirmaram fazer a testagem das substâncias usando reagentes químicos comprados na internet e compartilhados nos grupos que participavam. Fica evidente que a experiência tem lugar

privilegiado na estruturação de opiniões em relação à qualidade, acompanhadas do máximo de informação possível sobre a novidade

Esse lance de bala ele é relativo porque cada uma que chega, chega com um nome. Surge uma nova. Um reagente, pô?! Compra por 60 conto e dura muito. Isso é muito baseado na confiança, tipo: se um fizer um teste, 200 confiam. Tá ligado? **(Entrevistado 9)**

5.6 A QUESTÃO DA FALSIFICAÇÃO

A estratégia de compartilhamento de informações via redes em relação às experiências de uso ocorrem principalmente em virtude das adulterações nas mercadorias. As mudanças de forma e composição ocorrem numa velocidade intensa e dificulta que os consumidores utilizem os compostos sabendo de que estão feitos exatamente.

O consumo das drogas sintéticas está em constante ameaça de adulteração química. Das substâncias vendidas no mercado tornado ilícito pelo proibicionismo, nunca se sabe exatamente a composição, o que torna seu uso potencialmente mais perigoso (Rodrigues e Beserra, 2015).

No entanto, essa renovação também é uma alternativa à ocorrência de falsificação daquelas substâncias que tiveram boa aceitação por parte dos consumidores. Semelhante aos processos de imitação de produtos de preço e qualidade superior no mercado informal, o mesmo processo pode ser pensado neste cenário de criação e imitação dos compostos.

Tem uma por exemplo, foi ano passado ou retrasado, uma bala que era *Gold*, que parecia uma pecinha de dominó assim, bem pequenininha, com uma marquinha no meio que era muito, muito boa. Aí, ela chegou tipo iníciozinho do ano, final do ano, sei lá, já tava conhecidinha quando eu ouvi falar. Aí logo depois tava rolando uma *Gold* e muito, muito barata. E que era igualzinha assim só que de repente alguém fez, meu irmão, tomei e não é a mesma não. Ou seja, alguém que fez que tá rolando falsificada. Então teve um *flyingpig* (ácido) que era muito bom. Nunca mais rolou. Aí de vez em quando alguém diz: - rolou um *flyingpig*... Oxe, eu nem vou atrás. Nunca acaba. Nunca acaba a *bike* (ácido), por exemplo. Sempre tem alguém fazendo *bike*. Sempre tem alguém caindo nessa. “Reeditaram não sei o que”. É mentira! Ninguém que faz droga boa reedita. Quem faz uma boa não faz mais igual, faz um novo, cria um novo nome. Pra ele (no nível da produção) é interessante tá sempre fazendo nome novo. Do que ficar reeditando o nome dele que qualquer outra pessoa pode fazer isso. Quando o cara faz uma parada boa, as pessoas que vão pegar com ele vão confiar nele. Vão saber que ele faz uma parada boa, que ficou famosa naquele nome ali. Porque ele vai fazer de novo com o mesmo nome? Se qualquer um pode usar o nome dele. Mas, só ele pode criar um novo nome bom. Porque quando ele criar um novo, as pessoas que pegam dele sabem que ele é que é a qualidade e não o nome. **(Entrevistado 9)**

No mercado, os nomes e formas variam constantemente. Segundo o relato do entrevistado trazido acima, estes elementos não podem ser referência para classificar o que

está bom ou ruim no período. Outras estratégias são criadas pelos consumidores, sempre em busca de garantias de qualidade daquilo estão consumindo.

6 “POR AQUI É TUDO TRANQUILO”: OS FATORES INTERNOS E EXTERNOS DO MERCADO

Estudos anteriores têm discutido as relações entre o consumo de drogas das classes médias e o fenômeno da violência no Brasil (Grillo, 2008; Daudelin e Ratton, 2016; 2017; 2018). Buscamos aqui colaborar com evidências para a compreensão destas dinâmicas na tentativa de descortinar possíveis ligações entre o consumo de drogas sintéticas e a ocorrência de violência no funcionamento do varejo destes mercados.

Diante das configurações de compra das substâncias, questionamos os entrevistados sobre o que poderia gerar tensão na realização das transações e se poderiam relatar episódios onde ocorreram ações violentas por parte dos atores dentro do campo.

Utilizamos um popular modelo explicativo da relação droga-violência que serviu como referência para a identificação de alguns dos fatores elencados nesta etapa de pesquisa dos aspectos relacionados às condições que asseguram a continuidade deste mercado não violento.

O modelo consiste na estrutura conceitual tripartida de Goldstein (1985, 1987), que inclui três possíveis nexos explicativos entre a relação droga-violência, que foram aqui testados para orientar a análise das informações sobre este dado contexto. São eles:

- a) Os tipos de efeitos psicofarmacológicos das substâncias e efeitos nas relações;
- b) Demanda por recursos econômicos obtidos através de uso da força, em função do estágio compulsivo de uso;
- c) A violência sistêmica;

a) Os tipos de efeitos psicofarmacológicos das substâncias e efeitos nas relações;

Seguindo os resultados traçados nos capítulos anteriores, identificamos possíveis explicações, em função desse modelo, que evidenciam a baixa probabilidade de violência nestes contextos. Os efeitos farmacológicos descritos pelos entrevistados, em relação às substâncias consumidas recreativamente (o MDMA, o LSD e o NBOMe) são empatia, estado de euforia, ampliação dos sentidos, sensação de prazer e sociabilidade. Os efeitos gerados pelo uso, em geral nas festas e espaços privados, favorecem a convivência entre os

consumidores ao invés de resultarem em estados de tensão e conflitos. Estes relatos nos conferem a ideia de que estes comportamentos não são propícios à violência a despeito do uso de tais substâncias. Apesar de sua ação no sistema nervoso central elas não se apresentam nos relatos como gatilhos de irritabilidade.

b) Demanda por recursos econômicos obtidos através de uso da força, em função do estágio compulsivo de uso:

A violência originada na busca de recursos econômicos por meio da força, para financiamento do consumo em estágio compulsivo não foi identificada no relatos. Em geral, o consumidores destas substâncias ilícitas estão posicionados na classe média, com rendimentos mensais resultantes de ocupações formais e possuem condições materiais suficientes para o financiamento do consumo. Além disso, o pagamento das transações é realizado antecipadamente, na maioria dos casos, ou no momento da compra. É relevante dizer que de modo geral esta relação comercial não permanece em aberto. É possível que em acordos entre os amigos alguém pague para o outro numa situação específica.

A possibilidade de episódios de tensão no mercado de drogas sintéticas não está descartada, considerando o nível de estrutura da ponta, na cadeia distributiva. Em que pese o conteúdo do relato acima evidenciar certo grau de tensão existente na relação de consignação da entrevistada, o fato não resultou em uso da força. A situação foi resolvida através de acordos entre as partes, sem que tomasse maiores proporções .

Como as dinâmicas acontecem em espaços privados e são de difícil monitoramento, isso reduz a probabilidade de intervenção de outros atores como pessoas fora dos ciclos de amizade, ou mesmo agentes de segurança pública. Estes fatores acabam por reduzir a tensão nas transações econômicas deste varejo ilícito o que de certo modo contribui para minimizar episódios de uso de força policial ou mesmo tipos de intervenção de cunho mais ostensivo.

c) A violência sistêmica:

Este item corresponde ao nível de violência originada nos contextos de oferta e varejo das drogas, usada enquanto estratégia de gestão organizacional para garantir a proteção de territórios e das dinâmicas de vendas.

O consumo de drogas por indivíduos pertencentes às classes menos abastadas é usualmente associado a um tipo de mercado arrolado pela violência e disputa expressiva de

território, à medida que indivíduos das classes médias e altas integram mercados de drogas ilícitas desassociados de práticas violentas.

6.1 O CARÁTER PACÍFICO E OS FATORES EXTERNOS QUE CONTRIBUEM PARA ESTABILIDADE NAS DINÂMICAS

A pesquisa em questão tratou de outros aspectos associados ao caráter pacífico do mercado de drogas sintéticas nas camadas médias. Elencamos fatores internos e externos que nos auxiliam a podem explicar a baixa probabilidade de uso da violência nestes mercados. O exercício foi compreender as condições estruturais externas em que se baseia o funcionamento do mercado, além de recuperar elementos explicativos internos, a partir das experiências dos consumidores, que favorecem a estabilidade e a não-violência destas dinâmicas ilegais. Consideramos fundamental articular o contexto social e a dimensão de ações práticas estabelecidas pela produção e reprodução dos acordos estratégicos internos ao varejo.

Propomos situar em que condições sociais o fenômeno do mercado cria mecanismos de proteção e garantia de continuidade dos atores nas dinâmicas, ainda que haja criminalização repressão e rejeição social.

6.1.1 Aspectos políticos, econômicos e jurídicos

Tradicionalmente o uso de substâncias criminalizadas foi tratado no Brasil como uma questão de ordem legal e médica. Por conseqüência, as forças policiais, os tribunais e as instâncias ligadas à saúde tornaram-se os principais recursos estatais para tratar de problemas relativos às drogas ilícitas. Todo este aparato médico-jurídico resultou em um paradigma proibicionista que se mantém até hoje com forte carga repressiva . Este modelo corrobora culturalmente com a criminalização do consumo, ocasionando impactos diretos sobre a sociedade. Ainda hoje as políticas na área de drogas se apresentam ineficazes no que diz respeito a uma atuação mais sistêmica e se mostram incapazes de compreender e encarar o tema em suas diferentes dimensões. Permanecem, contudo, reverberando a ideia da “Guerra às drogas” que ao longo dos anos vem se mostrando pouco efetiva em sua abordagem e em resultados diante dos múltiplos aspectos que permeiam e desafiam o tema.

A política repressiva ao consumo das drogas ilegais esteve pautada desde o seu princípio em um processo de associação destas substâncias às camadas estigmatizadas da sociedade e que sofrem privações sócio-econômicas. A operacionalização desta política diz respeito fundamentalmente a atuação policial, e como demonstra Veríssimo (2010), acontece de forma violenta e direcionada a estes grupos já marginalizados. Como afirma o autor “Este fato (violência policial) não provoca tanta comoção como provocaria caso a vítima se tratasse de alguém da classe média ou de família mais abastada, morador das áreas tidas como mais nobres da cidade” (Op.cit. 2010, p.338). Olhando por este prisma podemos dizer que a apreensão de drogas em contextos de rua evidencia repercussão diferenciada quando se trata de uma abordagem a, um indivíduo de classe média/alta. A distinção na forma de atuação policial nestes casos vem acompanhada de uma "classificação previa" sobre o estrato econômico/social ao qual este indivíduo pertence. Origem esta que o distingue e o diferencia como alvo destas ações repressivas,

O campo jurídico brasileiro atual está pautado fundamentalmente na Lei n. 11.343/06, conhecida como a Lei Antidrogas, que institui o “Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas (SISNAD)”. Esta nova lei endureceu penas para traficantes e as abrandou para usuários, e este pode ser um fator essencial para compreender uma das inúmeras conseqüências práticas desta repressão.

Esta Lei de Drogas extinguiu a pena de prisão para o porte e para o cultivo de plantas destinadas ao preparo de drogas ilícitas, desde que “para consumo pessoal”, porém, este instrumento tem sido apontado como responsável, na prática, por ampliar em mais que o dobro a população carcerária do país condenada por delito ligado a drogas (Campos, 2015A; Venturi, 2016). Este crescimento pode estar atrelado aos limites pouco claros da legislação, que abre espaço para interpretações pessoais e práticas discricionárias de delegados e juizes na distinção do que seria uso e/ou tráfico.

As informações sobre encarceramento no Brasil revelam a situação atual do sistema de justiça criminal e nos permitem refletir sobre o padrão de encarceramento dos indivíduos privados de liberdade. Segundo dados do INFOPEN (2016), mais de 726 mil pessoas estão encarceradas no Brasil, e 28% deste contingente correspondem à condenação por tráfico.

Estes números são resultantes da estratégia governamental alinhada ao discurso de "guerra às drogas" em vigor. Todavia ao olharmos o perfil socioeconômico da grande maioria dos indivíduos nesta condição de carceragem, compreendemos o reforço deste tipo de discurso na legitimação de ações classistas do Estado, ao evidenciar o padrão discricionário e estratégico de atuação do sistema de justiça criminal (BORGES, 2018).

Além das pessoas encarceradas, é válido destacar os índices de violência do estado de Pernambuco, 60% das 5.427 mortes ocorridas no estado, no ano de 2017, estariam relacionadas aos mercados de drogas ilícitas, segundo a Secretaria de Defesa Social. Somente na capital Recife, foram 791 mortes no mesmo período, Este número a colocam na 22ª posição no ranking das cidades mais violentas do mundo (Ortega, 2018). Exemplos como este que ocorre no estado contribuem para que o tema das drogas seja recorrentemente associado ao tema da violência em meio a um cenário proibicionista e repressivo. Curiosamente, o mercado de drogas sintéticas configura um paradoxo neste contexto.

6.1.2 A atuação dos agentes de segurança

Em Pernambuco, a experiência do Pacto Pela Vida, política de segurança pública em vigor no Estado, tem suas diretrizes alicerçadas na perspectiva proibicionista. Um exemplo disto é a Lei estadual N° 1596/2017 que dispõe sobre a Gratificação aos Policiais Civis e Policiais Militares Pacto pela Vida- GPPV. Esse regime com forte viés produtivista visa o combate aos entorpecentes a partir de incentivos à ação repressiva direcionada das polícias na apreensão de crack, cocaína e pasta base, fundamentalmente.

§ 3º Para o recebimento da gratificação a partir do indicador GPPV – Repressão ao Crack serão selecionados até 150 (cento e cinquenta) policiais de cada Órgão Operativo, após a elaboração do ranking referido no inciso II do art. 6º.

Art. 4º Para efeito desta Lei, entende-se por crack convertido a quantidade de cocaína ou pasta base apreendida multiplicada por 3 (três) e acrescida da quantidade de crack apreendido.

Art. 5º A Gratificação Pacto pela Vida - GPPV tem natureza jurídica de premiação meritória e não integra, para qualquer efeito, a remuneração do servidor contemplado. (ALEPE, 2017)

De acordo com o recorte, analisamos que a lei estabelece como beneficiários diretos destas gratificações os agentes das polícias civil e militar. Conforme o trecho, a depender do quantitativo de apreensão a recompensa pode chegar até 1500 reais. Analisamos, portanto, que o interesse na gratificação leva a priorização de ações da polícia para a repressão e o combate às drogas. Ainda que este não seja o único caminho a ser seguido, é fato que, a apreensão de entorpecentes tem sido uma tendência seguida pelas polícias em Pernambuco. Somado a isso, a ideia de prevenção à violência está intimamente ligada à lógica de combate ao mercado de drogas. Esta perspectiva fundamentada na agenda de atuação para prevenção e

dissuasão termina por favorecer as tensões entre policiais e atores deste mercado de drogas. Estas dinâmicas são fatores potenciais para o surgimento da violência urbana.

Analisamos, portanto, que este tipo de estratégia baseada em recompensa financeira termina por direcionar as forças-tarefa da ação policial cotidiana e traz consigo certos cuidados uma vez que este a própria apreensão pode incorrer em erros e desvios de conduta policial.

O foco institucional em apreensão de drogas ocorre principalmente em contextos mais vulneráveis classificados como mercados abertos e descobertos (Daudelin e Ratton, 2017, p. 118-122) resultando num subpoliciamento dos mercados fechados e cobertos, como no caso das drogas sintéticas.

Diante destes fatores, podemos inferir que os mercados de drogas sintéticas não são alvos prioritários da atuação policial, e isso pode explicar a pouca presença destes agentes nestes contextos. A resolução de conflitos internos não é realizada via uso da força, já que as dinâmicas presentes na troca e venda de drogas sintéticas não compreendem a centralidade da estratégia policial..

Não foi comum aparecer na fala dos entrevistados ouvidos alguma situação de apreensão de drogas sintéticas com pessoas próximas, onde algum amigo ou pessoa do mesmo ciclo social tivesse vivenciado este tipo de ocorrência.

Houve somente um caso cujo episódio foi relatado com pessoa mais distante do ciclo, o filho de um conhecido de um dos entrevistados. Neste caso, "os conhecidos de outras pessoas", foram presos, mas rapidamente soltos. Em outra situação a abordagem policial em uma blitz não resultou em maior averiguação ou revista no automóvel usado pelo grupo de amigos.

Quando a gente vê é apreensão... lembro do filho de um conhecido, que mora na beira mar, tem casa de praia. Foi solto, foi pego novamente. O pai contratou até detetive pra dar uma prensa nele se fingindo de policial, teve que subornar desembargador pro filho não ser preso de novo. O cara era branco, classe média alta, não foi preso, só ficou lá (na delegacia) no dia do flagrante. **(Entrevistada 3)**

Uns amigos estavam com uns 100 comprimidos, e foram parados numa blitz, mas não revistaram o carro. A partir desse dia eu disse: - isso não pode acontecer mais. **(Entrevistada 5)**

De acordo com a percepção dos entrevistados, o padrão adotado pela polícia, para apreensão de atores que estão num nível acima do varejo consiste em longas investigações e operações específicas, tais como demonstram as informações televisivas veiculadas em meios jornalísticos, por exemplo.

O que sei da polícia é semelhante a operação que desmontaram na televisão¹⁷. Eles mostraram exatamente como a gente fazia. Umas vinham embrulhadas a vácuo. A gente pediu algumas vezes, umas a gente reconheceu, tipo: - Fazia um pedido, aí tinha um tempo, e depois chegava. Logo depois disso mostraram que tinham desarmado a operação de compras assim. **(Entrevistada 6)**

O foco da polícia em geral incide nos distribuidores que estão em um nível acima das dinâmicas do varejo. Isso acontece porque quando as drogas passam para o nível dos intermediários os recursos presentes neste tipo de comércio ganham alto grau de fragmentação. O disfarce dos produtos, a camuflagem no envio das encomendas através de empresas regulares como os Correios e transportadoras, são alguns dos fatores elencados que fragmentam este tipo de atividade e complexificam o monitoramento e a operação dos agentes policiais. Outro fator relevante é que os atores deste comércio não costumam circular na rua com grande quantidade destes produtos, e ainda que circulem, não fazem parte do perfil-alvo dos indivíduos revistados pela polícia.

6.1.3 Economia Moral dos mercados

O grau de tolerância ao uso de determinadas substâncias ilícitas está diretamente relacionado às distintas percepções morais e sociais sobre o universo que permeia o mercado das drogas. Um exemplo disto são as formas de ação institucional repressivas que podem contribuir para o reforço de padrões culturais desta percepção na sociedade.

Neste sentido, “as representações contemporâneas a respeito do traficante de drogas são particularmente malignas, circunscrevendo estes indivíduos como amorais, que lidam com a morte e não se importam com o resultado de suas atividades.” (Coomber, 2006 p.1). Todavia este enquadramento não se aplica a todos os vendedores de drogas igualmente. Da mesma forma esta imagem descrita por Coomber não é assumida de forma semelhante por todos os que comercializam substâncias ilícitas. Curiosamente em nenhuma das entrevistas realizadas os entrevistados se referem ao fornecedor de drogas sintéticas como um traficante.

Na *Essential* a gente viu a polícia escoltando o cara, mas a gente soube que era um *dealer* grande. Nessa vez já se sabia que ele passava muita coisa. **(Entrevistado 7)**

¹⁷ Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2018/10/14/operacao-combate-traffic-de-drogas-sinteticas-pelos-correios.ghml>

A aceitabilidade ou rejeição nem sempre está associada aos efeitos farmacológicos ou psicoativos das substâncias como discute Coomber (2016; p.14). Álcool, crack e ecstasy, por exemplo, são carregados de julgamentos morais distintos.

Consideramos ainda que há nestas construções sociais relevante participação da mídia em função de como abordam os diferentes atores em suas manchetes (Benson, 2004). A visão construída pelo discurso midiático é um dos fatores que corroboram para estabelecer correspondências entre o fenômeno da violência e os mercados de drogas.

Os casos referentes à criminalidade organizada, em particular em torno do tráfico internacional de drogas, trazem uma generalização em relação ao fenômeno. Junto a isso, os altos níveis de violência que afetam a vida cotidiana nas metrópoles brasileiras, terminam por compor um cenário onde os estigmas são reforçados, dando margem para percepções distintas sobre o grau de tolerância e valores morais que permeiam este campo.

A eventual relação entre mercados de drogas e violência tem em sua composição mecanismos ligados à desigualdade, que podem ser percebidos pelo entremeamento das construções midiáticas que por sua vez narram a atuação da polícia, que se tem as suas estratégias e cujo foco está majoritariamente atrelado a repressão. Há outros elementos a se observar neste cenário, tais como os recursos distintivos sutis de linguagem, usados como na referência aos *dealers*, no contexto do comércio das drogas sintéticas, como um possível diferenciador de status e classe na medida em que desassocia sutilmente a palavra traficante em português para o inglês.

Ainda que a tradução da palavra tenha o mesmo significado para o português, a opção pelo uso do termo em inglês pode ser compreendida como uma tentativa de "desenquadramento" e desassociação da carga moral que está vinculada às palavras traficante e tráfico, comumente associadas a outros tipos de drogas comercializadas, como crack e cocaína, os quais não gozam do mesmo "status" ou prestígio social dentro do mercado de substâncias ilegais, ou mesmo fora dele.

Incorporados em um contexto social caracterizado pela estigmatização social e econômica onde o tratamento dado por parte das autoridades de aplicação da lei, contribui significativamente para a percepção da violência que prevalece no mercado (Daudelin e Ratton, 2016). Os chamados "paraísos artificiais" (Soares, 2011) ou "ilhas de paz" (Daudelin e Ratton, 2016) configuram-se, portanto, como um comércio não-violento, enquanto que a grande parte de outras drogas tratadas como questão de polícia e justiça criminal, provocam quase uma guerra urbana.

6.2 OS FATORES INTERNOS QUE INFLUENCIAM AS DINÂMICAS DO MERCADO DE DROGAS SINTÉTICAS

Nesta etapa, traremos os principais mecanismos internos que estão arranjados neste contexto do varejo de drogas e que garantem condições de funcionamento com baixa ou nenhuma demanda do uso da força física para a manutenção das relações entre os indivíduos vinculados a esta atividade ilegal.

Recuperando o argumento trazido no capítulo anterior, identificamos que estes mercados funcionam a partir da concessão de acesso interno a novos membros. A precondição de que os participantes se conheçam e que mantenham uma relação de confiança é o princípio para que novos atores externos sejam incorporados às dinâmicas.

O primeiro mecanismo consiste em um acesso protegido a estes grupos, na maioria dos casos. Quando o vendedor deseja expandir o negócio, abrindo os critérios de incorporação de novos membros, surge a chance de novas pessoas acessarem as redes, dentre elas, é possível acesso de agentes de segurança. Em casos assim, estes profissionais alcançam evidências e tornam as transações daquela rede visíveis, interrompendo a continuidade e desestabilizando o arranjo de todos aqueles que estão ali vinculados.

A estruturação do mercado em redes se desenha por meio de uma configuração descentralizada que tem como referência os atores que conectam grupos a um complexo de outros grupos indiretamente, mas que funcionam de maneira semelhante. Este seria o segundo mecanismo interno que favorece as dinâmicas. O acesso condicionado a vínculos anteriores dificulta a entrada de estranhos, inclusive da polícia. O uso de aplicativos de mensagens que garantem sigilo dos conteúdos em trânsito através da criptografia das mensagens é ainda um recurso bastante utilizado por estas redes.

Os mercados de drogas da classe média do Recife funcionam sem uso de violência física, que seria justificção e causa para os dados acima descritos, e são, em geral, fechados e cobertos (Daudelin e Ratton, 2018). Assim, buscamos compreender o que possibilita a ausência de violência, distanciando seus vendedores e consumidores dos riscos de entrarem para as estatísticas alarmantes de homicídios do estado.

É possível argumentar que a eficiência dentro de sistemas de ação coordenada só é possível quando os atores estão conectados de forma interdependente (Seabright, Leventhal, & Fichman, 1992). Neste sentido, estes atores trabalham juntos efetivamente e buscam sempre garantir que as condições de estabilidade permaneçam em curso. Dentro destas redes a

premissa da confiança e a necessidade de consenso geram processos de cooperação, dos quais traçamos anteriormente.

Os vendedores não são vistos pela ótica do risco pessoal, já que são contatos estabelecidos a partir de amigos. Ainda que nem tudo possa ser controlado e garantido, o mecanismo de seleção e permanência dentro destas redes gera estabilidade e auxilia na resolução de eventuais problemas decorrentes das trocas não reguladas de mercadoria.

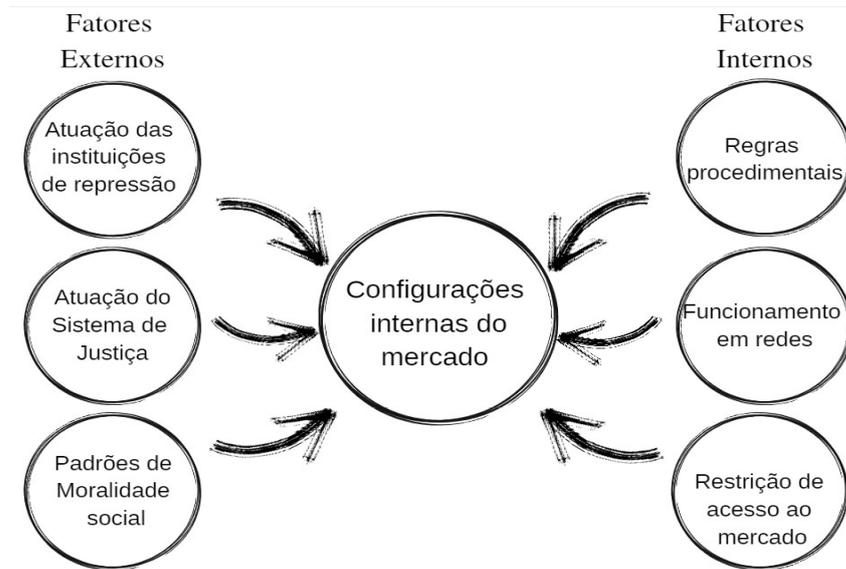
O funcionamento deste mercado está estruturado a partir dos acordos de acesso às dinâmicas deste tipo de rede, o que resulta em mecanismos de proteção e invisibilidade, além de garantir que as interações aconteçam somente entre pessoas que passaram pelo crivo da confiança de outros atores confiáveis. A posição social destes atores favorece que não sejam alvo de monitoramento repressivo de controle.

Outro mecanismo condiz com o repertório de acordos compartilhados entre os membros nos procedimentos de compra e venda das mercadorias. Estes compartilhamentos são seguidos pelos atores quando desejam comprar determinado produto disponível neste mercado. As formas de agir estabelecidas em razão das práticas entre os associados, criam os esquemas de interação que conferem ao mercado uma organização específica.

Há evidências de que os processos de compra iniciados nestes ambientes privados possibilitam esquemas de encomendas coletivas, onde há a necessidade de apenas um dos componentes do grupo expressar para um revendedor externo a demanda interna de seus amigos. Compreendemos que o mínimo envolvimento dos atores da cadeia de distribuição por parte dos consumidores origina dinâmicas mais protegidas, e por isso, mais estáveis.

O conjunto destas regras internas, combinado aos fatores exógenos dos grupos, resulta em configurações de baixa demanda por uso da violência física por arte dos atores, tanto internos quanto externos às redes.

Figura 2- Variáveis que afetam as dinâmicas do mercado de drogas sintéticas



Fonte: a autora

Em síntese, os mecanismos aqui traçados possibilitam condições equilibradas de acordos e satisfação de compromissos, sem que gerem episódios violentos de grandes conflitos, capazes de atrair a atenção das forças repressivas. O ambiente de tranquilidade pautado em premissas e códigos de confiança dentro dos grupos asseguram certa invisibilidade para os participantes e retira de vista dos demais atores externos as dinâmicas implícitas neste mercado, que por sua vez não é concebido socialmente enquanto problema público grave e temível. Por conseqüência, os atores são sofrem processos de estigmatização em relação ao consumo nem a venda de substâncias sintéticas ilícitas.

6.3 HÁ VIOLÊNCIA NO MERCADO DE DROGAS SINTÉTICAS?

As evidências trazidas pelos entrevistados mostram que não há uma ausência total de violência, todavia seu uso enquanto recurso sistêmico, em comparação como o que acontece com o crack, é bastante situacional. Em certos casos, fica apenas no campo das ameaças. O que significa dizer que mesmo quando uma possível situação violenta é iminente, a chance do uso da força é relativamente baixo.

Quando questionados em relação a episódios de instabilidade dentro dos grupos, os atores descrevem dinâmicas relativas a má qualidade dos produtos e ao não cumprimento de compromissos como fatores disparadores de tensão.

Eu vejo muito pouco problema. No máximo, quando eu comprei bala e veio bem farelinho. Na vez, eu comprei três e veio tipo, duas e meia. Aí já não dá. Ou então quando vem ruim. Isso é o que considero. (Entrevistada 1)

A venda de produtos de má qualidade é um fator que gera instabilidade nas relações entre consumidores e vendedores. Além disso, a coesão dentro do grupo também pode ser afetada caso se o que estava planejado como entrega não se concretize. Situações como estas quebram a dinâmica de acesso para o uso da substância e geram frustração, como no caso de alguém que estava responsável pela compra e na ocasião teve problemas com a encomenda.

Já rolou estresse por que alguém perdeu, ficou sem. Teve confusão. Foi o máximo que aconteceu que eu vi. Mas aí, paciência. Eu não sei se a pessoa que perdeu pagou... Acredito que não. Perdeu, perdeu. Eu sei que nessa festa, a gente tentou comprar de novo, juntou o dinheiro que tinha. Deu para comprar algumas. Nunca presenciei episódios de violência. O que aconteceu foi: - porra! Não acredito velho. Tu perdeu?! Foi o máximo. (Entrevistada 5)

A falta de honestidade ou a ganância de alguns intermediários também foram recordadas como episódios que trazem instabilidade nos grupos.

Que eu me lembre não teve conflito. Já vi situações constrangedoras de “você pegou mais”, me fizeram ficar chateada com pessoas próximas, eu fiquei bem chateada. (...). Mas conflito mesmo eu nunca vivenciei não. Só mesquinharia. Saber que alguém tá pegando, escondendo, ou pegando do seu. Quando a galera vê isso... eles se ligam que me liguei, mas ninguém fala nada. É mais pelo oportunismo. Você julga serem amigas, mas cocaína e MD todo mundo quer ter mais. Maconha já é uma droga mais coletiva. Eu mesmo odeio tá botando pra galera. Eu gosto de coisas combinadas divididas. Por que isso trás essa sensação de poder. Meus amigos gostam muito de gente que bota. Bota pra galera já selecionada que não é próxima. Se for meu eu quero cortar o máximo de gente, divido com uma ou duas pessoas (Entrevistada 4).

A maioria dos entrevistados relatou que nunca houve nenhum tipo de violência física ou de desconforto explícito dentro dos grupos. Os entrevistados afirmam que tem que confiar, porque não tem outro jeito. E que quando algo não dá certo, “paciência”. Ninguém vai fazer nada. No caso descrito por um informante, após a arrecadação do dinheiro, a pessoa foi assaltada. Até hoje ninguém sabe se foi verdade, mas ninguém fez nada.

Em geral, as situações de potencial violento descritas nos relatos estiveram circunscritas no âmbito das festas, e foram protagonizadas principalmente por agentes de

segurança privada. Os depoimentos caracterizaram atuação repressiva por parte destes agentes. Estes profissionais estão sempre presentes nas festas, e atuam principalmente na entrada, fazendo buscas pessoais de revista por itens proibidos nos ambientes.

Têm outros tipos de violência que eu tenho visto muito nos grupos e em depoimentos. O que tenho visto de agressão é dos seguranças que ficam rondando ali, que já chegam batendo. Isso eu não entendo. A festa alivia na entrada e lá dentro faz isso, bota segurança pra revistar. Talvez seja uma maneira das festas darem uma resposta ao poder público, dizendo que tem algum tipo de controle sobre isso. Já vi vários depoimentos, e isso eu já vi também: relatos de seguranças muito mal educados, que já chegam batendo, constringendo, abrindo bolsa, tirando a pessoa do espaço e levando pro canto. Esse tipo de violência eu vejo muito. E vejo as pessoas se unindo contra isso. Porque é um espaço tranquilo e essas pessoas estão trazendo violência aqui pra dentro. No meu grupo nunca rolou não, mas é sempre um momento de tensão quando tá vindo um segurança. Se tá vindo a gente se liga, mas fica agindo como estava. O que acontece mesmo é deles jogarem fora. E principalmente quem tá vendendo, não só sintéticos. Loló é mal visto pelo pessoal de classe alta. **(Entrevistada 5)**

Uma vez, eu não sei se era a polícia, eu também estava muito doido, eu lembro que uma vez que eu e outros 4 amigos estávamos no Lollapalooza e as meninas foram tirar um doce para tomar. E o segurança -- não sei se era segurança, se era polícia... dentro da festa.. --- eu acho que era segurança ... e aí tomaram. Só tomaram e não falaram uma palavra. Meteram a mão e foram embora, não falaram uma palavra. Que eu me lembre não. Rolou mesmo, foi um negócio muito rápido e nessa festa, para recuperar, tinha a quem comprar. **(Entrevistado 11)**

Depois das festas às vezes eles fazem Blitz. Festinha é muito frequentado por gente branca, padraozinho. As de bikine, os malhados não são o alvo. Agora, a galera preta que vai que tem uma aparência diferente, uma “aparência..., uma beleza exótica”(…) Ninguém dessa galera foi abordado por causa da cor, da roupa. A gente sabe que a proibição atinge principalmente as pessoas de baixa renda e negras. A polícia só parou preto, depois da festa. Só tinha preto no carro, alternativo underground. **(Entrevistada 12)**

6.4 O ESQUEMA ESPECIAL: AS FESTAS

O ambiente das festas, como já abordado em capítulo anterior, é um ambiente bastante relevante para compreender aspectos de uso, sociabilidade e hábitos característicos ao estilo de vida da maioria dos entrevistados. Nossa análise aponta que episódios ou condições problemáticas estiveram quase sempre centrados no espaço das festas nos relatos dos interlocutores que acessamos.

Diante do esquema de mecanismos que garantem a baixa probabilidade de conflitos e uso da violência como estratégia, identificamos o ambiente das festas como espaço concreto de maior potencial de uso da violência, ainda que os episódios não sejam frequentes. Construimos o argumento hipotético baseado na ausência de condições, elencadas

anteriormente, como fatores que garantem a baixa probabilidade de uso da violência como forma de regulação. Estas circunstâncias não buscam afirmar que a redução de tais condições gera consequentemente a ocorrência de dinâmicas de tensão e conflito.

Nestes espaços, os elementos que garantem as dinâmicas pacíficas podem estar suspensos, e por essa razão, podemos atribuir um caráter de imprevisibilidade dentro destes ambientes. O primeiro deles é a abertura de acesso aos espaços de festa. Basta que qualquer interessado compre um ingresso e se torne um frequentador. Isso pode resultar num afrouxamento das regras de acesso aos grupos e dos procedimentos já estabilizados através da repetição de negociações controladas entre os atores.

O mesmo espaço é compartilhado por pessoas desconhecidas, que não possuem vínculos baseados em relações de confiança, nem possuem intermediários que os vinculem e garantam o mínimo de conhecimento entre as partes. Além de indivíduos desconhecidos, também é um espaço acessível para agentes de segurança pública e contam com a presença recorrente dos agentes de segurança privada, o que pode perturbar as atividades do mercado. A presença destes últimos pode representar um potencial uso da violência como recurso de controle, ainda que permaneça no nível da ameaça, resultando estes espaços em ambientes tensionados.

Estes ambientes são úteis ao varejo de drogas sintéticas, já que a venda de produtos é recorrente nestas ocasiões. Sendo assim, na maioria dos casos relatados, nestas circunstâncias o consumidor pode entrar em contato como vendedor sem que haja garantia alguma na transação. A qualidade do produto só será identificada através do uso, abrindo oportunidades para a venda de produtos em desacordo com as promessas de qualidade.

Além destas questões, consideramos também nestes espaços o uso destes psicoativos combinados a outros tipos de substâncias ilícitas e lícitas, principalmente o álcool. Segundo alguns consumidores, a combinação das substâncias sintéticas ao álcool pode gerar reações perigosas para o corpo, bem como potencial descontrole do consumo o que aumenta o risco por parte dos usuários.

Os episódios tratados aqui não são condições exclusivas das festas descritas pelos entrevistados. Tais dinâmicas podem acontecer em qualquer outro tipo de festa. O que não se pode ignorar, entretanto, é a relevância destes espaços para a dinamização deste mercado: é um dos espaços que mais motivam o consumo, que reforçam hábitos, gostos e estilos de vida característicos à organização do varejo de drogas sintéticas.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Serão retomados nesta sessão alguns debates traçados ao longo da pesquisa para que fiquem mais claros, e também para que possamos apontar possíveis questões emergentes dos dados utilizados que necessitam de aprofundamento e direcionamento específico em futuras investigações, assim como os limites desta pesquisa.

Inicialmente, partimos de algumas teorias para compreender como poderíamos localizar nosso objeto sociologicamente. Identificamos o fenômeno do mercado de drogas sintéticas enquanto um conjunto de ações práticas dos atores, que a partir de suas posições sociais tendem a se encontrar, em função dos estilos de vida que pautam seu cotidiano. Neste caso, associamos a ideia de consumo de bens simbólicos, enquanto uma expressão do gosto. E consideramos o gosto de classe, como uma possível forma de diferenciação de um grupo, ou fração de classe, em relação a outros.

Em continuação, observamos que atores que consomem tipos parecidos de substâncias psicoativas apresentam semelhanças em relação aos estilos de vida que levam, gerando afinidades de estilo capazes de associar atores em grupos. Neste sentido, verificamos que estes consumidores utilizam estas relações de afinidade enquanto recurso estratégico para obter as mercadorias que são um elemento relevante para manutenção destes vínculos, seja pelo reforço de estilo, seja pela estrutura de relações interdependentes em que estão para facilitar a compra destes produtos.

Ou melhor, o gosto dessa fração de classe expresso pelo consumo de mercadorias semelhantes gera relações sociais por afinidade de estilo. Os atores que possuem interesses em comum utilizam grupos formados a partir de vínculos estáveis para satisfação desses interesses.

Neste sentido, observamos que o caráter ilegal da mercadoria consumida é um fator de risco para aqueles que compram e vendem estes produtos. Assim, identificamos que as relações econômicas entre atores neste campo estão estruturadas a partir de redes, compostas pelos grupos de consumidores e pelos atores que revendem as mercadorias. Os revendedores são os representantes, em último nível, da cadeia distributiva, e por manterem contatos diretos com atores externos às suas redes de origem, estão mais expostos e por isso, demandam redução dos riscos.

O risco em função da ilegalidade é uma variável sempre presente nas relações entre revendedores e consumidores, e por esta razão, observamos que os atores costumam articular redes sociais estáveis para minimizar os riscos contextuais e internos, já que a ausência de garantias do estado na regulação deste mercado tornam indefinidas as condições de funcionamento.

Além disso, é importante reiterar a dimensão social deste mercado. Consideramos que as relações econômicas são construções sociais que emergem das experiências entre os atores, imersos em cultura e valores que direcionam suas ações. Esta estrutura social, portanto, não é autônoma. E é o resultado objetivo de processos subjetivos que influenciam o comportamento dos atores.

Foi possível apreender como os consumidores se organizam para efetuar as compras de drogas sintéticas e identificamos diferentes fluxos para que as mercadorias chegassem 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.

A principal maneira encontrada pelos consumidores para se protegerem de possíveis consequências legais do envolvimento com dinâmicas ilegais está nas compras coletivas. Identificamos que esta é uma estratégia de segurança baseada nos laços fortes entre amigos que já estão associadas enquanto grupo e do estabelecimento de laços fracos com vendedores conhecidos, porém, sem que haja demasiada aproximação capaz de vincular estes atores segundo a percepção de pessoas externas ao varejo, principalmente familiares e amigos de outros ciclos desconectados do consumo de drogas sintéticas. As dinâmicas são quase fechadas em relação ao acesso de novos membros.

Este tipo de articulação coletiva configura um mercado não territorializado, onde as dinâmicas de troca ocorrem principalmente em ambientes cobertos. O espaço da rua não faz parte das dinâmicas, e isso também resulta em maior proteção dos consumidores.

Percebemos ainda que estas dinâmias de varejo funcionam principalmente a partir do uso de serviços formais e legais, como a comunicação via aplicativos de mensagens enquanto espaços de negociação, o transporte das encomendas através de serviços regulados como os Correios e outras empresas transportadoras comuns. Além disso, as ofertas estão expostas em

ambientes virtuais, alguns mais, outros menos evidentes, mas ambas condições são acessíveis desde que haja o mínimo conhecimento técnico para acessá-las.

Outras questões evidenciadas a partir dos discursos dos entrevistados foram a necessidade de confiança para participar deste mercado 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.

Verificamos várias configurações onde é necessário haver confiança para que a continuidade do processo seja possível. Para acessar o grupo é necessário que haja confiança de quem fornece esse acesso, seja para repassar um contato, seja para comprar o produto em favor da pessoa, seja para garantir que este “novo” ator é alguém que não oferece riscos à manutenção do *status quo* na rede.

Com a discussão sobre o funcionamento destas redes, acessamos elementos externos e internos capazes de influenciar as formas de organização social neste mercado. Identificamos portanto que o padrão seletivo da justiça favorece os atores de classe média, já que não são alvo prioritário de investigações, e, segundo os episódios relatados, quando tornam-se alvo, são favorecidos por vínculos noutros âmbitos da vida. Neste sentido, a situação de classe média ocupada por estes atores é um aspecto relevante para a proteção.

Analisamos ainda que a atuação da polícia é limitada nestes mercados em razão do difícil monitoramento das atividades ilegais, por conta do uso de tecnologias e estratégias associadas a atividades formais. Como dito, estes mercados não são mercados de rua, territorializados, o que torna-os ainda mais difíceis de serem vistos e controlados.

Todas estas variáveis exercem influência direta sobre a proteção destes mercados. Como não são dinâmicas alvo, tornam-se quase invisíveis. E essa invisibilidade é busca permanente dos atores que agem neste contexto.

Diante do que foi tratado, é importante considerar algumas limitações em relação a investigação desempenhada neste trabalho. É fundamental afirmar que nem todos os tipos de atores presentes das dinâmicas do mercado foram acessados, o que evidencia a necessidade de novos estudos que contemplem outras posições-chaves para reconstrução da cadeia econômica global do mercado de drogas sintéticas.

Desta maneira, são necessários estudos que abranjam os níveis produtivo e distributivo deste mercado, além de estudos sobre o varejo de outras drogas ilícitas, seja seguindo este mesmo perfil de consumidores, seja analisando outras dinâmicas do varejo de outras drogas. A realização de outras investigações complementares possibilitam compreender as dinâmicas em variados níveis, e, tratando-se de outras substâncias, é possível comparar em alguns níveis as semelhanças e diferenças entre o mercado de drogas sintéticas e outras substâncias ilegais.

Outra limitação esteve no fato de realizar a pesquisa sem ser uma usuária deste tipo de substância. A dificuldade de acesso às redes tornou o percurso um pouco mais distanciado. As análises foram traçadas a partir de certo estranhamento, o que pode ser favorável do ponto de vista de não defender ideias pessoais nem realizar uma leitura tendenciosa dos fenômenos por afinidades de consumo.

Dito isto, ressaltamos que as afirmações aqui tratadas não têm caráter inferencial dado a impossibilidade de generalização através da técnica qualitativa empregada.

Por fim, potenciais pesquisas emergiram a partir da leitura do fenômeno. Principalmente, alguns questionamentos surgiram. É relevante analisar como a história social destas drogas influenciou o consumo de atores principalmente nas camadas médias. Além disso, caso a polícia aprimore seus recursos investigativos, esse mercado se tornará violento ou permanecerá invisível e organizado como descrito nesta análise. Outra questão suscitada é de que estas substâncias ilícitas são consumidas por grupos mais privilegiados economicamente ou se também já são consumidas por outros grupos e como são percebidas socialmente.

REFERÊNCIAS

- ADLER, P.A. **Wheeling and dealing: An ethnography of an upper-level drug dealing and smuggling community.** New York: Columbia University Press. 1985
- ALEPE. **Disposições sobre a Gratificação Pacto pela Vida - GPPV aos Policiais Civis e Policiais Militares.** Disponível em: <http://www.alepe.pe.gov.br/proposicao-texto-completo/?docid=381967E3743736430325819A00831C0E>. Acesso em: out. 2018.
- BECKER, H. **Outsiders: Estudos de sociologia do Desvio.** 2008
- BENSON, R. **Bringing the Sociology of Media Back In,** Political. Journal of Political Communication. v. 21. 2004
- BOURDIEU, P. **O Senso Prático.** 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
- _____. **Razões práticas: sobre a teoria da ação.** Editora Papyrus. 1996
- _____. **A Distinção: crítica social do julgamento.** Traduzido por Daniela Kern; Guilherme. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- _____. **Poder Simbólico.** DIFEL/Lisboa e Bertrand Brasil/ Rio de Janeiro, 1989.
- BOURDIEU, P. et SAINT-MARTIN, M. **Goftts de classe et styles de vie.** Em "Anatomiedugoftt". Actes de Ia Rechercheen Sciences Sociales, n.5. Traduzido por Paula Montero. 1976.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- DAUDELIN, Jean e RATTON, José Luiz. Mercados de drogas, guerra e paz no Recife. **Tempo Social, Revista de sociologia da USP,** v. 29, n. 2, pp. 115-134. 2017.
- DAUDELIN, J. e RATTON, J. **Illegal Markets, Violence and Inequality.** Palgrave Macmillan, 2018.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo.** São Paulo, Studio Nobel. 1995.
- FLIGSTEIN, N. **Habilidade Social e a Teoria dos Campos.** In: MARTES, A.M. Redes e Sociologia Econômica. São Carlos, EdUSFCar. Pg. 69-111. 2009
- _____. **The Architecture of the Markets** N. J. Princeton University Press. 2001
- FLIGSTEIN, N. and DAUTER, L. **The Sociology of Markets.** Annu. Rev. Sociol. 33:105–28. 2007.
- FLIGSTEIN e CALDER, **Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences.** Edited by Robert Scott and Stephan Kosslyn. 2015
- GAMBETTA, D. **Fragments of an Economic Theory of the Mafia.** In: European Journal of Sociology 29, 127–145. 1988a

_____. **Trust: Making and Breaking Cooperative Relations.** Oxford: Blackwell, 158–175. 1988b.

_____. **Codes of the Underworld: How Criminals Communicate.** Princeton, NJ: Princeton University Press. 2009.

GOLDSTEIN, Paul. **The drugs/violence nexus: A tripartite conceptual framework.** Journal of Drug Issues, 15 (4): 143-174. 1985.

GRANOVETTER, Mark, **Economic action and social structure: the problem of embeddedness.** American Journal of Sociology, 91:481-510. 1985.

_____. **The Strength of Weak Ties.** American Journal of Sociology, 78 (May) 1360-1380. 1973.

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

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

HANSON, G., VENTURELLI, P. e FLECKENSTEIN, A. **Drugs and society** /— 10th ed. p. 2009

HEILBRUNN, B. **La consommation et ses sociologies.** Paris, Armand Colin. 2010.

ZANELATTO, N.; LARANJEIRA, R. O tratamento da dependência química e as terapias cognitivo-comportamentais: um guia para terapeutas. Porto Alegre: Artmed, 2013.

MCCRACKEN, G. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo.** Rio de Janeiro, MAUAD. 2003.

MISSE, M. **Mercados ilegais, redes de proteção e organização local do crime no Rio de Janeiro.** Estudos Avançados, 21 (61): 139-157. 2007.

MOHAMED, A. RAFIK & FRITSVOLD, E. **Dorm room dealers: drugs and the privileges of race and class.** Reprint edition. Boulder/Londres, Lynne Rienner. 2011.

NETTO, Francisco. **É necessário que abandonemos totalmente o viés de criminalização do usuário de drogas.** Disponível em: <http://cee.fiocruz.br/?q=node/531>. Acessado em: 20/06/2018.

NVIVO **qualitative data analysis Software;** QSR International Pty Ltd. Versão 11, 2015.

SWEDBERG, R. and GRANOVETTER, M. **The Sociology of economic life.** Westview Press. 1992.

POLANY, K. **The Economy as Instituted Process in The Sociology of economic life.** Westview Press. 1992.

PARKER. **How Young Britons Obtain Their Drugs: Drugs Transactions at The Point of Consumption.** Crime Prevention Studies, volume 11, pp. 59-81. 2000.

PATTON, M. **‘Purposeful sampling’ in Qualitative Research & evaluation Methods: integrating theory and practice,** 4rd edition. Thousand Oaks, CA: Sage. 2015.

- REUTER, P. & CAULKINS, J. **Does precursor regulation make a difference?**. *Addiction*, 98 (9): 1177-1179. 2003.
- REUTER, P. **Systemic violence in drug markets**. *Crime Law and Social Change*, 52 (3): 275-284. 2009.
- RINGER, F. **A metodologia de Max Weber: unificação das ciências culturais e sociais**. São Paulo: Edusp, 2004.
- ROCHA, E. **Apresentação**. In: "DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B. O mundo dos bens, para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro, UFRJ. 2009.
- RODRIGUES, S. et al. **Redução de danos e substâncias psicodélicas: construindo ações e debates**. *PLATÔ: Revista da Plataforma Brasileira de Política de Drogas*. v.1, n.1. 2017.
- SCHREIER, M. **Qualitative Content Analysis em The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis**. 2014.
- SEABRIGHT, M., LEVENTHAL, D., & FICHMAN, M. **Role of individual attachments in the dissolution of interorganizational relationships**. *Academy of Management Journal*, 35: 122-160. 1992.
- SETTON, M. **A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea**. *Revista Brasileira de Educação*. 2002.
- STEVENSON, S. **Modeling Housing Market Fundamentals: Empirical Evidence of Extreme Market Conditions**. *Real Estate Economics*. 2008
- SWEDBERG, R. **Sociologia Econômica: hoje e amanhã**. *Revista Tempo Social*, v16, n.2. 2004.
- VINHA, V. **Polanyi e a Nova Sociologia Econômica: uma aplicação contemporânea do conceito de enraizamento social**. *Econômica*, v.3, n.2, p.207- 230. 2001.
- TASCHNER, G. **Cultura, consumo e cidadania**. Bauru, EDUSC. 2009.
- TAYLOR e POTTER 2013. **From "social supply" to "real dealing": Drift, friendship, and trust in drug-dealing careers**. *Jornal of drug issues*. 2013.
- ZUCKER, L. **Production of Trust: Institutional Sources of Economic Structure, 1840–1920**. In: *Research in Organizational Behavior* 8, p.53–111. 1986.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Trajetória biográfica (quem é, onde estudou, ocupação atual, ocupação dos pais)
2. Quais são as drogas que você usa?
3. Onde usou pela primeira vez e com quem?
4. Como consegue essas drogas?
5. Como consegue ter acesso a essa pessoa/rede?
6. Quem é a pessoa que vende (tipo de laço)?
7. Como conquistar confiança para comprar
8. Você vende?
9. Como você entrou nessa história?
10. Quais são as drogas que você vende?
11. Como conquistar confiança para vender?
12. Há regras para vender/comprar? Onde/Quando/Com quem?
13. Já viu briga nesse contexto? Entre consumidores e/ou vendedores? (formas de violência)
14. Como você vê a concorrência entre traficantes nesse negócio? Existe? (Governança)
15. Quais são as estratégias para manter a clientela?
16. Quem vende quer aumentar sua rede de clientes?
17. Tem horário para comprar? Noite, dia?
18. O que as pessoas mais consomem? Preços habituais
19. Sabe a origem do que consome?
20. Faz teste de qualidade?
21. Você se preocupa com novidades? (você traz ou as pessoas te pedem e você vai em busca?)
22. Onde/Quando não dá pra vender? Já rolou?
23. O que interfere nas suas vendas?
24. Que tipo de situação você se sente constrangido em comprar/vender/usar?

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, Bárbara Duarte, aluna 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)

Bárbara Sofia Félix Duarte
Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Sociologia
da UFPE
(Pesquisadora Responsável)

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

Recife, _____ de _____ 2018