REGINA CIRINO ALVES FERREIRA DE SOUZA

CRIMINAL FASHION LAW: INTERVENÇÃO PENAL NA INDÚSTRIA DA MODA

Tese de Doutorado

Orientador: Professor Titular Renato de Mello Jorge Silveira

Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo

2020

REGINA CIRINO ALVES FERREIRA DE SOUZA

CRIMINAL FASHION LAW: INTERVENÇÃO PENAL NA INDÚSTRIA DA MODA

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Direito Penal no curso de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo.

Orientador: Professor Titular Renato de Mello Jorge Silveira

Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo

2020

"A moda imita-se a si própria. Ao elevar o efémero ao estatuto de culto, ela troça, em última instância, das muitas pretensões morais da cultura dominante, que, por sua vez, a denunciam em razão da frivolidade superficial, não obstante secretamente sentirem a forma como ela afecta toda a questão moral. A moda é levada à letra e é simultaneamente posta de lado como constituindo um assunto trivial, numa tentativa para neutralizar a picada da sua verdadeira seriedade, a sua forma sub-reptícia de desmascarar a hipocrisia".

(Elizabeth Wilson)

RESUMO

A indústria da moda, mormente o setor têxtil e de confecção, economicamente relevante para o Brasil, revela uma série de particularidades que, por si só, justificaria um olhar diferenciado do direito para as problemáticas ali presentes, sendo assim denominado de *fashion law*. No entanto, dado que o país reúne a cadeia produtiva completa dentro de suas fronteiras, ou seja, atua no pré-consumo, consumo e pós-consumo (desde a produção da matéria prima até o descarte de resíduos), acrescem-se vulnerabilidades e potencialidades de riscos jurídicos. Em particular, verifica-se uma série de problemáticas de alcance jurídico-penal, dentre elas, a violação da propriedade imaterial, os crimes ambientais e a exploração laboral, situações que, uma vez não mitigadas, podem redundar, não só propriamente em punições criminais, mas impactar diretamente em ativos intangíveis, como o comprometimento da imagem empresarial, bens incorpóreos essencialmente relevantes para marcas de moda. Reconhece-se, assim, a necessidade de estudo do *criminal fashion law*, ou seja, o direito penal na indústria da moda e do *criminal compliance* como instrumento de prevenção e preservação da reputação corporativa de empresas de moda.

Palavras-chave: Fashion Law – Direito da Moda – Direito Penal da Moda – Reputação Corporativa – Compliance

ABSTRACT

The Fashion industry, specially the textile and garment factory, which is financially relevant in Brazil, reveals several details that, by itself, would justify a distinctive legal approach to the issues regarding the sector, therefore called fashion law. However, considering that Brazil has the entire productive chain inside its borders, that is, it operates in pre-consumption, consumption and post-consumption (from feedstock production until residues disposal), it increases the vulnerabilities and potential legal risks. In particular, there are a number of issues involving the criminal area including the violation of intellectual property, environmental crimes and exploration of the workforce, situations that, without being mitigated, may result not only in criminal punishments, but could also directly impact the company's intangible assets, such as jeopardizing the corporate identity, which are extremely relevant assets to fashion brands. Therefore, it's acknowledged the necessity of the study of criminal fashion law, this is, the study of criminal fashion law and also the criminal compliance as resources to secure and preserve corporate reputation of fashion companies.

Keywords: Fashion Law – Fashion Law – Criminal Fashion Law – Corporate Reputation – Compliance

RIASSUNTO

L'industria della moda, in particolare il settore tessile e dell'abbigliamento, economicamente rilevante per il Brasile, rivela una serie di particolarità che, di per sé, giustificherebbero uno sguardo differenziato dalla legge ai problemi che vi si presentano, chiamandosi così *fashion law*. Tuttavia, dato che il paese presenta l'intera catena di produzione all'interno dei suoi confini, in altre parole, agisce in pre-consumo, consumo e post-consumo (dalla produzione di materie prime allo smaltimento dei rifiuti), vi sono ulteriori vulnerabilità e potenziali rischi legali. In particolare, ci sono una serie di questioni di diritto penale, tra cui la violazione della proprietà immateriale, i crimini ambientali e la splorazione del lavoro, situazioni che, una volta non mitigate, possono comportare non solo sanzioni penali, ma anche un impatto diretto su fattori intangibili, come la compromissione dell'identità aziendale, attività immateriali essenzialmente rilevanti per i marchi di moda. Pertanto, è riconosciuta la necessità di studiare il *criminal fashion law*, cioè la legge penale nel settore della moda e la *criminal compliance* come strumento per prevenire e preservare la reputazione aziendale delle aziende di moda.

Parola chiave: Fashion Law – Diritto della moda – Diritto penale della moda – Reputazione aziendale – Compliance

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 9
1. Historiografia do *fashion law* e as particularidades da indústria da moda no Brasil 15
1.1. O mundo da moda como problema jurídico: o redesenho por Susan Scafidi à autonomia do campo de estudo 15
1.2. A indústria da moda no Brasil 25
1.2.1. O desenvolvimento do setor têxtil e de confecção brasileiro 31
1.2.1.1. A imigração como fator de pujança do setor de confecção: o caso da cidade de São Paulo 35
1.2.2. O cenário atual do setor têxtil e de confecção no Brasil 38
2. *Criminal Fashion Law*: um novo problema penal 42
2.1. A valorização do imaterial e a conformação do *criminal fashion law* 43
2.2. Crimes contra a propriedade imaterial no setor de moda e luxo 49
2.3. O trabalho análogo ao de escravo nas confecções de produtos de moda 63
2.3.1. Redução a condição análoga à de escravo: a evolução do tipo penal e o reforço internacional 72
2.3.2. Responsabilidade penal no crime de redução a condição análoga à de escravo . 74
2.3.2.1. Causas de aumento de pena e proposta de *lege ferenda* 83
2.3.3. Medidas extrapenais para o enfrentamento da questão 84
2.3.3.1. A Lei Bezerra e outras iniciativas paradigmáticas 84
2.3.3.2. As listas emitidas pelo Ministério do Trabalho 86
2.4. Dignidade sexual e a indústria da moda 88
2.5. Assédio moral na indústria da moda 94
2.6. Crimes ambientais na indústria da moda 97
2.7. Lavagem de dinheiro e o mercado de luxo e joias 106
3. A reputação corporativa nas empresas de moda: o dano reputacional atrelado ao crime 113
3.1. A relevância da reputação corporativa como ativo intangível nos negócios de moda 113
3.2. O dano reputacional em marcas de moda 119
3.3. Violação de direitos humanos e dano reputacional 131
3.3.1. O caso da Nike, Inc.: do dano ao ganho reputacional 134
3.3.2. A importância da comunicação verdadeira: *greenwashing* na indústria da moda 138
4. *Criminal compliance* na indústria da moda 143

4.1. Tracejado histórico do *criminal compliance* 146
4.1.1. *Criminal compliance* na lei anticorrupção 149
4.2. A prevenção de crimes na indústria da moda 154
4.2.1. *Criminal compliance* e o ideário de responsabilidade social corporativa na moda 159
4.2.2. O movimento pela transparência na indústria da moda 170
4.2.3. Código de conduta e políticas em empresas de moda 177
CONCLUSÃO 185
BIBLIOGRAFIA 190

INTRODUÇÃO

Comumente os escritos sobre moda, no intento de explicar seu significado, buscam a etimologia do termo – do latim, *modus*, modo, maneira – e, ainda que com dificuldades para defini-la, chega-se à compreensão de que esta pode ser assimilada como a mudança periódica no estilo. Isto é, um incansável abandono do passado e da tradição para encontrar o novo, um instrumento de diferenciação e de reconhecimento de identidades. Nesse cenário, a vestimenta é apenas uma maneira de manifestação, mas a moda mostra-se mais abrangente, influenciando o cotidiano, algo perceptível nos modelos dos veículos, nos eletroeletrônicos, na decoração, na arte, na política e na ciência.

Moda, para ser assim considerada, deve pressupor a coletivização, pode partir de algo autoral ou conceitual, mas que ultrapassa o olhar atento dos *experts* e notáveis entendedores e suscitar o desejo público de aprovação coletiva. Em realidade, como um círculo virtuoso ou vicioso, os formadores de opinião (*endorsers*) buscarão novas criações para se distinguirem da massa. Intrigantes, neste aspecto, são os seus paradoxos.

Impõe-se, assim, a primeira reflexão: a moda pode parecer para poucos, mas deve sensibilizar muitos; ela busca ser exclusiva, mas é o gosto público que torna quem ela é, moda. É verdade que, no princípio, pode partir do seletivo e excludente, mas, ao final, figura como instrumento de pertencimento, servindo para, a um só tempo, se confundir com determinado grupo social e se diferenciar dos demais[1]. Nas palavras de Gilda de Mello, ela "reconcilia o conflito entre o impulso individualizador de cada um de nós (necessidade de afirmação como pessoa) e o socializador (necessidade de afirmação como membro do grupo)"[2].

---

[1] "O corpo constituído com a moda nos torna culturalmente visíveis, mediante o engendramento cultural de cada período, de cada cenário, de cada lugar de existência". AVELAR, Suzana; VICENTINI, Claudia Garcia, Moda contemporânea: algumas considerações iniciais sobre moda, cultura digital e indústria 4.0, *in*: **Fashion law: direito da moda**, São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 348.

[2] SOUZA, Gilda de Mello e, **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**, São Paulo: Schwarcz, 1984, p. 29.

No início, a moda era restrita a grupos sociais mais abastados, no entanto, com a revolução industrial ganhou abrangência aproximando-se de outras classes sociais, ao menos no que toca ao estilo de vestir, já que a qualidade, materiais e acabamento seguiam como elementos diferenciadores de classes sociais. Transportando para a realidade atual, se a moda pode ser excludente ao limitar, por exemplo, com altos preços, quem será seu público consumidor, por meio de modelos de negócio como aquele denominado *fast fashion*, possibilita a outros grupos receber, de forma acessível, essas informações.

Repleta de contradições, a moda circula conforme a cultura, os valores de uma época e acompanha a evolução da sociedade, sendo um claro retrato do momento vivido. A título de exemplo, relembre-se do desaparecimento das meias finas no período da Segunda Guerra Mundial. Não se tratava de um novo gosto das mulheres por não usar esses adereços, mas, naquele contexto bélico, as fibras têxteis precisavam ser destinadas à fabricação de materiais de guerra, como paraquedas, barracas e cordas, levando a que as mulheres fossem encorajadas a doarem suas meias para essa finalidade. Daí a origem da célebre frase: "*Uncle Sam needs your dircarded silk and nylon stockings for gun poder bags. Please launder and leave here*", ou seja, "Tio Sam precisa de suas meias de seda e nylon descartadas para sacos de pólvora. Por favor, lave-as e deixe-as aqui".

No momento atual, igualmente a demonstrar como a moda reflete o *zeitgeist*, nota-se a adesão das ruas por vestimentas na cor verde-musgo, camuflagens e casacos com botões que remetem a uniformes militares. Tal não se deve ao acaso, mas a militarização do vestir é reflexo do conflituoso espírito deste tempo. Quanto a isso, as leituras que podem ser feitas são diversas, desde a tomada desse movimento como um estado de alerta permanente, a agressividade ou a resistência. Seja qual for a interpretação, claro está que a moda é um importante elemento de comunicação.

Igualmente, ainda a demonstrar como a moda está conectada com o momento político-social, percebe-se diuturnamente a busca por uma moda mais democrática, inclusiva e que respeite as diversidades, sustentável, transparente e responsável. Não são raros assim os exemplos de marcas de moda atentas ao desenvolvimento de coleções *genderless* (moda sem gênero) e *ageless* (moda sem

idade) e que investem em desfiles plurais. Do mesmo modo, nota-se o crescimento de empresas que têm investido no capital humano e na sustentabilidade, sobretudo com a adoção de novas tecnologias para o desenvolvimento fibras menos poluentes ou para que possibilitem o rastreamento da cadeia produtiva.

Essa nova postura empresarial em hastear bandeiras como da preocupação socioambiental e da maior transparência nas operações, mostra-se como resposta aos novos anseios da sociedade contemporânea e as demandas do novo consumidor, o qual, ao ter acesso a toda soma de bens e a diversidade de produtos, aprecia e valoriza não apenas as características manufatureiras industriais como qualidade de fabricação e funcionalidade, mas também o seu valor incorpóreo, como o *design*, bem como o seu significado imaterial.

Ainda, nesse contexto de endossos e incentivos para a mudança de cultura empresarial de valorização de intangíveis, também é particularmente relevante a percepção de outras partes interessadas (*stakeholders*), como acionistas, da mídia, das associações e dos movimentos não governamentais. Em mundo globalizado e de rápida informação esses agentes são especialmente determinantes para impulsionar positivamente determinada empresa, mas também, ao ter a facilidade de fala bastante oportunizada pelas redes sociais, podem fragilizar ou comprometer a imagem corporativa por uma exposição negativa.

A sinalizar que as empresas de moda não podem mais lidar com os problemas atuais da maneira de outrora, menciona-se que escândalos corporativos nos mais diversos setores da economia, como o envolvimento de uma pluralidade de empresas de moda em casos de exploração laboral, reforçaram o movimento de que as empresas devem, ademais de promover negócios, contribuir positivamente para com a sociedade, minimizando danos e empreendendo esforços para o perfazimento de comportamentos responsáveis.

Neste contexto, a responsabilidade social corporativa diuturnamente tem sido aventada como estratégia empresarial para manter a reputação empresarial, valorizar a imagem e ganhar competitividade.

Esses sinais dos novos tempos têm sensibilizado e influído para que novos modelos de negócios surjam, bem como para a adoção de novas estratégias empresariais. Do mesmo modo, esse novo contexto não mais permite que as questões jurídicas, antes descuidadas ou abordadas de forma periférica, sejam tratadas de maneira divorciada do negócio. O direito, visto, no mais das vezes, como um órgão estranho ao ente artificial, nos dias atuais, exerce papel fundamental não apenas como forma de resolução de conflito, mas estrategicamente para evitar riscos que possam impactar financeiramente ou na estigmatização empresarial.

Essa máxima de integrar o direito ao negócio se mostra fundamental para qualquer setor da economia, mas para a indústria da moda é singularmente relevante, tendo em vista que, geralmente, o elemento "marca" é tão ou mais importante que os seus próprios ativos tangíveis, tal como maquinário, imóvel, veículos e estoque.

Ainda, nota-se que, no Brasil, tendo em vista tratar-se da segunda maior empregadora da indústria de transformação, está mais suscetível a problemáticas trabalhistas, crimes contra as relações de trabalho e infortúnios relacionados a exploração laboral. Do mesmo modo, tendo em vista a informalidade bastante presente na longa cadeia de produção, constata-se uma maior probabilidade da ocorrência de problemáticas jurídicas, como aquelas de ordem tributária, ambiental e criminal.

Do mesmo modo, a justificar um olhar jurídico diferenciado e integrado a estratégia empresarial, vê-se, como mencionado, que o consumo de produtos de moda está ligado a fatores imateriais e a significados, estando essa indústria muito mais exposta aos efeitos negativos da depreciação do valor incorpóreo se comparada com outros segmentos, sujeitando-se aos escrutínios e rejeição do público consumidor que são muito mais atentos e sensíveis as (in) coerências da identidade corporativa.

A esse fenômeno, ou seja, analisar o direito na indústria da moda, dá-se o nome de *fashion law* e, não obstante englobe a percepção jurídica dos mais diversos ramos do direito, focar-se-á nos problemas penais mais sintomáticos que têm acompanhado esse setor, sendo aqui denominado de *criminal fashion law*.

Neste sentido, a investigação científica perpassa por específicas questões fundamentais, as quais, subdivididas em quatro capítulos, subsidiarão as conclusões desejadas. A saber:

No Capítulo 1, após panorama acerca da origem do que se convencionou denominar *fashion law* e os fundamentos pelos quais vem sendo tratado como objeto de estudo em diversos ordenamentos, a justificar, inclusive, na concepção de alguns autores, a autonomia como campo de estudo. Ainda, tratar-se-á do histórico da indústria da moda no Brasil e as específicas dificuldades enfrentadas pelo setor têxtil em razão de medidas protecionistas impostas ao país.

Do mesmo modo, será observado como o setor, sobretudo a partir da produção da fibra natural de algodão, acabou por se desenvolver como indústria relevante, reunindo hoje a maior cadeia completa do ocidente, isto é, contemplando desde a produção da matéria prima até o varejo de moda. Do mesmo modo, será observado, em linhas gerais, como a imigração teve um papel fundamental para a consolidação de confecções em grandes centros urbanos como é o caso da cidade de São Paulo.

Ao final do capítulo, será traçado o retrato atual do setor e o delineamento de algumas problemáticas jurídicas mais sintomáticas para as empresas de moda.

Neste esteio, uma vez identificadas algumas das particularidades da indústria da moda, bem como revelada sua importância econômica para o Brasil, serão analisadas no Capítulo 2 algumas das questões jurídico-criminais mais sensíveis para o setor, sobretudo pelo impacto proporcionado para a imagem reputacional, isto é: os crimes contra a propriedade imaterial; o preocupante tema do trabalho análogo ao de escravo nas confecções brasileiras; o crime de assédio sexual; a proposta de criminalização do assédio moral; os crimes ambientais e o crime de lavagem de dinheiro no setor de joias e luxo.

No Capítulo 3 será abordada a importância dos ativos intangíveis para as empresas de moda, como a identidade, a imagem e a reputação corporativa. Do mesmo modo, será analisado o impacto do delito cometido na seara empresarial de um negócio

de moda, visto que, ademais das consequências como a sanção criminal da pessoa física ou a possibilidade de responsabilização do ente coletivo nas infrações de natureza ambiental, dada a publicização negativa, pode acarretar o dano reputacional.

Por fim, no Capítulo 4, será observado o *criminal compliance* para a indústria da moda como possível instrumento preventivo para mitigar riscos penais, evitando-se a rotulação provocada pela sanção e a preservação da reputação empresarial.

Diante do exposto, pretende-se verificar a melhor interpretação e as propostas jurídicas para o enfrentamento de específicos interesses de cunho penal na indústria da moda, mormente no país, como novel contribuição à ciência jurídica brasileira.

1. HISTORIOGRAFIA DO *FASHION LAW* E AS PARTICULARIDADES DA INDÚSTRIA DA MODA NO BRASIL

Sumário: 1.1. O mundo da moda como problema jurídico: o redesenho por Susan Scafidi à autonomia do campo de estudo. 1.2. A indústria da moda no Brasil. 1.2.1. O desenvolvimento do setor têxtil e de confecção brasileiro. 1.2.1.1. A imigração como fator de pujança do setor de confecção: o caso da cidade de São Paulo. 1.2.2. O cenário atual do setor têxtil e de confecção no Brasil.

A indústria da moda é particularmente relevante para diversas economias mundiais[3], abarcando, dentre outros, a produção fabril, de vestuário, o segmento calçadista, de joias e da beleza. No Brasil, consoante se verificará adiante, em razão de sua história e suas riquezas naturais essa indústria sagrou-se como economicamente representativa para o país, o que impõe um olhar atento para suas filigranas e suas questões jurídicas mais sintomáticas.

1.1. O MUNDO DA MODA COMO PROBLEMA JURÍDICO: O REDESENHO POR SUSAN SCAFIDI À AUTONOMIA DO CAMPO DE ESTUDO

Os problemas jurídicos na indústria da moda já são preocupações reveladas em diversos ordenamentos, tal como se verifica nos Estados Unidos da América e na Europa, sobretudo na França[4] e na Itália[5], em razão de sua consagrada e longínqua

[3] A demonstrar a relevância dessa indústria, menciona-se que o grupo Inditex, detentor de marcas como Zara, Massimo Dutti, Uterqüe e Bershka, de acordo com o índice IBEX 35, vale atualmente mais do que o Banco Santander e BBVA juntos, sendo avaliado em 85.333,93 milhões de euros na Bolsa de Madrid. Disponível em: <https://www.elespanol.com/quincemil/articulos/economia/inditex-hoy-vale-en-bolsa-mas-que-banco-santander-y-bbva-juntas>. Acesso em: 17 dez. 2019.

[4] Neste sentido, menciona-se a pioneira obra sobre o temário elaborada por Jeanne Belhumeur, fruto de sua tese doutoral, oportunidade em que trata da necessidade de criação de um "direito internacional das criações de moda". Cf. BELHUMEUR, Jeanne, **Droit international de la mode**, Padova: Canova Treviso, 2000, passim. Igualmente, menciona-se o trabalho de André Bertrand que aborda, sob o olhar do direito autoral, a proteção das criações de vestuário e dos artigos de moda. BERTRAND, André, **Le droit d'auteur et les droits voisins**, Paris: Dalloz, 1999, p. 803–832.

[5] Dentre outras publicações, cite-se a de Silvia Segnalini que procura fazer uma aproximação do jurista ao vocabulário da moda, criando para isso um decálogo para o mundo da moda. Para a autora "é certo que moda e direito, quando se conhecerem um pouco melhor, um não poderá ficar sem o outro". SEGNALINI, Silvia, **Le leggi della moda: guida al diritto per il mondo della moda**, Milano: Skira editore, 2012, p. 35. Ainda na Itália, menciona-se o trabalho de Angelo Maietta, o qual analisa os instrumentos da propriedade intelectual e propriedade industrial disponíveis no cenário europeu para proteger os resultados do engenho humano, sobretudo em relação às criações de moda. Em especial, o autor faz uma análise sobre o *made in Italy* e as medidas aduaneiras para coibir a contrafação. MAIETTA, Angelo, **Il diritto della moda**, Torino: G. Giappichelli Editore, 2018, p. 89–109. Registre-se também a obra coletiva "Il codice moda", vez que, o capítulo 6, sob a lavra de Giovanna Lucente, é dedicado a

história na moda. Embora com diferentes perspectivas, todos eles tateiam soluções e alternativas para enfrentar delicadas questões, como aquelas relativas à cópia de produtos de moda e de luxo; os danos ambientais ocasionados por essa indústria altamente poluente e a sujeição de milhares de pessoas ao trabalho análogo ao de escravo em confecções.

Susan Scafidi alcunhou esse campo de estudo com o nome de *fashion law*, ou seja, direito da moda. A especialista norteamericana foi responsável por criar, em 2005, o primeiro *blog* destinado a aproximar a comunidade jurídica ao universo da moda, o "*Counterfeit Chic*"[6].

Anos mais tarde, ainda revelando o seu protagonismo na matéria, Scafidi fundou o Fashion Law Institute, organização sem fins lucrativos com sede na Fordham University School of Law, pioneiro centro acadêmico do mundo dedicado ao direito e os negócios de moda[7]. Sem dúvidas essas iniciativas foram importantes para que outros estudos pudessem se desenvolver e para que o tema ganhasse capilaridade, revelando atualmente pesquisas em países como Nigéria[8], Turquia[9], Rússia[10], Espanha[11] e Portugal[12], bem como em países da América Latina como Brasil[13], Argentina[14], Chile, Colômbia, Peru e Uruguai.

---

análise da proteção penal da moda *made in Italy* e as estratégias para cercear as falsificações. LUCENTE, Giovanna Corrias, La tutela penal della moda made in Italy e le strategie di contraffazione, *in*: LICHERI, Annaluce; MASSARO, Cristiana (Orgs.), **Il codice moda**, Roma: Amon, 2015, p. 71–106. Do mesmo modo, necessário se faz a alusão a obra coletiva coordenada por Pozzo e Jacometti, tendo em vista que reúne artigos com temas, dentre outros, negociais, de direito do consumidor, direito do trabalho e concorrencial, sendo destaque o artigo sobre a proteção penal do trabalhador e do produto de moda. PERINI, Chiara, La tutela penale del lavoratore e del prodotto nella moda, *in*: **Fashion Law: le problematiche giuridiche della filiera della moda**, Milano: Giuffrè Editore, 2016, p. 181–208.

[6] Disponível em: <http://counterfeitchic.com/>. Acesso em: 19 out. 2019.

[7] Disponível em: <https://fashionlawinstitute.com/>. Acesso em: 19 out. 2019.

[8] Disponível em: <https://africafashionlaw.com.ng>. Acesso em: 19 out. 2019.

[9] Disponível em: <http://modahukukuenstitusu.org/>. Acesso em: 19 out. 2019.

[10] Disponível em: <http://fashion-law.ru>. Acesso em: 19 out. 2019.

[11] Disponível em: <https://www.fashionlawinstitute.es/>. Acesso em: 19 out. 2019.

[12] Disponível em: <http://www.fashionmeetsrights.com>. Acesso em: 19 out. 2019.

[13] Em 2012, foi fundado o primeiro Instituto de Direito da Moda no Brasil, qual seja, Fashion Business and Law (FBLI). Disponível em: <http://fbli.com.br/>. Acesso em: 19. out. 2019. Ainda, em 2017, foi criada a primeira pós-graduação brasileira em Fashion Law na Faculdade Santa Marcelina, pioneira no ensino de moda no Brasil e reconhecida internacionalmente como uma das melhores nessa área. Disponível em: <https://www.santamarcelina.org.br/>. Acesso em: 19 out. 2019.

[14] Disponível em: <http://derechodelamoda.blogspot.com/>. Acesso em: 19 out. 2019.

Nas palavras de Scafidi o *fashion law* não se limita a análise de leis e regulamentos, mas também inclui regras de organizações públicas e privadas e normas sociais[15]. Podendo ser definido como "um campo que abarca a substância legal do estilo, incluindo as questões que podem surgir ao longo da vida de uma roupa, a partir da ideia original do criador e continua todo o caminho até o armário do consumidor"[16].

Mais que isso, o direito da moda também se preocupa com as problemáticas jurídicas presentes no pós-consumo, ou seja, com a destinação dada aos produtos de moda ao final do seu ciclo de vida. As questões jurídicas na moda perpassam, então, o pré-consumo, o consumo e o pós-consumo.

Não obstante o olhar inicial da professora tenha sido para as filigranas jurídicas envolvendo as roupas, sobretudo sob o aspecto da proteção intelectual desses bens, desde o início reconhece que o *fashion law* abrange também a comunicação, a modelagem e a indústria de beleza e das fragrâncias[17], bem como se faz presente no setor joalheiro e calçadista.

O interesse de Scafidi por esse estudo não tradicional surgiu com a sua percepção quanto à necessidade de reformulação da legislação estadunidense em relação a proteção das criações de moda, tendo em vista que naquele ordenamento os *designs* têxteis e de vestuário são considerados utilitários e, portanto, no entendimento da autora, não passíveis de adequada proteção intelectual[18].

Neste sentido e fazendo importante contraponto, descreve Scafidi que, enquanto um falsificador que se dedica à reprodução não autorizada de marcas registradas corre o risco de responder judicialmente e de sofrer sanções civis e

---

[15] SCAFIDI, Susan, Towards a jurisprudence of fashion, **Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal**, v. XXIX, p. 429–434, 2019, p. 433.

[16] SCAFIDI, Susan, Fashion law: diseñando una nueva disciplina, *in*: BELLO KNOLL, Suzy Inés; ECHEVERRÍA, Pamela (Orgs.), **Derecho y moda**, Buenos Aires: Marcial Pons, 2015, p. 19.

[17] SCAFIDI, Susan, Introduction: fashion law triumphant - designing sucess in a new legal field, *in*: **Navigation fashion law: leading lawyers on developing client brands in a changing market and monitoring key legal developments**, [s.l.]: Thomson Reuters/Aspatore, 2015, p. 8 (tradução livre).

[18] Vale dizer que, em algumas situações, os elementos estéticos que podem ser identificados separadamente dos aspectos utilitários podem ser protegidos. A questão é que, em sua maioria, os produtos de moda, especialmente as roupas, dificilmente podem ser identificados de forma independente. BARRÈRE, Christian; DELABRUYÈRE, Sophie, Intellectual property rights on creativity and heritage: The case of the fashion industry, **European Journal of Law and Economics**, v. 32, n. 3, p. 305–339, 2011, p. 308.

criminais, aquele que copia todos as características de uma peça de roupa, com exceção da etiqueta com a marca, está diante de uma prática comercial legal. Ou seja, cria-se uma brecha para os falsificadores, alguns dos quais, para evitar a fiscalização aduaneira, importam cópias baratas que ainda não ostentam rótulos falsificados e depois os afixam nos EUA[19].

Por esses e outros fundamentos, compreende Scafidi pela necessidade de modificação da legislação, tendo em vista que essas criações, ademais de utilitárias, também são criações estéticas que deveriam ser submetidas ao regime do *copyright* ou ao regime de proteção industrial[20].

Em suas palavras, a abordagem ideal seria criar uma regulação customizada que respeitasse a complexidade da própria moda[21]. Neste ponto, relembrando a autora que a União Europeia confere proteção de três anos para projetos não registrados e cinco anos para os projetos registrados, sendo passíveis de renovação por um total de até vinte e cinco anos, sugere a elaboração de um modelo de proteção de curto prazo, consoante às necessidades dos consumidores e criadores[22].

---

[19] SCAFIDI, Susan, F.I.T.: Fashion as information technology, **Syracuse Law Review**, v. 59, p. 69–90, 2008, p. 88. Neste aspecto, referencia-se o projeto de lei denominado "Counterfeit Goods Seizure Act of 2019", de lavra dos senadores Thom Tillis, Chris Coons, Bill Cassidy e Mazie Hirono, que vislumbra conferir autoridade legal para a alfândega norteamericana (Customs and Border Protection) para apreender mercadorias de remetentes que tentem tirar proveito das brechas do sistema. Ou seja, permitiria a apreensão de mercadorias que envolvam violações de patentes de *design*. Embora o Brasil não tenha esse sistema de proteção, verifica-se que esse, resguardada todas as proporções, é similar ao denominado desenho industrial reconhecido pela legislação pátria. Disponível em: <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/2987/all-info?r=5>. Acesso em: 08 jan. 2020. De acordo com o senador Hirono: "Embora a Alfândega e a Proteção de Fronteiras tenham autoridade para apreender produtos que violam direitos autorais e marcas comerciais na fronteira, elas não possuem essa mesma autoridade para produtos que infringem uma patente de *design*. Os falsificadores exploram essa brecha importando produtos falsificados separadamente dos rótulos que contêm uma marca comercial infratora, anexando-os somente quando o produto falsificado tiver despachado a alfândega. A Lei de Apreensão de Bens Contrafeitos de 2019 fecha essa brecha, dando ao CBP a autoridade para apreender produtos falsificados que infringem patentes de *design* na fronteira. Essa simples mudança ajudará muito a proteger os consumidores e as empresas americanas contra danos". Disponível em: <https://www.nixonpeabody.com/en/ideas/articles/2019/12/09/increased-border-enforceability-for-design-patents>. Acesso em: 08 jan. 2020 (tradução livre).

[20] SCAFIDI, Susan, Intellectual property and fashion design, **Intellectual Property and Information Wealth**, v. 115, p. 115–131, 2006, p. 118. A discussão foi matéria do Jornal Folha de São Paulo em 2010. Intitulada de "Na forma da lei", a reportagem traz como chamada: "Senador norte-americano cria projeto de proteção à propriedade intelectual do design de moda para controlar cópias nos EUA". Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1308201015.htm>. Acesso em: 28 nov. 2019.

[21] SCAFIDI, F.I.T.: Fashion as information technology, p. 82.

[22] *Ibid*., p. 90.

Neste esteio, menciona-se algumas proposições legislativas alinhadas com o pensamento de Susan Scafidi. Cite-se o Design Piracy Prohibition Act (DPPA), lançado pelo Parlamentar Robert Goodlatte, em março de 2006, primeiro projeto apresentado no Congresso estadunidense, com escopo de alterar Título 17 do United States Code, para ampliar o *copyright* aos *designs* de moda[23].

No mesmo sentido, em agosto de 2010, foi apresentado pelo Senador Charles Schumer o Innovative Design Protection and Piracy Prevention Act (IDPPPA), com o idêntico objetivo de conferir proteção aos *designs* de moda, revisando a definição de "*useful article*" para incluir artigo de vestuário, compreendendo como tal as roupas, as bolsas, as carteiras, as sacolas, os cintos e as armações de óculos[24].

Ainda, relembra-se que, em setembro de 2012, foi proposto o The Innovative Design Protection Act (IDPA), o qual, igualmente, intenciona a alteração do Título 17, estendendo a proteção pelo *copyright* aos produtos de moda[25].

Em comum, tanto o pensamento de Scafidi como essas tentativas de estabelecimento de marcos legais revelam a intencionalidade de oferecer melhor guarida intelectual às criações de moda no ordenamento norte-americano. Aliás, esse propósito inicial, pode ser uma das explicações para a tão recorrente, embora equivocada, compreensão de que *fashion law* seria sinônimo ou matéria afim da propriedade intelectual, quando, como se verá adiante, é apenas uma das facetas do direito da moda.

A tutela dos direitos intelectuais, como avalia a especialista é apenas "a ponta do iceberg proverbial"[26], denotando-se, assim, o espectro poliédrico da questão. O *fashion law* vai adiante, abarcando os direitos dos negócios e finanças, o direito do trabalho, o direito do comércio internacional e regulamentação governamental, bem

---

[23] H.R. 5055 - 109th Congress (2005-2006). Disponível em: <https://www.congress.gov/bill/109th-congress/house-bill/5055>. Acesso em: 28 nov. 2019.

[24] S. 3728 – 111º Congress (2009-2010). Disponível em: <https://www.congress.gov/bill/111th-congress/senate-bill/3728>. Acesso em: 28 nov. 2019.

[25] S. 3523 – 112th Congress (2011-2012). Disponível em: <https://www.congress.gov/bill/112th-congress/senate-bill/3523>. Acesso em: 28 nov. 2019. Sobre a análise das distinções e semelhanças entre as propostas, *vide*: JIMENEZ, Guillermo C.; KOLSUN, Barbara, **Fashion law: a guide for designers, fashion executives and attorneys**, New York: Fairchild Books, 2013, p. 67–69. A alteração legislativa vem recebendo apoio do *The Council of Fashion Designers of America* (CFDA); GRUMBACH, Didier, **History of international fashion**, Massachusetts: Interlink Books, 2014, p. 374–375.

[26] SCAFIDI, Towards a jurisprudence of fashion, p. 430.

como questões relativas à segurança laboral, sustentabilidade, além do direito do consumidor e os direitos civis[27].

Ao que tudo indica, vivencia-se no *fashion law* algo próximo ao que se deu no direito desportivo, no direito de mídia e entretenimento e no setor de óleo e gás[28]. Isto é, tendo em vista que são setores que reúnem diversas particularidades, instiga a reflexão se deveriam ser vistos como novas áreas jurídicas.

Como bem pondera Fasson Llosa, podem ser citados como características próprias da indústria da moda e *retail*, dentre outros, as coleções por temporada, o processo produtivo, a expansão dos conglomerados de moda e de luxo, a luta contra a pirataria, as formas de atração de investidores, a contratação de modelos, a proteção do meio ambiente, o uso de peles animais, o método de obtenção das pedras preciosas, a valorização dos intangíveis e a importação e exportação de mercadorias[29].

A manifesta interdisciplinaridade e a dependência do direito da moda de diversos ramos do direito, apoiando-se em seus princípios e regras, bem como tendo em vista compartilhar a proteção de bens jurídicos tutelados por outras áreas, são argumentos levantados pelos autores contrários ao reconhecimento da autonomia jurídica do direito da moda[30].

Por outro lado, tal como relembra Abreu, embora o direito da moda observe os mesmos bens jurídicos que aqueles de outras áreas do direito, em verdade, ao se constatar as relações estabelecidas no mundo da moda e os termos utilizados, é possível vislumbrar alguma inovação jurídica, sobretudo na forma de acomodar alguns princípios do direito e, do mesmo modo, na criação de novos, em direção à autonomia e o surgimento de uma nova disciplina[31].

---

[27] SCAFIDI, Introduction: fashion law triumphant - designing sucess in a new legal field, p. 8.
[28] SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira, Direito da moda: o lado oculto da etiqueta, *in*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.), **Direito da moda: fashion law**, Minas Gerais: D'Plácido, 2019, p. 11.
[29] FASSON LLOSA, Annalucia, Moda sostenible o sustentable, *in*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.), **Fashion law: direito da moda2**, São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 214 e 215.
[30] ABREU, Lígia Carvalho, Os princípios do direito da moda e sua relevância na construção e autonomia de uma nova disciplina jurídica, *in*: ABREU, Lígia Carvalho; COUTINHO, Francisco Pereira (Orgs.), **Direito da moda: vol I**, Lisboa: CEDIS, 2019, p. 13.
[31] *Ibid*.

Neste diapasão, são mencionados pela autora os seguintes princípios como espaços e objetos de estudo do direito da moda: o princípio do desenvolvimento sustentável; o princípio da rastreabilidade e da divulgação da origem; princípio da dignidade humana ao princípio da não discriminação; o princípio da dignidade animal; o princípio da não apropriação cultural e o princípio do respeito dos direitos de propriedade intelectual dos criadores de moda[32].

Quanto à natureza jurídica do direito da moda, a autora portuguesa entende ser dupla, ou seja, tem como fonte o direito privado, na medida em que regulamenta as relações jurídicas estabelecidas entre sujeitos de direito privado, notadamente, as indústrias, as agências de modelos, os modelos, os comerciantes, os *designers* e os inventores[33].

Do mesmo modo, também tem natureza jurídico-pública, eis que o Estado, por questões como aquelas de saúde física e psíquica pode interferir na liberdade daquele que cria ou que é modelo. Ainda, também por motivos de ordem pública, pode interferir na regulação do comércio para proteção dos direitos humanos. Desta forma, verifica-se que os sujeitos do direito da moda não são apenas pessoas singulares e coletivas privadas e nem só o direito privado é fonte de disciplina[34].

A corroborar com essa linha de pensamento, menciona-se que a França, no intuito de inibir a veiculação de propagandas enganosas, exige, de acordo com a redação da LOI n° 2016-41 du 26 janvier 2016 de modernisation de notre système de santé, que as alterações efetuadas por programas de edição devem conter o alerta "*graphie retouchée*", ou seja, imagem retocada. A punição para a omissão da advertência é de multa de 37.500 euros ou 30% do custo da propaganda[35].

---

[32] *Ibid*., p. 13–30.
[33] *Ibid*., p. 12.
[34] *Ibid*.
[35] "Art. L. 2133-2.-Les photographies à usage commercial de mannequins, définis à l'article L. 7123-2 du code du travail, dont l'apparence corporelle a été modifiée par un logiciel de traitement d'image afin d'affiner ou d'épaissir la silhouette du mannequin doivent être accompagnées de la mention: 'Photographie retouchée'. Disponível em: <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2016/1/26/AFSX1418355L/jo#JORFARTI000031912992>. Acesso em 08 jan. 2020. Sobre isso: SOUZA, Direito da moda: o lado oculto da etiqueta, p. 13.

Para o legislador francês, as alterações realizadas em imagens, por vezes, deixam de ser apenas um fator de competição comercial desleal, mas podem estimular transtornos alimentares dos consumidores, tornando-se um problema de saúde pública. Em outras palavras, há preocupações supraindividuais em mais de um caráter, razão pela qual o Estado intervém.

Ainda como exemplo da interferência estatal na moda, recorda-se que países como Espanha, Itália[36], Índia e Israel proíbem que modelos participem de desfiles de moda se o índice de massa corporal (IMC) estiver abaixo de 18,5. Isto pois, de acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMC), o IMC inferior a esse número é sinal de alerta de que o indivíduo está com desnutrição.

No Brasil, em 2006, sobretudo após a morte de uma modelo vítima de anorexia, houve um incremento da atuação dos órgãos de controle e a maior a discussão sobre temas sensíveis, até então, silentes no mercado de modelos, como a preservação da saúde, as condições de trabalho e o estabelecimento de cotas sociais e raciais[37].

Em especial, menciona-se o Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) firmado no mesmo ano que estabeleceu como 16 (dezesseis) anos a idade mínima dos modelos para participação em desfiles de moda, sendo necessário alvará judicial para os menores de 18 (dezoito) anos[38].

Em realidade, observa-se que cada realidade jurídica tende a aprofundar os estudos de direito aplicado à indústria da moda conforme suas particularidades, interesses e demandas.

---

[36] Em 2006, foi subscrito na Itália o "Manifesto Nazionale di Autrregolamentazione Della Moda Italiana Contro L'Anoressia", promovido pelo então ministra para as políticas de juventude e das atividades desportivas, Giovanna Melandri. Disponível em: <https://www.cameramoda.it/media/pdf/manifesto_sostenibilita_it.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2019.

[37] GODOY, Mariana Hamar Valverde; COSTA, Michelle Hamuche, Direito de imagem e sua evolução com o mercado da moda no Brasil, *in*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.), **Fashion law: direito da moda**, São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 159.

[38] A empresa Luminosidade, responsável por grandes eventos de moda, assinou TAC com o Ministério Público para permitir a participação apenas de modelos com idade igual ou superior a 16 anos. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/marc-jacobs-esquenta-discussao-sobre-modelos-adolescentes-em-desfiles-de-moda/>. Acesso em: 10 jan. 2020.

Assim, na França, tendo em vista sua tradição na moda e a alta costura[39], a atenção dada à questão da proteção intelectual é bastante acentuada, o que, inclusive, pode ser observado em termos legislativos.

Isto pois, o Código de Propriedade Intelectual francês estabelece a proteção das criações provenientes de industrias sazonais, ou seja, protege-se "(...) os direitos dos autores sobre todas as obras do intelecto humano, qualquer que seja seu gênero, forma de expressão, mérito ou destino". No artigo L112-2, faz menção à vestimenta, peleteria, roupa íntima, bordado, moda, calçado, luva, artigos de couro, à fabricação de tecidos de grande novidade ou especiais para a alta costura, à produção de joias e calçados sob medida, assim como às fabricações de tecidos para a decoração de interiores[40].

Ao que parece, o legislador capturou o fato social-econômico da moda para a França e para o mundo, visto ser, além de economicamente relevante, "um dos ícones que definem o caráter e a idiossincrasia francesa"[41].

No esquadro italiano, é notável a preocupação no que toca à proteção do produto *made in italy*[42], em relação a outras mercadorias que não reúnem determinadas condições, mas que são vendidas como se legítimas fossem[43]. Ou seja, é natural que, ademais de outras inquietações, o enfoque do direito da moda na seara italiana esteja muito mais direcionado às questões de contrafação e de proteção dos direitos dos consumidores.

---

[39] Sobre as diferenças entre alta costura e *prêt-à-porter*, *vide*: GRUMBACH, **History of international fashion**, p. 207 e ss.

[40] De acordo com a redação francesa: "Les créations des industries saisonnières de l'habillement et de la parure. Sont réputées industries saisonnières de l'habillement et de la parure les industries qui, en raison des exigences de la mode, renouvellent fréquemment la forme de leurs produits, et notamment la couture, la fourrure, la lingerie, la broderie, la mode, la chaussure, la ganterie, la maroquinerie, la fabrique de tissus de haute nouveauté ou spéciaux à la haute couture, les productions des paruriers et des bottiers et les fabriques de tissus d'ameublement".

[41] PATROCINIO POLO, Hugo de, **Tauromaquia y propiedad intelectual**, Madrid: REUS S.A, 2014, p. 67 (tradução livre).

[42] O *made in italy* é um modelo de marca e valor que se aflora em quatro setores, ditos "*delle quatro A*" ou "*4A*", quais sejam: *alimentare*, *abbigliamento e moda*, *arredo* e *automazione*. FITTANTE, Aldo, **Brand, industrial design e made Italy: la tutela giuridica: lezioni de diritto della proprietà industriale**, Milano: Giuffrè Editore, 2015, p. 181 e 185.

[43] MAGAGNOLI, Stefano, Made in Eataly: identidà e falsificazione, *in*: **Contraffazione e cambiamento economico: marche, imprese, consumatori**, Milano: Egea, 2013, p. 77.

No Brasil, a análise do direito na indústria da moda mostra-se bastante ampla e complexa, tendo em vista que ser, no que toca ao setor têxtil e de confecção, um dos únicos países que ainda reúne uma cadeia produtiva completa dentro de suas fronteiras. Por conseguinte, o país desenvolve etapas primárias, tal como a produção da matéria prima – seda, algodão, entre outras –, bem como ostenta tecelagens e estamparias e, ainda, atua nos processos de criação, modelagem e confecção e, por fim, revela um importante comércio de artigos de moda para a economia do país.

Do mesmo modo, verifica-se que no Brasil não só a indústria têxtil e de confecção são representativas, mas também o setor de beleza[44], bem como tendo em vista sua riqueza natural, é notável sua importância no segmento de joias e pedras preciosas[45]. Ainda, mostra-se bastante destacado o setor calçadista, dentre outros motivos, em razão de sua extensão territorial permitir a criação de gados para obtenção de couro.

Assim, dada sua grandeza, é natural que a indústria da moda brasileira também lide com questões negativas originadas em cada um desses setores e etapas de produção, ou seja, problemáticas jurídicas e reputacionais que estão presentes em toda a cadeia[46]. Cite-se, neste sentido, a poluição ambiental proporcionada pelos resíduos têxteis e de curtumes brasileiros; os danos ambientais relacionados ao incorreto descarte de produtos; a deterioração das relações laborais em razão da ainda operante

---

[44] O Brasil, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), possui 2.794 empresas regularizadas na Anvisa. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2019-2/>. Acesso em: 06 jan. 2020. A revelar a representatividade do país nesse segmento, relembre-se que a Natura & Co, empresa brasileira especializada em de produtos de beleza, adquiriu a Avon Products, criando a quarta maior empresa de beleza do mundo. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2020/01/epoca-negocios-natura-conclui-compra-da-avon-e-cria-4a-maior-empresa-de-beleza-do-mundo.html>. Acesso em: 06 jan. 2020. Ainda, o grupo, em 2019, celebrou a abertura da negociação de suas ações na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE). Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/natura-co-consegue-aprovacoes-para-iniciar-negociacao-de-adss-em-nova-york/>. Acesso em: 08 jan. 2020.

[45] Em 2018, o setor empregou 76.542 pessoas, sendo o comércio, responsável por 58% dos postos de trabalho, com aproximadamente 14.000 estabelecimentos. As vendas do varejo, em 2018, atingiram R$ 12,6 bilhões e, até 2023, estima-se que esse número ultrapassará R$ 13 bilhões. O Brasil está posicionado entre os maiores produtores de ouro do mundo, ficando na 12ª posição, ficando atrás da China, Austrália, Rússia, Estados Unidos, Canadá, Indonésia, Peru, África do Sul, México, Gana e Uzbequistão. Ainda, está entre os maiores fornecedores de pedras coradas e, com exceção dos diamantes, rubis e esmeraldas, classifica-se no 2º lugar do Ranking. Disponível em: <https://ibgm.com.br/publicacao/publicacao-o-setor-em-grandes-numeros-2018/>. Acesso em: 06 jan. 2020.

[46] Sobre o temário: BAUDRILLARD, Jean, A sociedade de consumo, Rio de Janeiro: Elfos Editora, 1995, p. 24.

informalidade da indústria da moda e a questão da contrafação e contrabando de mercadorias[47].

Extrai-se do panorama apresentado que o estudo do *fashion law*, sobretudo após a contribuição de Scafidi em atribuir um nome a esse fenômeno, ganhou capilaridade e, nos dias atuais, é matéria de interesse em diversos países[48]. Isto é, ainda que cada localidade tenha suas demandas específicas, nota-se um movimento uníssono pela necessidade de observância do direito consoante as especificidades da moda, ventilando-se, inclusive, ideias, ainda que embrionárias, em direção do reconhecimento da autonomia jurídica do direito da moda.

Desta forma, importa para a presente análise observar a importância do direito da moda para o Brasil, isto é, a partir da análise do histórico e do alcance da indústria da moda para o país, serão observados problemas jurídicos enfrentados, enfatizando-se aqueles de natureza criminal.

1.2. A INDÚSTRIA DA MODA NO BRASIL

A indústria da moda no Brasil, conforme destacado revela-se de suma importância para a economia nacional, sobretudo no que toca ao setor têxtil e de confecção, cuja relevância torna necessário um olhar mais apurado.

Antes, porém, de detalhar o histórico da formação desse setor no país, importante se faz uma digressão, em linhas gerais, sobre o período de formação da

[47] Note-se que a Política Nacional de Resíduos Sólidos do Ministério do Meio Ambiente (PNRS), Lei nº 12.305, de 02 de agosto de 2010, que dispõe sobre seus princípios, objetivos e instrumentos, bem como sobre as diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, incluídos os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis, não prevê a destinação correta para sobras de tecidos. Nos últimos anos, algumas empresas em parceria com universidades vêm buscando soluções para a ainda complexa reciclagem têxtil. Menciona-se que a França intenta proibir a destruição de têxteis e roupas não vendidas. Disponível em: <https://www.consultation-economie-circulaire.gouv.fr/la-feuille-de-route-economie-circulaire>. Acesso em: 24 mai. 2018. Ainda, sobre obsolescência programada *vide*: RUIZ, Mayra C.; ROMERO, Zilath, La responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada, Saber, ciencia y libertad, v. 7, p. 127–135, 2013, p. 132.

[48] Conforme salientado anteriormente, há notícias de estudos anteriores ao de Scafidi sobre o direito aplicado à indústria da moda, mas a designação de uma nomenclatura possibilitou a expansão dos estudos e, inclusive, a aproximação de pesquisadores do tema. Neste sentido, menciona-se que, em novembro de 2018, em Madrid, foi realizado pela Fashion Law Institute Spain (FLIS) o "Primer Encuentro Internacional Fashion Law Network" reunindo especialistas e estudiosos de países como Brasil, Espanha, Portugal, França, Rússia, Turquia, Chile, Uruguai, Colômbia.

moda e o surgimento das restritivas legislações suntuárias e pragmáticas, com escora de verificar os reflexos desse poder punitivo para o desenvolvimento do segmento têxtil para o país.

As mudanças ocorridas no final da Idade Média, aproximadamente entre 1350 e o início da Idade Moderna (Renascimento) foram propulsoras para o que, posteriormente, passou-se a denominar de moda. Dentre as mais significativas alterações, destaca-se a ascensão econômica dos mercadores, os quais, nos séculos XIII e XIV, em razão do desenvolvimento do comércio e do intercâmbio entre regiões, conquistaram riquezas equiparáveis àquelas dos nobres, passando a ter acesso a produtos sofisticados, até aquele momento, inacessíveis[49].

Embora tais riquezas não possibilitassem aos mercadores a obtenção do prestígio dos nobres, vislumbraram na cópia de costumes, vestimentas e na aquisição de objetos de luxo meios para se aproximar de tão conceituada classe social[50]. Isto pois, tal como observa Werner Sambort, aqueles que nascem em determinada classe e que enriquecem rapidamente tendem a despender suas riquezas em bens de luxo, vez que "(...) a condição de homem natural e tosco não lhe permite disfrutar de outros prazeres além dos materiais"[51], sendo tais produtos uma forma de se posicionar junto às classes distinguidas pelo nascimento.

Consequentemente, tendo em vista ser a sociedade medieval altamente hierarquizada, as classes superiores, incomodadas com a ascensão dos mercadores e preocupadas em evitar qualquer espécie de equiparação, uma vez copiadas, tratavam de aderir a novas formas de comportamentos e vestimentas[52]. Consagra-se, assim, ademais

---

[49] POLLINI, Denise, Breve história da moda, São Paulo: Editora Claridade, 2007, p. 17. No mesmo sentido, cf. BRAGA, João, Reflexões sobre moda, São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2011, V. 5, p. 15–16.

[50] AVENTIN, Mercè, La leggi suntuaria in Spagna: stato della questione, *in*: MUZZARELLI, Maria Giuseppina; CAMPANINI, Antonella (Orgs.), Disciplinare il lusso: la legislazione suntuaria in Itália e in Europa tra medievo ed età moderna, Roma: Carocci, 2003, p. 109.

[51] SOMBART, Werner, Lujo y Capitalismo, [s.l.]: Coleccion Crisis y Soluciones, 1958, p. 111 (tradução livre). De acordo com KANT: "O luxo (*luxus*) é o excesso no bem viver social, acompanhado do gosto, em uma comunidade (o que é o contrário, por fim, ao bem-estar desta). O mesmo excesso, mas carente de gosto, é a dissipação pública (*luxuries*)" KANT, Immanuel, Antropología, Madrid: Alianza Editorial, 1991, p. 182 (tradução livre).

[52] Cf. Souza, "Com efeito, a moda é um dos instrumentos mais poderoso de integração e desempenha uma função niveladora importante, ao permitir que o indivíduo se confunda com o grupo e desapareça num todo maior que lhe dá apoio e segurança. E como as modas vigentes são sempre as da classe dominante,

do que se entende por sazonalidade na moda[53], a busca incessante por símbolos de ostentação, tais como mobiliários requintados, iguarias gastronômicas e tecidos sofisticados.

Em outras palavras, os mercadores e comerciantes tentavam obter o prestígio conferido aos nobres pelo nascimento por meio de suas riquezas e estes, por sua vez, despendiam incalculáveis recursos para se diferenciar e fazer frente aos novos ricos, o que, ao que tudo indica, foi determinante para sua ruína[54].

Tamanha a magnitude dos excessos desse período que o Estado passou a regular os sinais de riqueza, por meio das denominadas legislações suntuárias (*sumptuariae leges*)[55], disciplinando o luxo, gerando uma espécie de "código da aparência"[56]. Essas regulamentações, ademais de outros escopos, buscavam conter os excessos e despesas supérfluas, bem como evitar a equiparação entre classes sociais e de comunidade de crença[57].

Em outras palavras, configurava-se a intervenção do Estado no campo do simbólico[58], estabelecendo-se que determinados símbolos e sinais estavam reservados para algumas categorias[59]. Nas palavras de Bourdieu:

> O Estado regulamenta o uso dos tecidos e dos ornamentos de ouro, de prata e de seda; fazendo isso, defende a nobreza contra as usurpações dos plebeus, mas ao mesmo tempo estende e reforça a hierarquia dentro da nobreza. É

---

os grupos mais próximos estão, a cada momento, identificando-se aos imediatamente superiores através da imitação da vestimenta". SOUZA, **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**, p. 130.

[53] BRAGA, Reflexões sobre moda, p. 16.

[54] Consoante Sombart: "(...) O empobrecimento da nobreza foi a causa determinante do enriquecimento dos credores burgueses". SOMBART, Lujo y Capitalismo, p. 114 (tradução livre).

[55] As fontes que regulavam essas atividades, dentre outras, podem ser divididas em leis reais, pragmáticas (normas pontuais derivadas do rei), das Cortes (provenientes da atividade parlamentar), municipais (ordens municipais ou concessões e privilégios forais) e documentações eclesiásticas. AVENTIN, La leggi suntuaria in Spagna: stato della questione, p. 110–112.

[56] MUZZARELLI, Maria Giuseppina, Guardaroba medievale: vesti e società dal XIII al XVI secolo, Bologna: Il Mulino, 1999, p. 273. Tais legislações tinham como fim distinguir o nobre do burguês e o cristão do não batizado. AVENTIN, La leggi suntuaria in Spagna: stato della questione, p. 109.

[57] A título de exemplo, no tocante a realidade espanhola menciona-se que: "(...) É sabido que estavam presentes na Espanha minorias religiosas e que, até certo ponto, era difícil distinguir os judeus dos mulçumanos ou dos cristãos: somente as diferentes maneiras de se vestir, o penteado e os chapéus usados ou autorizações concedidas". AVENTIN, La leggi suntuaria in Spagna: stato della questione, p. 109 (tradução livre).

[58] BOURDIEU, Pierre, **Sobre o Estado: cursos no Collège de France (1989-92)**, São Paulo: Companhia das Letras, 2012, p. 398.

[59] MUZZARELLI, Guardaroba medievale: vesti e società dal XIII al XVI secolo, p. 272–273.

> uma maneira de controlar a exibição do capital simbólico, que só existe pela exibição; portanto, controlar a exibição do capital simbólico é controlar o capital simbólico[60].

Notadamente, embora tais leis fossem de difícil aplicação[61], ao restringir o acesso a determinados bens que não fossem compatíveis com sua respectiva classe, legitimavam-se legislações fortemente discriminatórias, criando-se um sistema das diferenças[62].

Apenas com a Revolução Francesa foi colocado fim a este sistema de privilégios e de diferença entre grupos sociais, tendo em vista que a burguesia conquistou uma forma de governo participativa[63]. Conforme descreve Gilda de Mello Souza:

> Agora as modas podem ser copiadas por todas as classes, pois as leis suntuárias foram abolidas. A posse do dinheiro tornou acessíveis os símbolos da vida ociosa e no amplo e variado espaço urbano – no Passeio Público, no camarote da Ópera, no Cassino, no restaurante de luxo – a arrivista começa a ofuscar a 'dama exemplar' através do luxo dos vestidos. É então que uma nova barreira se interpõe entre as classes, ainda mais difícil de transpor que a antiga, pois já não se apóia na ostentação das riquezas, mas no polimento das maneiras, na composição elaborada dos gestos, enfim no elemento dinâmico da moda. A distinção econômica do luxo cede lugar à distinção estética da elegância[64].

No Brasil, durante o período colonial, uma série de restrições ao luxo, por meio das denominadas "pragmáticas" – normas pontuais editadas pelo rei –, também se fizeram presentes, sobretudo em razão da desconfiança de que o ouro extraído das minas brasileiras não estava sendo devidamente declarados, bem como em face de uma série de episódios de contrabando de metais e pedras preciosas.

---

[60] BOURDIEU, **Sobre o Estado: cursos no Collège de France (1989-92)**, p. 399.

[61] Diversas legislações suntuárias acabaram sendo abandonadas e o nível de riqueza terminou sendo o limite material para o consumo. GRAÇA, João Carlos, Werner Sombart y el hombre económico moderno, Elementos de metapolítica para una civilización europea, n. 38, p. 30–53, p. 45.

[62] A título de exemplo, relembre-se que Eduardo II (1327-1377) tratou de regulamentar em sete capítulos e de forma hierárquica o modo de vestir de toda população, isto é, estabelecendo qual o limite máximo de despesas que poderia ter o servo, o agricultor, o artesão, o comerciante, o senhor, o clero e o cavalheiro. LÜTTENBERG, Thomas, Sempre un passo indrietro rispetto alla moda, *in*: MUZZARELLI, Maria Giuseppina; CAMPANINI, Antonella (Orgs.), Disciplinare il lusso: la legislazione suntuaria in Itália e in Europa tra medievo ed età moderna, Roma: Carocci, 2003, p. 146.

[63] POLLINI, Breve história da moda, p. 34.

[64] SOUZA, **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**, p. 134.

Nesse sentido, merece referência a pragmática de 1749 estabelecida pelo Reino que, no anverso de seus 31 capítulos, regulava o uso dos adornos, tipos de vestuário, a movelaria e até mesmo o luto[65].

Sob a justificativa de que se tratava de um "paternal cuidado", D. João V, em discurso relembrava as disposições das legislações suntuárias de seus antecessores com o propósito de manter o Estado rico, a estabilidade de suas forças e o aumento do seu comércio. Tergiversando que "paulatinamente se foram pondo em esquecimento tão proveitosas disposições; e o dano que vão experimentando os meus vassalos, excita o meu paternal cuidado a procurar desenraizá-lo com eficazes remédios"[66].

Em outras palavras, procurava advertir seus vassalos sobre os efeitos perniciosos do luxo, estabelecendo, por exemplo, no capítulo 1º, que:

> A nenhuma pessoa de qualquer graduação e sexo que seja, passado o tempo abaixo declarado, será licito trazer em arte alguma de seus vestidos, ornatos, enfeites, telas, brocados, fitas, galões, cordões, galancins, passamanes, franjas, cordões, espeguilhas, debruns, borlas, ou qualquer outra sorte de tecido, ou obra em que entrar prata, nem ouro fino, ou falso, nem riço cortado á semelhança de bordado"[67].

Ainda neste esteio punitivo e impactando na involução da indústria brasileira, menciona-se o Alvará expedido por Dona Maria I, em 1785, determinando o fechamento de quase a totalidade das tecelagens e fiações[68], tendo em vista que a diminuição da extração do ouro e de diamante teria como causa a falta de obreiros que estariam sendo posicionados no setor têxtil.

Em realidade, ao que parece, a adoção desse e de outros posicionamentos de restrições estava diretamente relacionada ao receio de que o Brasil deixasse de ser

---

[65] Observa Cavalcanti que "a pragmática entrou em detalhes referentes a todos os aspectos, inclusive os ligados às cerimônias fúnebres, regulamentando os espaços a serem utilizados, os tipos de caixão permitidos, o número de tochas e castiçais que poderiam ser acesos e outras minúcias, enfim, que tinham finalidade de coibir o fausto dos enterros das pessoas ricas". CAVALCANTI, Nireu, **O Rio de Janeiro Setecentista: a vida e a construção da cidade da invasão francesa até a chegada da corte**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 93.

[66] *Ibid*., p. 78 e ss.

[67] EDMUNDO, Luiz, **O Rio de Janeiro no tempo dos vice-reis (1763-1808)**, Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1932, p. 227.

[68] A pena para o descumprimento era a destruição maquinário e a perda da produção. PRADO, Luís André do; BRAGA, João, **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**, São Paulo: Disal Editora, 2011, p. 38.

consumidor dos produtos portugueses e passasse a ser seu concorrente[69]. Isto pois, a colônia foi estruturada para, ademais de fornecer produtos agrícolas, "(...) funcionar como mercado consumidor da produção fabril de Portugal, sendo permitido que em território brasileiro se instalassem tão-somente manufaturas não concorrenciais"[70].

Segundo o mencionado Alvará, estava autorizado apenas o funcionamento dos teares ou manufaturas destinadas à produção de panos grosseiros e de pouco valor, os quais eram endereçados aos escravos[71].

A revogação desse documento ocorreu apenas com a vinda de D. João VI e a Corte portuguesa para o Brasil, em 1808, oportunidade em que se consolidou a abertura dos portos às nações amigas, acarretando a aproximação, ainda maior, da cultura e hábitos presentes no estrangeiro, inclusive, em relação à moda.

Em outras palavras, passava-se, ainda que timidamente, de um tempo em que "a colônia portuguesa na América precisava 'de colonos e cultivadores', e não de 'artistas e fabricantes' para um momento de tentativa de fomento e desenvolvimento econômico[72], conforme se depreende do texto do Alvará de 1º de abril de 1808:

> Eu o Príncipe Regente. Faço saber aos que o presente alvará virem: que desejando promover e adiantar a riqueza nacional, e sendo um dos mananciais dela as manufaturas e a indústria, que multiplicam e melhoram, e dão valor aos gêneros e produtos da agricultura e das artes, e aumentam a população, dando que fazer a muitos braços e fornecendo meios de subsistência a muitos dos meus vassalos, que por falta deles se entregariam aos vícios da ociosidade[73].

---

[69] Dentre outras vedações e imposições descritas em sentenças expedidas no período colonial, rememora-se aquela que determinava o desmate de algumas árvores brasileiras para que não concorressem com a riqueza do Oriente português, bem como aquelas que criavam impostos abusivos, que fechavam estradas de rodagem, que impediam a exploração de salinas, que determinavam o fechamento dos portos a qualquer estrangeiro, que proibiam o ofício de ourives, que fechavam indústrias nascentes. EDMUNDO, **O Rio de Janeiro no tempo dos vice-reis (1763-1808)**, p. 498.

[70] CAVALCANTI, **O Rio de Janeiro Setecentista: a vida e a construção da cidade da invasão francesa até a chegada da corte**, p. 78.

[71] "Este alvará só cairia após a transferência da Corte portuguesa para o Brasil, em 1808, ano em que foi criado o Tribunal da Real Junta do Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação do Estado do Brasil, que objetivava dinamizar a economia brasileira para, desse modo, poder financiar a manutenção da Corte em seu exílio forçado pela invasão de Portugal por Napoleão Bonaparte". Cf. PRADO; BRAGA, **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**, p. 38.

[72] CAVALCANTI, **O Rio de Janeiro Setecentista: a vida e a construção da cidade da invasão francesa até a chegada da corte**, p. 79.

[73] GASMAN, Lydinéa, **Documentos históricos brasileiros**, Rio de Janeiro: Fename, 1976, p. 93.

As legislações suntuárias, que se fizeram presentes no Brasil sob o nome de pragmáticas[74], e a clara intenção da monarquia portuguesa de reservar a colônia apenas à extração de metais e pedras preciosas, o comércio alimentado pelos negociantes de Portugal e à produção rural[75], naturalmente, acabaram por tardar a consolidação de uma indústria têxtil brasileira.

Não obstante todos os percalços enfrentados para o desenvolvimento de uma indústria têxtil, nota-se que a produção de algodão, sobretudo em razão da demanda imposta pela revolução industrial, foi determinante para que o país fosse não só provedor de matéria prima para o exterior, mas também para que, ao depois, se consolidasse como um setor economicamente relevante.

1.2.1. O desenvolvimento do setor têxtil e de confecção brasileiro

A revolução industrial e o aprimoramento da indústria têxtil no final do século XVIII foram decisivas para o crescimento da lavoura algodoeira brasileira. Até então, o algodão produzido no Brasil no período colonial, de modo geral, era utilizado apenas para a manufatura de tecidos rústicos destinados às sacarias ou para roupas de escravos e de pessoas pobres[76].

Relembre-se, neste aspecto, que determinações como o anteriormente mencionado alvará de 1785 tinham o claro propósito de destinar toda a mão de obra para a lavoura e minas, tendo em vista que "a 'riqueza real' provinha dos frutos e produtos do solo e não de 'artesões e artífices. Além disso, os 'produtos do solo' constituíam a base do comércio e navegação do Brasil e Portugal"[77].

No entanto, os progressos técnicos revelados com a revolução industrial na Inglaterra, transformaram a indústria têxtil, essencialmente produtora de tecidos de lã,

---

[74] Menciona-se que esse expediente foi utilizado por reis como D. Manuel I, D. João III, D. Sebastião I, D. Pedro II e D. João V, cf. SILVA, Camila Borges da, **O símbolo indumentário: distinção e prestígio no Rio de Janeiro (1808-1821)**, Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, 2010, p. 40.

[75] CAVALCANTI, **O Rio de Janeiro Setecentista: a vida e a construção da cidade da invasão francesa até a chegada da corte**, p. 79.

[76] HOLANDA, Sérgio Buarque de (Org.), **História geral da civilização brasileira: a época colonial**, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003, p. 239.

[77] STEIN, Stanley Stein, **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil - 1850/1950**, Rio de Janeiro: Editora Campus, 1979, p. 20.

em uma indústria mecanizada, cuja matéria prima era o algodão, em especial, aquele advindo do Brasil[78]. Naturalmente, a associação entre maquinários e a abundância dessa fibra, fomentou a que a Inglaterra se destacasse não só em relação a sua técnica de produção, mas em preço.

Em outras palavras, os valores cada vez menores dos tecidos de algodão de origem inglesa puderam concorrer satisfatoriamente em âmbito internacional, com as manufaturas nacionais de tipo artesanal ancorada tecnicamente na tradição medieval[79].

Como reflexo, a economia brasileira, fundamentalmente rural, fortaleceu-se no idos de 1770 pela exportação da fibra natural de algodão em razão da demanda inglesa, responsável por ampliar "(...) os mercados de consumo para novos tecidos, sustentada pelo sistema de produção em massa para a massa"[80].

A lavoura de algodão exigia terras vastas e inúmeros escravos, cuja propriedade, seja do território quanto da mão de obra, concentrava-se nas mãos de poucas famílias[81]. Despontando-se como grandes produtores de algodão o Maranhão e Pernambuco, regiões favorecidas pelo posicionamento geográfico para exportar a matéria prima para a metrópole[82].

Desta forma, durante o período entre 1780 a 1820, mostrou-se um importante exportador de algodão, relevância comprometida apenas pela produção do algodão proveniente dos Estados Unidos, Egito e Índia[83].

A vinda da Corte Portuguesa, em 1808, e a revogação do alvará de 1785, bem como a abertura dos portos às nações amigas, representou a mudança na estrutura comercial brasileira. Embora, cumpre observar, a "declarada liberdade fosse restringida pelo tratamento preferencial concedido às importações portuguesas e, imediatamente depois, às inglesas"[84].

---

[78] HOLANDA (Org.), **História geral da civilização brasileira: a época colonial**, p. 239.
[79] *Ibid*.
[80] *Ibid*.
[81] STEIN, **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil - 1850/1950**, p. 20 e 21.
[82] HOLANDA (Org.), **História geral da civilização brasileira: a época colonial**, p. 240.
[83] STEIN, **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil - 1850/1950**, p. 57.
[84] *Ibid*., p. 21.

Décadas depois, a pujança da exportação do café brasileiro deixou à margem o cultivo do açúcar e algodão, oportunidade em que potencializou o tráfico de escravos africanos, tendo seu auge no período entre 1830 e 1850, vez que essa mão de obra se mostrava barata e facilmente substituível. Esse modelo de produção agrícola fundado no trabalho escravo determinou o rumo do desenvolvimento industrial brasileiro.

As tecelagens brasileiras, por sua vez, segundo dados históricos, têm seu surgimento nos idos de 1840, essencialmente para a manufatura de panos rústicos, sendo as demais roupas importadas, vestimentas que, aliás, em nada se coadunavam com o tipo de ruas e clima do país[85].

Nos idos de 1850, o uso de mão de obra escrava passou a ser abandonada com o surgimento de trabalho assalariado urbano e com a imigração europeia. Note-se que, por outro lado, ainda eram escassos os obreiros livres, tendo em vista a ausência de imigrantes europeus encorajados a vir ao Brasil[86], já que ainda vigente escravatura. Ainda, aqueles que por aqui estavam, nem sempre estavam dispostos a desempenhar ofícios associadas aos escravos, como aquele de tecelão[87].

Em comum, o homem livre assalariado e o escravo tinham a miséria e a falta de habilidade mecânica. A ausência de mão de obra técnica fomentou a que empresários brasileiros buscassem socorro na Inglaterra e, posteriormente, no continente europeu, por operários com habilidades para operar máquinas.

Isto pois, com o surgimento de inventos como a *spinnig-jenny*[88] e, posteriormente, a máquina a vapor de James Watt[89], considerada por muitos como o

---

[85] Imagina-se que "para um homem, no tempo de Machado de Assis, era banal usar durante o dia casaco e colete de casimira de lã sobre a camisa, a uma temperatura de 40 graus. Igualmente cômico devia ser o fato de as mulheres varrerem com saias longuíssimas o chão sem asseio das ruelas cariocas". DURAND, José Carlos, **Moda, luxo e economia**, São Paulo: Editora Babel Cultural, 1988, p. 65.

[86] STEIN, **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil - 1850/1950**, p. 21.

[87] CUNHA, Luiz Antônio, **O ensino de ofícios nos primórdios da industrialização**, Brasília: Editora Unesp, 2000, p. 3.

[88] A *jenny*, máquina de fiar criada em 1764 pelo tecelão James Hargreaves, modificou a situação dos trabalhadores ingleses, isto pois, "(...) funcionava manualmente, mas, ao invés de um só fuso, como na roda comum de fiar à mão, tinha dezesseis ou dezoito, acionado por um só operário. Dessa forma, tornou-

“marco zero” da era industrial, modificou-se as relações humanas em todo o mundo, possibilitando a transição do trabalho manual de fiar e de tecer em mecânico e em escala, transformando, em alguma medida, os operários manuais em operadores de máquinas[90].

Por conseguinte, estava justificada a busca pelo empresariado brasileiro por essa força de trabalho treinada pela revolução industrial[91]. Vigorava a máxima de que “os fabricantes necessitavam dos trabalhadores estrangeiros não apenas por sua habilidade técnica, como também para que orientassem a inexperiente mão de obra local” [92]. Vislumbrando, assim, na mão de obra imigrante, principalmente, artesões, mecânicos e técnicos em fiação e tecelagem de algodão, a possibilidade de desenvolvimento da manufatura nacional[93].

Neste aspecto, importante relembrar a compreensão do operário em sua concepção atual daquele de outrora,

> O operário, no sentido moderno do termo, é compreendido, geralmente, como aquele que trabalha numa fábrica, integrado na divisão social do trabalho com bases capitalistas e que vende sua força de trabalho em troca de um salário. O operário do século XIX era entendido como o povo trabalhador, geralmente executor de uma profissão manual ou que requeresse maior esforço físico, que representava a maioria da população produtiva e sofria, em geral, dos mesmos problemas decorrentes da cartesia, do desemprego, da insegurança diante do futuro, ou seja, do completo desamparo[94].

Com o passar dos anos os operários brasileiros foram ganhando habilidades técnicas e os imigrantes ingleses já não reinavam sozinhos, tendo em vista a chegada,

---

se possível produzir muito mais fio: se antes um tecelão ocupava sempre três fiandeiras, não contava nunca com fio suficiente e tinha de esperar para ser abastecido, agora havia mais fio doo que o número dos trabalhadores ocupados podia processar”. ENGELS, Friedrich, **A situação da classe trabalhadora em Inglaterra**, São Paulo: Boitempo, 2010, p. 48.

[89] “A importância de todas essas máquinas foi duplicada com a máquina a vapor de James Watt, inventada em 1764 e utilizada, a partir de 1785, para acionar as máquinas de fiar”. *Ibid*., p. 50.

[90] COMISSÃO EXECUTIVA TÊXTIL, **Indústria Têxtil Algodoeira**, Rio de Janeiro: Ministério do Trabalho Indústria e Comércio, 1946, p. 16 e 17. No mesmo sentido: “Com essas invenções, desde então aperfeiçoadas ano a no, decidiu-se nos principais setores da indústria inglesa a vitória do trabalho mecânico sobre o trabalho manual e toda a sua história recente nos revela como os trabalhadores manuais foram sucessivamente deslocados de suas posições pelas máquinas”. ENGELS, **A situação da classe trabalhadora em Inglaterra**, p. 50.

[91] STEIN, **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil - 1850/1950**, p. 64.

[92] *Ibid*.

[93] *Ibid*.

[94] LEAL, Maria das Graças de, **A arte de ter um ofício: liceu de artes e ofícios da Bahia (1872-1996**, Salvador: Fundação Odebrecht; Liceu de Artes e Ofícios da Bahia, 1996, p. 67.

sobretudo na década de 1890, de italianos, espanhóis e alemães[95]. Sem dúvidas, foi a chegada dos imigrantes que fortaleceu a indústria têxtil brasileira, fator, inclusive, determinante para que nos dias atuais o Brasil seja um dos poucos países a reunir a maior cadeia completa de produção.

1.2.1.1. A imigração como fator de pujança do setor de confecção: o caso da cidade de São Paulo

Do até aqui apresentado, verifica-se que a consolidação da indústria têxtil e de confecção, em boa medida, pode ser atribuída a chegada dos imigrantes estabelecidos nas mais diversas regiões do Brasil, destacando-se como polos as regiões sul, sudeste e nordeste. Ainda, nota-se que o movimento de imigração e a umbilical relação com o setor segue sendo uma realidade, sobretudo em espaços que se consolidaram pelas confecções de artigos de vestuário como se deu, historicamente, em São Paulo.

O grande valor da indústria têxtil e de confecção em São Paulo pode ser atribuído, dentre outros fatores, a presença, em diversos momentos da história paulista, de alguns grupos sociais, "chamadas etnias comerciais" [96], dentre os quais, os imigrantes judeus e os coreanos na região do Bom Retiro, os Árabes na região central e os migrantes nordestinos no perímetro do Brás e zona leste[97]. Como se destaca:

> São grupos marcados por uma acentuada destinação urbana, que experimentaram uma trajetória de mobilidade socioeconômica muito forte, em geral iniciada pela mascateação, e que, desenvolvida do pequeno ao grande comércio varejista e atacadista, floresceu em alguns setores industriais. No comércio, dedicaram-se em profusão aos armarinhos, roupas prontas e artigos têxteis de modo geral. Na indústria, prosseguiram em setores afins, como o de confecção e o têxtil. O que distingue tais grupos frente à experiência das etnias majoritárias é a forte articulação interna das colônias, alimentada por um sentido de identidade religiosa, familiar ou de conterraneidade capaz de prover uma estrutura de recepção e acolhimento ao imigrante muito operativa[98].

[95] STEIN, **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil - 1850/1950**, p. 65.
[96] TRUZZI, Oswaldo Mário Serra; SACOMANO NETO, Mário, Economia e empreendedorismo étnico: balanço histórico da experiência paulista, **RAE**, v. 47, n. 2, p. 37–48, 2007, p. 43.
[97] KONTIC, Branislav, **Inovação e Redes Sociais: a indústria da moda em São Paulo**, Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2007, p. 42.
[98] TRUZZI; SACOMANO NETO, Economia e empreendedorismo étnico: balanço histórico da experiência paulista, p. 43.

Na década de 1920, judeus advindos da Rússia, Lituânia e Polônia começaram a se instalar no bairro do Bom Retiro, mas foi nos estertores dos anos 1930 que houve o sensível aumento dessa população, tendo em vista a Segunda Guerra Mundial. Assim,

> os novos imigrantes que não tinham ofício iam trabalhar nas oficinas de confecção têxtil montadas durante a década de 20 por judeus que já tinham experiência no ramo. Outros, trabalhavam a prestação, isto é, algum comerciante lhes dava uma quantidade de tecido que deveria ser vendida de casa em casa e paga posteriormente[99].

Pontua Truzzi que o bairro do Bom Retiro nasceu fabril, do barro de suas várzeas surgiram olarias, e uma indústria de fiação e tecelagem, precocemente em 1884, denotando características de bairro proletário, o que atraiu inúmeros operários[100].

Como bem observa Timóteo, na década de 1960, com acordo celebrado entre Brasil e Coreia do Sul, verificou-se a chegada de imigrantes coreanos em bairros como Brás e Bom Retiro localizados na Cidade de São Paulo, muitos dos quais começam a trabalhar como vendedores de roupas em lojas mantidas por judeus[101].

> Há indicações de que os judeus, implantados há mais tempo no Bom Retiro em atividades ligadas aos ramos de confecções e à indústria têxtil, passaram também a se interessar pelo emprego de coreanos como costureiros, seja em oficinas, seja em trabalhos domiciliares realizados sob encomenda, ou ainda como vendedores de roupas[102].

Por outro lado, outros imigrantes coreanos, identificando uma oportunidade de negócio e, portanto, de obtenção de maior lucro, passaram a adquirir suas próprias máquinas de costura, fabricando eles mesmos as peças que colocariam à venda[103].

---

[99] Informações obtidas junto ao Banco de Dados Folha, "História dos bairros paulistanos: bom retiro". Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/bairros_bom_retiro.htm>. Acesso em: 21 abr. 2019.
[100] TRUZZI, Oswaldo Mário Serra, Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo, **Estudos Históricos**, v. 27, n. 27, p. 143–166, 2001, p. 145.
[101] TIMÓTEO, Gabrielle Louise Soares, **Os trabalhadores bolivianos em São Paulo: uma abordagem jurídica**, Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2011, p. 118. Menciona-se que, de acordo com pesquisa de Buechler, a primeira onda imigratória de coreanos no Brasil teria se dado em 1963, por meio da Associação Brasil-Coreia, com a chegada de 103 pessoas no Porto de Santos. BUECHLER, Simone, Sweating it in the Brazilian garment industry: Korean and Bolivian immigrants and global economic forces in São Paulo, **Latin American Perspectives**, v. 31, n. 3, p. 99–119, 2004, p. 103.
[102] TRUZZI, Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo, p. 151.
[103] TIMÓTEO, **Os trabalhadores bolivianos em São Paulo: uma abordagem jurídica**, p. 118.

> A maior parte dos coreanos aqui chegados jamais havia operado no ramo de confecções antes de sua chegada a São Paulo. Contudo, as atividades de costura eram abraçadas pelos recém-chegados graças à pouca necessidade de capital (muitas fábricas de tecidos concediam prazos dilatados para pagamento das mercadorias retiradas), ao risco pequeno e à possibilidade de empregar toda a família[104].

Com o tempo os coreanos passaram de funcionários do comércio, até então mantidos por judeus, para donos de lojas e oficinas[105]. Vale observar que o trabalho nessas confecções coreanas era familiar, precário e sem separação clara entre vida doméstica e vida laboral[106]. Isto é, "buscavam concorrer com base em preços baixos, possibilitados por um intenso *sweating labour*, envolvendo famílias imigradas, largas jornadas de trabalho e utilização de trabalho familiar sem remuneração"[107].

Naturalmente, os novos empreendedores passaram a empregar imigrantes também coreanos recém-chegados nas oficinas de costura, cuja competitividade estava relacionada ao baixo custo da mão de obra, os quais, posteriormente, foram gradativamente sendo substituídos por outros imigrantes, mormente bolivianos[108]. Em outros dizeres, "independente da etnia explorada, as confecções do Bom Retiro, desde então, ergueram-se sobre esse tipo de mão de obra, incluindo os empreendimentos daqueles que sofreram tais abusos na fase inicial de imigração"[109].

Ainda, verifica-se do quanto apurado que as confecções paulistas durante variados períodos serviram como porta de entrada para imigrantes. Nesse sentido, relembre-se a crítica de Souchaud, para quem as oficinas de costuras de bairros centrais

---

[104] TRUZZI, Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo, p. 151.

[105] Menciona-se que os sul coreanos "passaram a comprar as principais lojas do bairro, sobretudo nos anos 80, quando se beneficiaram de uma lei de 1982, que anistiava imigrantes ilegais. Neste período, os judeus começaram a migrar para bairros de caráter mais residencial. Isto aconteceu sobretudo porque as mais novas gerações de origem judaica constituíam-se de profissionais liberais que não quiseram continuar com os negócios da família. Até colégios tradicionais desta comunidade, como o Renascença, foram transferidos para bairros como Higienópolis que concentra hoje cerca de 40% dos judeus que vivem na cidade". Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/bairros_bom_retiro.htm>. Acesso em: 21 abr. 2019. Salienta Truzzi que "os coreanos começaram a se instalar com lojas por volta de meados da década de 70. A concentração de coreanos na indústria de confecção naturalmente atraiu a colônia para se instalar em um ponto da cidade que já desfrutasse de tradição nesse ramo comercial". *Ibid*.

[106] TIMÓTEO, **Os trabalhadores bolivianos em São Paulo: uma abordagem jurídica**, p. 118.

[107] KONTIC, **Inovação e Redes Sociais: a indústria da moda em São Paulo**, p. 46 e 47.

[108] A cidade de São Paulo é a que figura com a maior comunidade boliviana do país. TIMÓTEO, Gabrielle Louise Soares, Trabalho em condições análogas à escravidão e a indústria da moda, *in*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.), **Fashion law: direito da moda**, São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 181.

[109] CHI, Jung Yun, Imigrantes coreanos na formação do polo atacadista de moda feminina de pronta-entrega no bairro do Bom retiro, São Paulo, **Pós**, v. 23, n. 41, p. 90–107, 2016, p. 96.

de São Paulo – dentre outros, Brás, Bom-Retiro e Belém –, geralmente são associadas a lugares de exploração de mão de obra imigrante.

No entanto, pontua a autora, olvida-se que também são locais de inserção social para imigrantes de diversas origens. Isto pois:

> a informalidade e flexibilidade da organização das oficinas também facilitam a integração no mercado de trabalho (primeiro trabalho obtido pelo apoio dos membros do grupo familiar ou étnico), a capacitação profissional (grande parte chegam como ajudante, sem conhecimentos na costura), a realização de um projeto migratório (seja no próprio lugar: tornar-se dono de oficina; seja no país de origem: compra de um lote ou casa), para quem, frequentemente indocumentado, sem conhecimento do mercado de trabalho e com um domínio fraco da língua e dos usos da sociedade do país de destino, teria poucas chances de ficar na cidade de São Paulo[110].

Conforme se verificou, a relação entre a imigração e o setor é longínqua e, embora não aquém de problemáticas como aquelas envolvendo a exploração da mão de obra, ainda nos dias atuais, segue sendo motor propulsor para o funcionamento de confecções como se dá em São Paulo.

1.2.2. O cenário atual do setor têxtil e de confecção no Brasil

O Brasil, consoante analisado, tardou a desenvolver o setor têxtil, sendo considerado sua efetiva implantação na segunda metade do século XIX, sobretudo em razão da suspensão das tarifas alfandegárias de maquinário importado, possibilitando a entrada de equipamentos mais modernos para tecer e fiar.

Não obstante todos os entraves encontrados, sejam eles relacionados às questões econômicas, pela mão de obra pouco qualificada ou pela informalidade ainda existente no país, verifica-se que a indústria têxtil e de confecção se firmou como relevante para o cenário econômico nacional. Inclusive revelando nos dias atuais grandes grupos de moda responsáveis pela aquisição de marcas icônicas, como a

[110] SOUCHAUD, Sylvain, A confecção: nicho étnico ou nicho econômico para a imigração latino-americana em São Paulo?, *in*: BAENINGER, Rosana (Org.), **Imigração Boliviana no Brasil**, Campinas: Núcleo de Estudos de População (Nepo) - Unicamp, 2012, p. 80.

companhia InBrands S.A, detentora das marcas Ellus, Richards, VR, Salinas, Herchcovitch; Alexandre e Bob Store[111].

Consoante dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), formulados entre os anos 2017 e 2018, a indústria, com quase 200 anos no país, ostenta a maior cadeia produtiva completa do Ocidente, sendo responsável pela produção de fibras, tendo fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo de vestuário, faturando US$ 51,58 bilhões[112].

Ao todo, ainda segundo dados da Associação, o setor reúne 25,2 mil empresas formais com mais de cinco funcionários em todo o país, destacando-se como o quarto maior produtor de denim e de malhas do mundo. O segmento têxtil é responsável pela produção de 1,2 milhão de toneladas e o setor de confecção por 8,9 bilhões de peças (vestuário, meias, acessórios, cama, mesa e banho)[113].

Ainda, é o segundo maior empregador da indústria de transformação, ficando atrás apenas de alimentos e bebidas juntos, sendo responsável por empregar diretamente 1,5 milhão de pessoas, dos quais 75% são de mão de obra feminina, e é o segundo maior gerador do primeiro emprego[114]. Em valores de produção, segundo o

---

[111] Destaca Cury que "o objetivo do grupo mencionado é justamente a realização de aquisições, desenvolvimento e gestão profissionalizada e eficiente de determinadas marcas reconhecidas de alto padrão e que tenham potencial de alta rentabilidade, inovação, ampla distribuição e visibilidade no Brasil. Além disso, o grupo consolidou marcas estratégicas de conteúdo de moda, incluindo a realização dos dois maiores eventos de moda brasileiros (São Paulo Fashion Week e o Fashion Rio)". CURY, Maria Fernanda C. A. R, Mecanismos de transferência da identidade criativa da marca em aquisição, *in*: ROSINA, Mônica Steffen Guise; CURY, Maria Fernanda C. A. R (Orgs.), **Fashion law: direito da moda no Brasil**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018, p. 105–127. Mencionam-se ainda como grupos relevantes de moda a AMC Têxtil LTDA. detentora das marcas Colcci, Carmelitas, Sommer, Fórum, Forum Tufi Duek, Tufi Duek, Triton e possui licença sobre a marca Coca-Cola Jeans, bem como o grupo Soma que abarca as marcas A.Brand, Animale, Fábula, Farm, Foxton, FYI e Más.

[112] Dados gerais do setor referentes a 2018, com atualização em 2019. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 13 dez. 2019.

[113] Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 13 dez. 2019.

[114] Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 13 dez. 2019. Em setembro de 2017 foi publicado relatório encomendado pela European Commission and the Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) sobre os mercados de exportação de têxteis abarcando o Brasil, Japão Coreia do Sul e Estados Unidos da América, com escora de conhecer as oportunidades têxteis fora da União Europeia. A presença do Brasil em tal relatório sinaliza os olhares atentos para esse destacado setor nacional. Disponível em: <https://ec.europa.eu/growth/content/country-reports-technical-textiles-brazil-japan-south-korea-and-usa_en>. Acesso em 13 dez. 2018.

IEMI, o Brasil chegou a aproximadamente R$ 144,9 bilhões e na exportação, embarcou cerca de US$ 137,7 milhões[115].

A demonstrar a complexidade do setor, verifica-se que esse importante segmento envolve uma série de etapas na cadeia produtiva, uma pluralidade de modelos de negócios, inúmeros profissionais com distintas habilidades e fazeres, como produtores rurais, engenheiros têxteis, *designers*, modelos, *digital influencers*, profissionais da área comercial e logística, administradores e gestores.

Em linhas gerais, engloba a transformação da matéria prima (natural, artificial ou sintética em fios); o beneficiamento das fibras e fios (cor, elasticidade e textura); a tecelagem (transformação dos fios em tecido) - a qual também demanda beneficiamento (tingimento, estamparia e impermeabilização) - e, por fim, a confecção do tecido em roupas, as quais incorporarão botões, zíperes, fivelas, bordados, etiquetas, entre outros[116].

Esse processo de produção está sujeito a uma série de variáveis, como em relação a estratégia de negócio adotada, isto é, exemplificativamente: se a empresa seguirá uma produção de moda tradicional, ou seja, de coleções periódicas e pautadas nas estações do ano; um modelo *slow fashion*, em linhas gerais, de produção consciente e sustentável ou, ainda, um modelo *fast fashion* de confecção em massa com inúmeros lançamentos e coleções ao longo do ano.

A esse emaranhado de filigranas pode ser adicionada a escolha empresarial por desenvolver internamente toda a produção fabril ou a terceirização de parte ou da integralidade da produção têxtil e de confecção. Circunstâncias que impactam não só no processo produtivo, mas, essencialmente, nos riscos jurídicos que permeiam a atividade.

A título de exemplo, uma empresa que atua na produção de *denim* certamente está mais sensível a questões ambientais do que aquela que atua no varejo de moda e que terceiriza sua produção. Por outro lado, a segunda, fatalmente, está mais

---

[115] Disponível em: <https://www.iemi.com.br/cerca-de-11-milhao-de-funcionarios-na-industria-de-moda/>. Acesso em: 13 dez. 2019.
[116] Essas etapas são descritas por: DURAND, **Moda, luxo e economia**, p. 50.

vulnerável quanto às questões relacionadas à propriedade intelectual, bem como no que toca as relações trabalhistas e a exploração do trabalho humano. No entanto, ambas, por motivos diversos, estão igualmente expostas aos crimes tributários e de crime de corrupção ao possivelmente se relacionar com o poder público.

Desta forma, nota-se que a criminalidade, seja ela clássica ou dita econômica e empresarial, ladeia a atividade das empresas de moda, mas o risco de ocorrência será de maior ou de menor escala consoante o tipo de negócio praticado, os valores e a missão da empresa e a tomada de postura empresarial para mitigá-los.

Assim, na sequência, traçar-se-á um panorama sobre alguns crimes recorrentes na indústria da moda e que podem, ademais de outras consequências, gerar desgaste para a imagem empresarial. A saber: os crimes contra a propriedade imaterial; o trabalho análogo ao de escravo nas confecções brasileiras; o crime de assédio sexual; a proposta de criminalização do assédio moral; os crimes ambientais e o crime de lavagem de dinheiro no setor de joias e luxo.

2. *CRIMINAL FASHION LAW*: UM NOVO PROBLEMA PENAL

Sumário: 2.1. A valorização do imaterial e a conformação do *criminal fashion law*. 2.2. Crimes contra a propriedade imaterial no setor de moda e luxo. 2.3. O trabalho análogo ao de escravo nas confecções de produtos de moda. 2.3.1. Redução a condição análoga à de escravo: a evolução do tipo penal e o reforço internacional. 2.3.2. Responsabilidade penal no crime de redução a condição análoga à de escravo. 2.3.2.1. Causas de aumento de pena e proposta de *lege ferenda*. 2.3.3. Medidas extrapenais para enfrentamento da questão. 2.3.3.1. A Lei Bezerra e outras iniciativas paradigmáticas. 2.3.3.2. As listas emitidas pelo Ministério do Trabalho. 2.4. Dignidade sexual e a indústria da moda. 2.5. Assédio moral na indústria da moda. 26. Crimes ambientais na indústria da moda 2.7. Lavagem de dinheiro e o mercado de luxo e joias.

O progresso do setor têxtil e de confecção não veio desacompanhado de problemáticas jurídicas. Isto pois, para fazer frente aos produtos estrangeiros, a própria concorrência interna, bem como aos custos e despesas de produção, vulgarmente conhecido como "Custo Brasil", muitas empresas de moda acabaram por incorporar a informalidade no seu negócio.

Perfazendo-se, assim, irregularidades que vão desde a prática de lavagem de dinheiro, passando por violações de direitos intelectuais de terceiros, até o cometimento de delitos ambientais e a violação de direitos individuais e humanos, revelando a necessidade de um estudo do direito penal para a indústria da moda, ou seja, do que se poderia qualificar de *criminal fashion law*

Tratar de um direito penal da moda não significa identificar o surgimento de uma nova forma de criminalidade ou a proteção de um novo e específico bem jurídico, mas dada a importância econômica desse segmento, suas particularidades e os reflexos reputacionais gerados por uma questão criminal no seio empresarial, reconhece-se a exigência de um olhar apurado para os crimes cometidos nessa seara, em face de suas peculiaridades[117].

[117] Neste aspecto, importa relembrar leitura de Silveira quando dos estudos dos crimes sexuais, oportunidade em que analisa se o Direito Penal sexual deveria ser um campo de estudo, identificando que o "Direito Penal sexual carece de estudo autônomo, independente com todo um leque de particularidades próprias, as quais são mais do que obrigatórias para a possibilidade de sua reforma. Isso, no entanto, note-se, tem escopo muito mais em termos de fundamentação de estudo do que divisão metodológica". SILVEIRA, Renato de Mello Jorge, **Crimes sexuais: bases críticas para a reforma do direito penal sexual**, São Paulo: Quartier Latin, 2008, p. 36.

Vale dizer, a indústria da moda sensibiliza-se diante de específicos tipos penais, de universo limitado, e com consectários para além do mero atingimento de cada bem jurídico tutelado.

Desta forma, o *criminal fashion law* pode ser identificado como uma espécie do *fashion law*, detalhadamente exposto no capítulo 1. Isto pois, não obstante não sejam questões jurídicas penais novas para a indústria da moda, verifica-se que no contexto atual, isto é, de maior sensibilidade, de comunicação dinâmica e, como se verá adiante, de grande valorização do imaterial, o crime, ademais de suas consequências naturais, como a imposição de penas restritivas à liberdade, gera danos para a imagem corporativa, por vezes, de difícil reparação[118].

2.1. A VALORIZAÇÃO DO IMATERIAL E A CONFORMAÇÃO DO *CRIMINAL FASHION LAW*

A moda é uma indústria que reúne, a um só tempo, características culturais e manufatureiras[119]. Os produtos de moda ostentam aspectos criativos e não criativos. Isto é, não há produtos que não são criativos, mas alguns têm "um investimento de *design* menor e que, não obstante, continuam a ter algumas características típicas dos produtos criativos tradicionais"[120].

---

[118] Descreve Barbosa: "o Direito Penal seria o instrumento adequado para funcionar em duas frentes de incentivo à autorregulação empresarial. Em primeiro lugar, pela sanção em si, cuja aplicação buscará ser evitada pela empresa com a adoção de uma organização ético-funcionalmente adequada (campo em que o Direito Penal não se diferencia do Direito Administrativo sancionador, na medida em que em ambos poderá haver a aplicação de sanções de natureza semelhante); e, em segundo lugar (e aqui parece haver a peculiaridade da responsabilidade de natureza penal), pela estigmatização proporcionada pela sanção penal, que promove, além do dano material, um dano reputacional à empresa, por vezes, com efeito muito mais negativo do que o prejuízo econômico direto produzido com a pena". BARBOSA, Julianna Nunes Targino, **A culpabilidade na responsabilidade penal da pessoa jurídica**, Universidade de São Paulo, 2014, p. 38.

[119] CIETTA, Enrico, **A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção**, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017, p. 88. Sobre as indústrias criativas, observa Cury: "tais indústrias também constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado, posicionando-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais, além de constituir um novo setor dinâmico no comércio mundial. Isso porque um dos principais componentes nesse tipo de indústria é a inovação, cujo conceito atualmente reflete mudanças estáticas ou artísticas com foco especialmente nos novos produtos ou serviços, e não nos processos". CURY, Mecanismos de transferência da identidade criativa da marca em aquisição.

[120] CIETTA, **A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção**, p. 125.

Descreve Cietta que os produtos de moda associam elementos materiais, aqueles que integram o universo físico, técnico e funcional, como os fios, os tecidos e as costuras, bem como aqueles de ordem imateriais, elemento cultural do produto que exige interpretação, nesse caso, é observado, o simbólico, os *designs*, modelos, cores e estampas. Essas cadeias de produção, material e imaterial, estão umbilicalmente interligadas e juntas formam o valor do produto[121].

Diferentemente do que acontecia no passado, diante da multiplicidade de ofertas e informações, os consumidores cada vez mais buscam produtos por prazer e não mais por necessidade, ganhando maior grau de importância os fatores não materiais. Se antes o valor imaterial era apenas sinônimo da marca oposta no produto, nos dias atuais esta é apenas um dos componentes, fatores como sustentabilidade, responsabilidade social e postura empresarial ética são considerados no momento da compra[122].

Em outros dizeres, os consumidores da atualidade valorizam os produtos que estão em consonância com a sua maneira de viver e pensar, que respeitem os direitos humanos, as normas e o meio ambiente[123]. Do mesmo modo, esperam que as empresas não sejam apenas fabricantes de mercadorias, mas que sejam éticas, que promovam o desenvolvimento e a difusão de tecnologias, bem como que amenizem impactos ambientais, que promovam o desenvolvimento social e econômico e que disseminem boas práticas onde estiverem estabelecidas[124].

Neste sentido, Antonella di Campo, apresentando o cenário das empresas de moda espanholas e de marcas internacionais, destaca que diversas delas fecharam ou entraram em recuperação judicial nos últimos anos, o que pode ser atribuído a diversos fatores, dentre eles, as mudanças nas preferências dos consumidores e sua nova forma de enxergar a moda e a tendência de "buscar experiências de compras, mais que adquirir

---

[121] *Ibid*., p. 128 e 129.
[122] *Ibid*., p. 103.
[123] MANCINI, Cristiane, Responsabilidade social corporativa como instrumento de compliance, *in*: BECHARA, Fábio Ramazzini; FLORÊNCIO FILHO, Marco Aurélio Pinto (Orgs.), **Compliance e direito penal econômico**, São Paulo: Almedina, 2019, p. 287.
[124] *Ibid*.

objetos, criando as denominadas '*lifestyle brands*' como marcas que interagem mais com seus seguidores nas redes sociais e com especialistas ou *influencers*"[125].

A representar esse cenário, relembre-se que, em setembro de 2019, uma das gigantes marcas do *fast fashion*, a californiana Forever 21, sucesso nos anos 2000 pela venda de peças por preços baixos, reconhecidamente por imitar o estilo de outras marcas[126], anunciou que iria pedir a falência, ensejando no fechamento de 178 lojas nos Estados Unidos e aproximadamente 350 em todo o mundo, reflexo claro das mudanças no varejo de moda como o crescimento do comércio *online*, que diminuiu a circulação de pedestres nas lojas física, mas também atribuível ao novo comportamento de consumo[127].

Neste sentido, de acordo com o Euromonitor International's Lifestyle 60% dos consumidores estão preocupados com as mudanças climáticas e 64% tentam adotar iniciativas para gerar um impacto positivo no meio ambiente por meio de suas ações cotidianas[128], ou seja, estão mais sensíveis a questões que vão além da obtenção de um bem material.

---

[125] CAMPO, Antonella di, Innovación y tecnología en la moda: análisis desde la perspectiva del fashion law, *in*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.), **Fashion law: direito da moda**, São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 356.

[126] A Forever 21 já foi demandada em inúmeros processos judiciais pela reprodução não autorizada de estampas, imagens e estilos. O caso mais recente envolveu a cantora Ariana Grande que acusou a varejista de publicar aproximadamente 30 imagens e vídeos da artista. Disponível em: <https://www.thefashionlaw.com/home/ariana-grandes-10-million-suit-against-forever-21-set-aside-but-the-fight-is-far-from-over>. Acesso em: 12 dez. 2019.

[127] Ressalta-se que "As novas gerações formaram um grupo mais heterogêneo e mais diversificado em sua maneira de comprar, representando um desafio para as formas tradicionais de comercialização do varejo. Também a expansão do multiculturalismo traz exigências de adaptação aos novos gostos, interesses e hábitos de compra. A proposição de valor que orienta as compras está em mudança, adquirindo perfis mais responsáveis e comprometidos com a noção de cidadania. Esses aspectos reforçam a mudança de orientação que abandonará paulatinamente o enfoque nas grandes massas para assumir segmentações em grupos cada vez menores de consumidores, com a hibridização dos mundos físico e digital". BRUNO, Flavio da Silveira, **A quarta revolução industrial do setor têxtil e de confecção: a visão de futuro para 2030**, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016, p. 130. Menciona-se ainda que, com o título de "Falência da Forever 21 sinaliza uma mudança no gosto do consumidor", o jornal The New York Times, relembra a história da empresa e os seus infortúnios por não ter se adaptado aos novos tempos. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2019/09/29/business/forever-21-bankruptcy.html>. Acesso em: 12 dez. 2019. No mesmo sentido: <https://time.com/5691340/forever-21-bankruptcy-explained/>. Acesso em: 12 dez. 2019. A Forever 21 não é a única empresa de *fast fashion* a enfrentar o problema do declínio das vendas e a necessidade de restruturação do negócio, podendo ser mencionado o fechamento de 11 lojas, em 2019, da Topshop nos Estados Unidos e de mais de 200 no Reino Unido. Disponível em: <https://blog.euromonitor.com/forever-21-prepares-for-potential-bankruptcy-filing/>. Acesso em: 11 jan. 2020.

[128] Disponível em: <https://blog.euromonitor.com/top-trends-shaping-the-apparel-and-footwear-industry/>. Acesso em: 11 jan. 2020.

Ainda sobre a postura dos consumidores e como isso pode influir no consumo de moda, menciona-se analise efetuada, em 2000, pelo Program on International Policy Attitudes – PIPA, sobre como os americanos avaliam a globalização e, como uma das conclusões, verificou-se que grande parte dos entrevistados acreditam que os Estados Unidos não deveriam permitir o ingresso de produtos importados quando confeccionados com violação das normas internacionais do trabalho[129].

Ainda, o estudo revelou que os americanos consultados julgam que as empresas norte-americanas que operam fora dos EUA deveriam respeitar as leis americanas sobre condições de trabalho e meio ambiente, a despeito das frágeis legislações em países subdesenvolvidos. Do mesmo modo, como resultado da pesquisa, verificou-se que os consumidores estão dispostos a pagar valores mais altos por produtos certificados que não foram produzidos em oficinas clandestinas[130].

Em razão dessa nova sensibilidade formada nos últimos anos, ou seja, no pêndulo entre o material e o imaterial, a indústria da moda, como sustenta o economista Cietta, deve ser compreendida como um setor criativo híbrido, exigindo de uma empresa desse segmento coordenar simultaneamente as duas cadeias[131]. Isto pois, não basta que um produto reúna todas as qualidades técnicas e funcionais se ele foi obtido, por exemplo, com violações aos direitos humanos e, consequentemente, rechaçado pelo público.

De acordo pesquisa realizada pela Eldeman Trust Barometer, agência global de comunicação para construção, promoção e proteção das marcas e reputações, na nova era das marcas, as pessoas acreditam que as empresas podem liderar as mudanças na sociedade, ou seja, aguardam que as organizações sejam catalizadoras de mudanças, cujo posicionamento da organização impulsiona a intenção de compra e defesa da

---

[129] Americans on globalization: a study of US public attitudes, **Program on International Policy Attitudes**, 2000. Disponível em: <www.pipa.org>. Acesso em: 29 ago. 2019.
[130] *Ibid*. Disponível em: <www.pipa.org>. Acesso em: 29 ago. 2019.
[131] CIETTA, **A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção**, p. 125.

marca. Ainda, constatou-se que a compra motivada por convicção já é lógica dominante em todas as faixas etárias e de renda[132].

Em outras palavras, com a nova postura do consumidor na busca por experiências e não só por mercadorias, bem como a influência das novas tecnologias e o amplo acesso à informação, o lado obscuro dos negócios tem deixado de ser invisível e fala-se, não mais com indiferença e sim com indignação sobre episódios de discriminação, de apropriação cultural, de assédio moral e sexual e de exploração laboral.

Em outros dizeres, no atual contexto social em que temas como sustentabilidade ambiental, gestão responsável da mão de obra e a não exploração do trabalho humano são questões relevantes na construção do significado do produto, a escolha, por exemplo, de um fornecedor que, aparentemente, seria baseada em critérios técnicos como capacidade produtiva e preço, tem importante valor simbólico[133].

Assim, as empresas de moda não podem descuidar de nenhuma etapa da sua cadeia produtiva e devem se atentar para o alinhamento interno entre todos os agentes da organização. Neste sentido, relembrem-se impactos negativos gerados para as marcas de moda pela comercialização de estampas e motivos associáveis ao racismo, ao período escravocrata ou ao negacionismo, bem como com apropriação cultural[134].

Nesses casos, ao que tudo indica, cuidou-se do produto, mas olvidou-se da sua imaterialidade, ou seja, do todo que ele representa. Como consequência, além dos prejuízos materiais relacionados à retirada da mercadoria de circulação, todo o esforço de tempo e dinheiro passa a ser dedicado em reverter a exposição negativa da marca, a denominada gestão de crise[135].

---

[132] Disponível em: <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-11/2018_Edelman_Earned_Brand_Brasil_Report_POR.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2020.

[133] *Ibid*., p. 130.

[134] Menciona-se que diversas marcas já foram sabatinadas publicamente por terem se apropriado indevidamente da cultura alheia. Dentre outros casos, menciona-se o desfile da coleção de pré-primavera 2017 da Dior com aparente inspiração nos fazeres manuais da região de Bihor na Romênia. Disponível em: <https://fashionunited.uk/news/fashion/romanian-dressmakers-revel-in-dior-folk-coat-vogue/2018081332222>. Acesso em: 17 dez. 2019.

[135] A crise pode ser definida como a "quebra da ordem natural das coisas, uma situação que desafio o sistema pelo seu aspecto antinatural, a quebra de um processo linear e esperado, seja pelo homem, seja

Ainda como exemplo, rememora-se os esforços de marcas de moda que outrora foram responsabilizadas pela utilização de mão de obra análoga ao trabalho escravo no sentido de implementar práticas de sustentabilidade social, não apenas para adequar-se à legislação nacional, mas para não incorrer no risco de comprometer a própria imagem e o valor simbólico/imaterial dos produtos oferecidos ao mercado.

Em outros dizeres, diante da nova realidade, tudo aquilo que, a princípio, seria apenas uma decisão de produção ou comercial deve ser sopesado para a concretização do valor imaterial[136].

É neste ponto de novo movimento e abandono de práticas deletérias que os efeitos de uma questão criminal no contexto de uma empresa de moda, cujos intangíveis são igualmente relevantes aos ativos tangíveis, ganham um novo ar de preocupação. Isto pois, ultrapassam aqueles comuns a todos os negócios, tal como a responsabilidade individual do empresário e, em se tratando de crime ambiental, a responsabilidade da pessoa jurídica, mas, em razão da publicidade negativa gerada, ocasionam um impacto na imagem corporativa, isto é, na forma como ela é percebida no seio social.

Acresce-se a isso o fato de que a carga do valor intangível de um produto de moda e, vale dizer, da identidade da marca são maiores do que aquelas reveladas em outros setores. Neste influxo, compara Cietta os produtos eletrônicos e os produtos de moda, segundo o autor, a depreciação e a obsolescência dos primeiros é mais acelerada e proporciona maior impacto ambiental, no entanto, o peso dado ao imaterial dos produtos de moda acaba por dar mais visibilidade aos pontos negativos da indústria da moda[137].

---

pelos sistemas naturais". CARDIA, Wesley, **Crise de imagem: os conceitos e os meios necessários para compreender os elementos que levam às crises e como administrá-las**, Rio de Janeiro: Mauad X, 2015, p. 21. O gerenciamento de crise pode envolver as seguintes etapas: i) identificar a possibilidade crise; ii) elaborar o plano de resposta; iii) elaborar o plano de prevenção; iv) executar o plano de prevenção; e v) executar o plano de resposta. SENNA, Claudio J. D., **Gerenciamento de crises: usando mapas críticos para organizar o que é complexo e caótico**, Rio de Janeiro: Alta Books, 2017, p. 15.

[136] CIETTA, **A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção**, p. 130.

[137] *Ibid*., p. 331.

Percebe-se então que os negócios de moda, em menor ou maior medida, estão expostos a sofrerem com questões penais, situações sensíveis já que as empresas de moda se consubstanciam na imagem criada e exteriorizada e os ativos intangíveis são pedras angulares. Assim, por exemplo, um problema criminal envolvendo uma joalheria identificada como demandante de pedras preciosas obtidas de forma ilícita ou uma empresa calçadista ou de vestuário envolvida em um caso de exploração laboral proporcionará um abalo na imagem potencialmente irreversível.

Isto pois, a moda, como instrumento poderoso de comunicação, "funciona simultaneamente como mensagem e mídia"[138]. Neste ponto, uma questão criminal, ainda que no âmbito de apuração, pode descontruir ou fragilizar a imagem corporativa criada, sendo o afastamento das partes interessadas (*stakeholders*) e a queda nas vendas apenas duas de suas consequências.

Desta forma, ante a necessidade apontar algumas singularidades do direito penal da moda e o dano reputacional proporcionado pelo crime, serão analisados os crimes contra a propriedade imaterial, o crime de trabalho análogo ao de escravo, crimes contra a dignidade sexual, em especial o assédio sexual, a proposta de criminalização do assédio moral, os crimes ambientais, bem como o crime de lavagem de dinheiro no mercado de luxo e joias.

2.2. CRIMES CONTRA A PROPRIEDADE IMATERIAL NO SETOR DE MODA E LUXO

Uma das hipóteses mais significativas para o direito penal da moda é, sem dúvidas, a violação da propriedade imaterial. Basta uma consulta à história da moda para se verificar que a inspiração e a imitação sempre se mostraram como fatores essenciais para o seu próprio desenvolvimento, acompanhando os postulados de sazonalidade e da efemeridade, "uma moda nova começa a partir da rejeição do que é velho e muitas vezes através de uma adopção impaciente daquilo que era anteriormente

[138] SCAFIDI, F.I.T.: Fashion as information technology, p. 82.

considerado feio”[139]. Ou seja, “se o motor da moda é a singularidade e a inovação, o combustível que impulsiona a indústria é a imitação”[140].

Por outro lado, não significa desguarnecer o detentor daquele direito de exploração da sua criação e é justamente na busca desse tênue equilíbrio entre a inspiração e a cópia, entre o lícito e ilícito que transita o direito penal da moda. Isto pois, a inspiração não se confunde, por exemplo, com as falsificações que não só copiam o estilo, mas são mercadorias vendidas geralmente a preços e qualidades baixas e que, por vezes, se apropriam dos logotipos originais expondo inclusive a saúde dos consumidores a perigo.

O ponto de distinção entre as inspirações do agora e daquelas do passado reside, dentre outros, na velocidade em que esses processos ocorrem, não permitindo, por vezes, que o criador ou a marca de moda tenham o devido reconhecimento ou retorno financeiro pelos seus trabalhos intelectuais[141], dado sobretudo a vulgarização de determinado produto que, pelo excesso, acabam perdendo a exclusividade, perecendo-se, consequentemente, o desejo do consumidor.

Menciona-se que o *fast fashion* acentuou essa problemática, já que, tendo em vista a necessidade de oferecer uma diversidade de produtos com exponencial agilidade, pouco ou nenhum tempo hábil tem um *designer* de moda para pensar, rascunhar e criar algo novo, o qual, muitas vezes, tem apenas a função de replicar ou transformar aquilo que já foi feito por outro criador ou outra marca de moda[142].

---

[139] WILSON, Elizabeth, **Enfeitada de sonhos: arte e comunicação**, Rio de Janeiro: Edições 70, 1989, p. 21.

[140] FOMBRUN, Charles, **Reputation: realizing value from the corporate image**, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2018, p. 338.

[141] Nesse sentido, MYER tratando sobre o *fast fashion* observa que “graças a fotografia digital e a rápida produção, essas cadeias podem oferecer cópias quase indistinguíveis de uma peça de roupa de grife meses antes que a original chegue às lojas. MYERS, Erika, Justice in fashion: cheap chic and the intellectual property equilibrium in the United Kindom and the United States, **AIPLA Quarterly Journal**, v. 37, n. 1, p. 47–81, 2009, p. 48. No mesmo sentido, “duas semanas após o desfile de Alta costura e prêt-à-porter, em Paris, é possível encontrar produtos muito parecidos nas lojas da Zara”. BARRÈRE, Christian; DELABRUYÈRE, Sophie, Intellectual property rights on creativity and heritage: The case of the fashion industry, **European Journal of Law and Economics**, v. 32, n. 3, p. 305–339, 2011, p. 322.

[142] Esse modelo de negócio é baseado em um modelo de produção que observa estilos já lançados e adaptam em produtos mais baratos.

Ainda, o deslocamento da produção aguçou as reproduções não autorizadas, tendo em vista que, ao passar por diferentes fornecedores, como estamparias, oficinas de modelagem e de costura, as criações e informações sensíveis circulam e podem ser indevidamente apropriadas para fins espúrios, como a cópia não autorizada.

Desta forma, naturalmente as empresas que concentram internamente tanto a etapa de criação como todo o desenvolvimento do produto ostentam maior controle sobre o "*know-how*" do negócio, diminuindo o risco da contrafação, o que, por outro lado, pode encarecer o custo de produção.

As violações dos direitos intelectuais é, portanto, tema bastante sensível para o *criminal fashion law*, tendo em vista ser a moda pautada, em menor ou maior medida, na criatividade e na inovação. Note-se que, não obstante tal constatação, a legislação pátria não contempla a proteção expressa da moda, diversamente do que ocorre, por exemplo, no ordenamento francês.

Neste ponto, já se pode ventilar uma problemática a ser equacionada pelo *fashion law*, qual seja, a necessidade ou não de uma regulação jurídica específica para as criações de moda, tendo em vista ser o setor de vestuário e acessórios consideravelmente representativo para a indústria manufatureira brasileira.

Em sentido favorável a alteração legislativa, pode-se argumentar que, ao tutelar adequadamente o produto de moda, valora-se o capital intelectual e fomenta o desenvolvimento do setor ao permitir o reinvestimento em novas criações e inovações.

Neste sentido, observa Souza que a fragilidade na proteção da criação:

> É uma das faces mais perversas da cópia, pois além de furtar a criação em si e os frutos do direito patrimonial a ela associados, furta também o direito moral do autor, já que ela foi posta no mercado por um terceiro que apenas a copiou. E é por situações como essas que determinadas cópias e imitações não podem simplesmente ser aceitas e precisam ser combatidas[143].

[143] SOUZA, Deborah Portilho Marques de, **A propriedade intelectual na indústria da moda: formas de proteção e modalidades de infração**, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 2015, p. 26.

A penetração de imitações de baixa qualidade e preços baixos não apenas limita a capacidade do *designer* de recuperar o investimento no processo de criação, mas também cerceia sua capacidade de regular a distribuição ou licenciar os produtos comercialmente bem-sucedidos. A imitação barata prejudica a capacidade da moda de servir como informação da tecnologia, desencorajando a produção de criações originais[144].

Neste aspecto, menciona-se posicionamento de Cury, segundo a qual a criação de uma legislação específica não seria uma solução viável para proteção da indústria criativa, isto pois, além da demora e das influências na legislação, "cada segmento do mercado poderia passar a ser visto como um segmento específico que, para ser devidamente atendido, demandaria uma legislação de propriedade intelectual específica". Ainda, pondera a autora que esses espaços em branco podem ser preenchidos pela obrigação de concorrência leal, de acordo com pesquisa empírica realizada pela autora[145].

Em pesquisa empírica efetivada por Cury foram feitos os seguintes questionamentos: i) qual é o percentual das decisões jurisprudenciais em que a propriedade intelectual levada a questionamento não é concedida; ii) qual é o elemento-guia que leva o judiciário a não conceder proteção; iii) como resultado quantitativo, isso caracteriza um nível alto ou baixo de proteção no cenário jurisprudencial e caracteriza uma proteção ampla ou restrita; iv) é possível auferir quantitativamente, por meio da pesquisa jurisprudencial, o papel de cada instituto (legislativo e doutrinário) na proteção das criações na indústria da moda; e v) Em caso positivo, como os institutos se relacionam com tal dinâmica[146].

Como resultado, constatou-se que, da amostra de decisões judiciais sobre a matéria, 64% delas negam a proteção à propriedade intelectual são fundamentadas no combate à concorrência desleal[147]. Observa a autora que a discussão sobre a proteção *sui generis* é proveniente do exterior, cujo princípio da concorrência desleal não aparece

---

[144] SCAFIDI, F.I.T.: Fashion as information technology, p. 88.
[145] CURY, Maria Fernanda C. A. R, **Fashion law: a proteção à propriedade intelectual na indústria criativa da moda**, Curitiba: Brazil Publishing, 2019, p. 120.
[146] *Ibid*., p. 81–106.
[147] *Ibid*., p. 119–121.

como princípio maior no ordenamento jurídico estrangeiro, diferentemente do que ocorre no Brasil em que a obrigação de concorrência leal oferecendo abrigo às criações da indústria da moda.

Verifica-se, então, que a questão da necessidade ou não da proteção intelectual específica para os produtos de moda estão distantes de ser pacificada, a demonstrar, uma vez mais, a importância do estudo do direito da moda.

O mercado ilícito de produtos contrafeitos é bastante característico e depredatório para a indústria da moda e do luxo. A contrafação, no que toca às empresas detentoras dos direitos intelectuais, acarreta a perda econômica e de competitividade, o comprometimento do valor da marca, a diminuição do interesse por parte do consumidor em relação aos produtos que deixam de ser exclusivos, bem como a ausência de retorno do capital aplicado e o desestímulo em desenvolver novas criações[148].

Ainda, a apontar os perigos da contrafação, conforme relatório ofertado, em 2016, pela Union des Fabricants – UNIFAB, atos de corrupção e de extorsão[149] estão umbilicalmente relacionados ao comércio de produtos falsificados, sendo o proveito econômico obtido com essas mercadorias ilícitas utilizado também para financiar o terrorismo e robustecer o crime organizado[150].

Por se tratar de um tipo de negócio que necessita de parco investimento e de grande potencialidade de lucratividade, movimenta diversos outros comércios clandestinos como o tráfico de drogas, de armas e de pessoas e organizações terroristas.

---

[148] Neste aspecto, menciona-se decisão do Superior Tribunal de Justiça*: "*A marca designa o produto e, direta ou indiretamente, também indica quem é o seu fabricante. A contrafação é verdadeira usurpação de parte da identidade do fabricante. O contrafator cria confusão de produtos e, nesse passo, se faz passar pelo legítimo fabricante de bens que circulam no mercado (...). Isto é, o prejudicado, além da violação à marca, pode buscar ressarcimento pela diluição de sua identidade junto ao público consumidor. A identidade é deturpada quando o causador do dano consegue criar na mente dos consumidores confusão sobre quem são os diversos competidores do mercado, duplicando os fornecedores de um produto que deveria ser colocado em circulação apenas por aquele que é titular de sua marca". (RESP nº 1.032.014. Rel. Ministra Nancy Andrighi. Publicado no D.J. de 04/06/2009).

[149] Menciona o relatório que comerciantes são forçados por organizações criminosas a vender produtos contrafeitos juntamente com seus produtos originais. Contrefaçon & terrorisme: rapport 2016, **Union des fabricants - UNIFAB**, p. 1–30, 2016, p. 8.

[150] *Ibid*., p. 18.

Isto é, o mercado ilícito da contrafação, transcende o interesse individual do detentor de tal direito, tutela-se, então, com os crimes contra a propriedade industrial a ordem econômica, tendo em vista a exposição a perigo ou dano do fato contrário ao livre e honesto desenvolvimento da atividade industrial ou comercial[151], bem como os interesses coletivos envolvidos, indiretos ou mediatos, como a proteção do consumidor[152].

Em relação a violação dos direitos do consumidor, menciona-se que o adquirente, induzido ao engano, empenha um montante por uma mercadoria distinta daquela correspondente à mercadoria autêntica[153].

Ainda, expõe o consumidor a graves riscos à saúde decorrentes da baixa qualidade do produto ou em razão de substâncias químicas nocivas empregadas na confecção das mercadorias contrafeitas que, como se presume, são feitas em fábricas clandestinas e, portanto, não são vistoriadas ou certificadas por nenhum órgão de controle[154]. Situação ainda mais agravada quando relaciona a contrafação de óculos de sol, que, obviamente, não contêm as proteções contra os raios ultravioleta. Do mesmo modo, bastante preocupante são as falsificações de produtos cosméticos, já que estão diretamente em contato com a pele do usuário.

No esquadro da empresa, verifica-se que essa pode ser vítima do ilícito, ou seja, ter seus produtos falsificados, pode ainda ser facilitadora do perfazimento do crime, como no caso de um funcionário que fornece informações, protótipos ou outros elementos para o mercado paralelo, bem como pode ser cúmplice da atividade criminosa pela fabricação ou comercialização de bens contrafeitos[155].

---

[151] MANZINI, Vincenzo, **Trattato di diritto penale italiano**, Torino: Unione Tipografico - Editrice Torinese, 1951, p. 175.
[152] GÓMEZ RIVERO, Maria del Carmen, **Los delitos contra la propiedade intelectual e industrial: la tutela penal de los derechos sobre bienes inmateriales**, Valencia: Tirant lo blanch, 2012, p. 360–361.
[153] RODRÍGUEZ MORO, Luis, **Tutela pena de la propiedad intelectual**, Valencia: Tirant lo blanch, 2012, p. 149.
[154] SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira, Crimes contra a propriedade industrial, *in*: SOUZA, Luciano Anderson de; ARAÚJO, Marina Pinhão Coelho (Orgs.), **Direito penal econômico: leis penais especiais**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 188.
[155] CALOVI, Francesca; VETTORI, Barbara; YU, Jin, **I falsi di moda: le vunerabilità del mercato italiano della moda alla contraffazione**, Milano: Franco Angeli, 2008, p. 131–134.

Em relação ao primeiro aspecto, ou seja, a empresa como vítima da usurpação, nota-se a perda direta, consistente na diminuição das vendas pelo oferecimento no mercado de um produto mais barato partindo do pressuposto que o consumidor desconhece que determinado bem é falso; a perda indireta, verificável quando o consumidor adquire algo como sendo original, mas que não o é, determinando a perda da fé no mercado; desvalorização da marca e da imagem e, ainda como perda a longo prazo, como a redução da produção e a consequente diminuição dos postos de trabalho[156].

O Brasil ainda é grande receptor de mercadorias contrafeitas de moda e de luxo provenientes sobretudo de países asiáticos e, do mesmo modo, também figura como grande fabricante de produtos falsificados como calçados, bolsas e roupas, tal como ocorre em regiões como a de Nova Serrana, Centro-oeste de Minas Gerais[157], Franca[158] e Jaraguá, município de Goiás[159].

Essas violações de propriedade imaterial, não obstante todas as dificuldades em identificar as fábricas clandestinas, vem sendo enfrentadas por operações conjuntas envolvendo o poder público (Receita Federal, Prefeitura e Polícia Civil) e os detentores dos direitos intelectuais, resultando na apreensão de toneladas de mercadorias contrafeitas.

Compreende-se por propriedade imaterial[160] aqueles direitos que apresentam afinidade econômico-jurídica e recaem sobre bens intangíveis, quais sejam, as criações

---

[156] *Ibid*., p. 133.

[157] A região é reconhecida como polo de fabricação de calçados contrafeitos e, em 2019, na "Operação Serrana", foram apreendidas mais de 1,5 milhões de produtos contrafeitos. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2019/07/18/interna_gerais,1070668/policia-apreende-mais-de-um-milhao-de-calcados-falsificados-em-nova-se.shtml>. Acesso em: 05 dez. 2019.

[158] Em setembro de 2019, o Departamento Estadual de Investigações Criminais (DEIC), apreendeu em Franca cinco toneladas de bolsas e calçados falsificados. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2019/11/07/deic-apreende-5-toneladas-de-bolsas-e-calcados-falsificados-em-franca-sp.ghtml>. Acesso em:> 05 dez. 2019.

[159] No início de 2019, deflagrou-se operação policial que resultou na apreensão de aproximadamente uma tonelada de roupas e aviamentos falsificados. Disponível em: <http://g1.globo.com/goias/bom-dia-go/videos/t/edicoes/v/policia-apreende-quase-1-tonelada-de-roupas-falsificadas-e-aviamentos-em-jaragua/7648695/>. Acesso em: 05 dez. 2019.

[160] Josef Kohler foi o criador da teoria dos bens imateriais, cf. KOHLER, Josef, **Manuale delle privative industriali: lehrbuch des Deutschen patentrechts**, Mannheim: J. Bensheimer, 1900, p. 9 e ss. Sintetiza Gama Cerqueira: "Segundo a sua doutrina, o direito sobre bens imateriais tem origem na criação; pois, se o trabalho constitui o fundamento da propriedade, ao mesmo tempo que a sua fonte originária, toda criação deve ser um modo de adquirir direitos sobre objeto criado. Assim, o inventor, e o mesmo se diga

intelectuais[161], as quais "(...) mediante os meios adequados, são perceptíveis e utilizáveis nas relações sociais e, por sua especial importância econômica, são objetos de tutela jurídica especial"[162].

A expressão ampla propriedade imaterial abarca a propriedade industrial (as invenções industriais[163], os signos distintivos[164], os desenhos industriais[165] e as indicações geográficas[166]), bem como as produções intelectuais no campo da estética[167], compreendendo os direitos literários, científicos e artísticos[168].

---

do autor, seria o primeiro a invocar esse princípio para submeter a sua descoberta à apropriação exclusiva de que é suscetível. A criação de um bem imaterial, portanto confere sobre este bem um direito que se manifesta principalmente na possibilidade de dispor dele de modo mais completo. O bem imaterial é, pois, o objeto do direito". Mas, pela sua natureza imaterial, não pode constituir objeto de propriedade, tomada esta palavra em seu sentido jurídico. Daí a necessidade de criar-se uma nova categoria de direitos, que vem a ser a dos direitos sobre bens imateriais ou do direito sobre uma coisa incorpórea, expressões, ambas, empregadas por Kohler. GAMA CERQUEIRA, João da, **Tratado da propriedade industrial - volume 1**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 1982, p. 109–110.

[161] GAMA CERQUEIRA, **Tratado da propriedade industrial - volume 1**, p. 51. Sobre a conceituação de bem imaterial, *vide*: ASCARELLI, Tulio, **Teoría de la concurrencia y de los bienes inmateriales**, Barcelona: BOSCH, Casa Editorial, 1970, p. 301.

[162] SEGADE GÓMEZ, José Antonio, **El Secreto industrial (know-how): concepto y protección**, Madrid: Editorial Tecnos, 1974, p. 73. Sobre o tema, *vide*: SOUZA, Crimes contra a propriedade industrial, p. 185.

[163] Disciplina o Artigo 6º da Lei da Propriedade Industrial que ao autor de invenção ou modelo de utilidade será assegurado o direito de obter a patente que lhe garanta a propriedade, nas condições estabelecidas pela lei. De acordo com o artigo 8º é patenteável a invenção que atenda aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial e, conforme artigo 9º é patenteável como modelo de utilidade o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

[164] De acordo com o artigo 122 da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 "são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais". Ainda, conforme artigo 123, "considera-se marca de produto ou serviço: aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa; marca de certificação: aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada; e marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade".

[165] Dispõe o artigo 94 da Lei da Propriedade Industrial que ao autor será assegurado o direito de obter registro de desenho industrial que lhe confira a propriedade, nas condições estabelecidas pela lei, Ainda, no artigo 95, dispõe que são assim considerados "a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial".

[166] Conforme artigo 176 da Lei n º 9.279, de 14 de maio de 1995, "constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem". De acordo com o artigo 177, "considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço" e, consoante o artigo 178, "considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos".

[167] Neste sentido, salienta Newton Silveira que "(...) a criatividade do homem se exerce ora no campo da técnica, ora no campo da estética. Em decorrência disso, a proteção jurídica ao fruto dessa criatividade também se dividiu em duas áreas: a criação estética é objeto do direito de autor; a invenção técnica, da

No que toca ao direito autoral, verifica-se que a Lei de Direitos Autorais, embora não inclua expressamente as criações de moda como protegíveis[169], também não as relaciona no rol de interesses não dignos de proteção[170]. Desta forma, vê-se que esse é particularmente importante para o setor, isto pois, diante do silêncio legislativo, resta possibilitada a proteção dos direitos pessoais e patrimoniais das criações do espírito e, dado a desnecessidade de registro, acaba por favorecer o criador com parco investimento.

Rememora-se que, embora nos dias atuais o judiciário vem entendendo em casos específicos pela aplicação do direito autoral para criações de moda, nem sempre foi assim. Neste sentido, em 1958, foi proferida decisão paradigmática pela 5ª Câmara Civil do Tribunal de Justiça do Distrito Federal, a qual, tal como relembra Chaves[171], analisou situação envolvendo o estabelecimento Moda Canadá S.A e as criações de Marius Lauritzen Bern.

---

propriedade industrial". SILVEIRA, Newton, **Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial e abuso de patentes**, Barueri: Manole, 2014, p. 5.

[168] A propriedade imaterial engloba "(...) tanto os direitos relativos às produções intelectuais do domínio literário, científico e artístico, como os que têm por objeto as invenções e os desenhos e modelos industriais, pertencentes ao campo industrial". GAMA CERQUEIRA, **Tratado da propriedade industrial - volume 1**, p. 51.

[169] De acordo com o artigo 7º da Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.6010, de 19 de fevereiro de 1998), "são obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como: I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas; II - as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza; III - as obras dramáticas e dramático-musicais; IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma; V - as composições musicais, tenham ou não letra; VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas; VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia; VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética; IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza; X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência; XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova; XII - os programas de computador; XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual".

[170] Dispõe o artigo 8º da Lei de Direitos Autorais que "não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei: I - as idéias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais; II - os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios; III - os formulários em branco para serem preenchidos por qualquer tipo de informação, científica ou não, e suas instruções; IV - os textos de tratados ou convenções, leis, decretos, regulamentos, decisões judiciais e demais atos oficiais; V - as informações de uso comum tais como calendários, agendas, cadastros ou legendas; VI - os nomes e títulos isolados; VII - o aproveitamento industrial ou comercial das idéias contidas nas obras".

[171] CHAVES, Antônio, As obras de arte aplicada no direito brasileiro, **Revista de Informação legislativa**, v. 21, n. 83, p. 401–410, 1984, p. 401–407.

Isto pois, o primeiro estaria expondo à venda modelos de Christian Dior, os quais, por sua vez, teriam sido usurpados da obra original de LAURITZEN BERN. Naquela oportunidade, entendeu aquela corte que o direito autoral não abarcaria os artigos de moda, inexistindo contrafação ou plágio, pois, segundo a decisão:

> O direito autoral não protege as criações de linha estéticas para vestuário feminino destinado a determinada estação por isso que tombam desde logo no domínio público, e, em conseqüência, o seu aproveitamento ou adequação por terceiros não constitui ato de contrafação. Plágio. O aproveitamento de uma linha original de vestuário na confecção de modelos, constituindo a utilização de um trabalho de arte figurativa preexistente para obtenção de obra nova, posto que possa representar um plágio de concepção, não é considerado ofensa ao direito do autor[172].

Nota-se que, com objetivo de legitimar a aplicação da lei de direitos autorais para as criações de moda, diversos julgados tentam aproximá-las a ideia de arte, situação preocupante, já que a moda não deveria precisar ser considerada arte para ser reconhecida como digna de proteção.

Neste influxo, relembra-se paradigmática decisão criminal proferida pelo Tribunal de Justiça de Minas Gerais, o qual, ao analisar caso envolvendo a reprodução de joias, compreendeu que, tendo em vista ser o delito previsto no artigo 184, § 1º, do Código Penal, norma penal em branco, aplica-se a lei civil, em cujo conceito

> (...) incluem-se as jóias, verdadeiras obras artísticas que, como tais, estão protegidas pela legislação civil e penal, sendo dispensável a utilização em propagandas de advertências informando ao público sobre a proteção da obra[173].

Ainda no sentido de associar produtos de moda a obra de arte, rememora-se decisão cível proferida pelo Tribunal de Justiça de São Paulo, o qual, analisando caso envolvendo a marca de luxo Hermès e a empresa Village 284, compreendeu que as

---

[172] *Ibid*., p. 407.

[173] Apelação criminal. Recursos defensivos. Preliminares. Inépcia da denúncia. Peça que preenche os requisitos do art. 41 do CPP. Nulidade da sentença. Violação ao art. 384 do CPP. Inocorrência. Preliminares rejeitadas. Violação de direito autoral. Contrafação de joias. Autoria e materialidade comprovadas. Absolvição. Impossibilidade. Irresignação ministerial. Aumento da prestação pecuniária e da pena de multa. Impossibilidade. Pena adequada. Recursos conhecidos e desprovidos, rejeitadas as preliminares (TJMG, 1ª Câmara Criminal, Ap. 1.0024.03.109743-9/001, j. 15.05.07). SOUZA, Luciano Anderson de; SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira, Tratamento penal da violação de direito autoral e o caso da indústria da moda, **Revista Fórum de Ciências Criminais - RFCC**, v. 4, n. 8, p. 33–48, 2017, p. 43.

“Bolsas Hermès constituem obras de arte protegidas pela lei de direitos autorais. Obras que não entraram em domínio público. Proteção garantida pela lei 9.610/98. A proteção dos direitos de autor independe de registro”[174].

No entendimento de Cury, o direito de autor ostenta uma aplicação bastante restrita para a indústria da moda, sobretudo em relação ao compartilhamento de tendências, tais como “inspiração, adaptação, homenagem, referenciamento ou mixagem, dentre outras”, podendo ser factível em poucas exceções como “o desenho de um personagem para vestuário infantil, bolsas e demais acessórios pintados à mão ou desenhados individualmente, tecidos pintados à mão”[175].

Ressalte-se ainda que a proteção conferida pelo direito autoral, ou seja, a vida toda do autor e mais 70 (setenta) anos após a sua morte não parece ser adequada para uma criação de moda, tendo em vista que “a criação de moda tem um valor econômico de curto tempo em razão da dinâmica e da sazonalidade da indústria”[176]. Sugerindo, neste aspecto, Deborah Souza pela criação de uma legislação específica para tratar da proteção das criações desse mercado *sui generis*[177].

Socorrer-se à Lei de Direito Autoral para as criações de moda, no que tange especificamente à esfera penal, ao que tudo indica, não confere a devida segurança

---

[174] DIREITOS AUTORAIS. Bolsas Hermès. Ação declaratória e Reconvenção. Reconvenção procedente - Bolsas Hermès constituem obras de arte protegidas pela lei de direitos autorais. Obras que não entraram em domínio público. Proteção garantida pela lei 9.610/98. A proteção dos direitos de autor independe de registro. Autora/reconvinda que produziu bolsas muito semelhantes às bolsas fabricadas pelas rés/reconvintes. Imitação servil. Concorrência desleal configurada. Aproveitamento parasitário evidenciado. Compatibilidade da infração concorrencial com violação de direito autoral reconhecida. Dever de a autora/reconvinda se abster de produzir, comercializar, importar, manter em depósito produtos que violem os direitos autorais da Hermès sobre a bolsa Birkin ou qualquer outro produto de titularidade das rés/reconvintes. Indenização por danos materiais e morais. Condenação mantida. Recurso desprovido. (TJSP, 9ª Câmara de Direito Privado, Ap. 0187707-59.2010.8.26.0100, j. 16. 08.16). *Ibid*.

[175] CURY, **Fashion law: a proteção à propriedade intelectual na indústria criativa da moda**, p. 97.

[176] A duração da proteção é de 70 anos a contar de 1º de janeiro do ano subsequente da morte do autor, as fotografias também 70 anos do 1º a contar de 1º de janeiro após a sua divulgação, após esse prazo a obra é considerada de domínio público, e todos poderão usá-la sem precisar de autorização dos herdeiros ou efetuar qualquer pagamento. Menciona-se o caso do Mickey Mouse, o personagem que já fomentou uma série de modificações na legislação norte-americana. O personagem foi criado em 1928 e a primeira lei de copyright (1790) definia que o autor poderia explorar a obra por 14 anos, prorrogáveis por mais 14 anos, tal legislação foi alterada quatro vezes, sendo que as três últimas coincidem com a proximidade da data que o personagem Mickey cairia em domínio público, hoje o prazo é de 95 anos. E se não houver nenhuma nova alteração todos poderão utilizar a imagem do personagem no ano de 2023. *Ibid*., p. 96.

[177] SOUZA, **A propriedade intelectual na indústria da moda: formas de proteção e modalidades de infração**, p. 308. SOUZA; SOUZA, Tratamento penal da violação de direito autoral e o caso da indústria da moda, p. 41.

jurídica, eis que violaria o princípio da reserva legal e a vedação da analogia *in malam partem*, ou seja, ao ditame segundo o qual norma restritiva deve ser interpretada restritivamente[178]. Em outras palavras, muito embora a solução se sinalize aceitável em termos cíveis, aparentemente, o mesmo não se dá quanto à seara criminal, demandando uma revisão legislativa nesses termos[179].

A Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996), além de regular todos os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, disciplinou, no Título V, sobre os crimes contra as patentes[180], marcas[181], desenhos industriais, indicações geográficas e demais indicações[182] e repressão à concorrência desleal[183], expressamente reconhecidos como "crimes contra a propriedade industrial".

---

[178] Sobre o tema, cf. SOUZA, Luciano Anderson de, **Direito penal: parte geral**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 122.

[179] SOUZA, Luciano Anderson de; SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira, Tratamento penal da violação de direito autoral e o caso da indústria da moda, **Revista Fórum de Ciências Criminais - RFCC**, v. 4, n. 8, p. 33–48, 2017, p. 5.

[180] Artigo 183. "Comete crime contra patente de invenção ou de modelo de utilidade quem: I - fabrica produto que seja objeto de patente de invenção ou de modelo de utilidade, sem autorização do titular; ou II - usa meio ou processo que seja objeto de patente de invenção, sem autorização do titular. Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa". Artigo 184. "Comete crime contra patente de invenção ou de modelo de utilidade quem: I - exporta, vende, expõe ou oferece à venda, tem em estoque, oculta ou recebe, para utilização com fins econômicos, produto fabricado com violação de patente de invenção ou de modelo de utilidade, ou obtido por meio ou processo patenteado; ou II - importa produto que seja objeto de patente de invenção ou de modelo de utilidade ou obtido por meio ou processo patenteado no País, para os fins previstos no inciso anterior, e que não tenha sido colocado no mercado externo diretamente pelo titular da patente ou com seu consentimento. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa". Artigo 185. "Fornecer componente de um produto patenteado, ou material ou equipamento para realizar um processo patenteado, desde que a aplicação final do componente, material ou equipamento induza, necessariamente, à exploração do objeto da patente. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa".

[181] Artigo 189. "Comete crime contra registro de marca quem: I - reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão; ou II - altera marca registrada de outrem já aposta em produto colocado no mercado. Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa". Artigo 190. "Comete crime contra registro de marca quem importa, exporta, vende, oferece ou expõe à venda, oculta ou tem em estoque: I - produto assinalado com marca ilicitamente reproduzida ou imitada, de outrem, no todo ou em parte; ou II - produto de sua indústria ou comércio, contido em vasilhame, recipiente ou embalagem que contenha marca legítima de outrem. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa". Ainda, em relação aos crimes cometidos por meio de marca, título de estabelecimento e sinal de propagando, dispõe o artigo 191 ser delito: "Reproduzir ou imitar, de modo que possa induzir em erro ou confusão, armas, brasões ou distintivos oficiais nacionais, estrangeiros ou internacionais, sem a necessária autorização, no todo ou em parte, em marca, título de estabelecimento, nome comercial, insígnia ou sinal de propaganda, ou usar essas reproduções ou imitações com fins econômicos. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa. Parágrafo único. Incorre na mesma pena quem vende ou expõe ou oferece à venda produtos assinalados com essas marcas".

[182] Artigo 192. "Fabricar, importar, exportar, vender, expor ou oferecer à venda ou ter em estoque produto que apresente falsa indicação geográfica. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa. Artigo 193. Usar, em produto, recipiente, invólucro, cinta, rótulo, fatura, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como 'tipo', 'espécie', 'gênero', 'sistema', 'semelhante', 'sucedâneo', 'idêntico', ou equivalente, não ressalvando a verdadeira procedência do produto. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa. Artigo 194. "Usar marca, nome comercial,

Inúmeras são as críticas feitas quanto a tutela penal conferida as violações de propriedade industrial, argumentos que se iniciam sobre a alocação desses crimes em legislação apartada. Isto é, os crimes contra a propriedade industrial estão disciplinados em legislação especializada, qual seja, a Lei da Propriedade Industrial, Lei nº 9.279/96, opção legislativa que divide opiniões na doutrina, pois, se de um lado, permite o conhecimento integral da matéria, por outro, posicioná-lo junto aos demais crimes contra a propriedade imaterial no bojo do Código Penal transmitiria uma mensagem clara quanto à reprovabilidade de tais condutas[184].

Neste sentido, menciona-se interpretação de Gomes, para quem o ideal seria a inclusão de toda a legislação extravagante no Código Penal[185]. Em sentido contrário, sustenta Souza que a escolha política do legislador em disciplinar separadamente as leis penais especiais faz sentido quando se está diante do tratamento multidisciplinar de um

---

título de estabelecimento, insígnia, expressão ou sinal de propaganda ou qualquer outra forma que indique procedência que não a verdadeira, ou vender ou expor à venda produto com esses sinais. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa".

[183] Artigo 195. "Comete crime de concorrência desleal quem: I - publica, por qualquer meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem; II - presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa informação, com o fim de obter vantagem; III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem; IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos; V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências; VI - substitui, pelo seu próprio nome ou razão social, em produto de outrem, o nome ou razão social deste, sem o seu consentimento; VII - atribui-se, como meio de propaganda, recompensa ou distinção que não obteve; VIII - vende ou expõe ou oferece à venda, em recipiente ou invólucro de outrem, produto adulterado ou falsificado, ou dele se utiliza para negociar com produto da mesma espécie, embora não adulterado ou falsificado, se o fato não constitui crime mais grave; IX - dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a empregado de concorrente, para que o empregado, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione vantagem; X - recebe dinheiro ou outra utilidade, ou aceita promessa de paga ou recompensa, para, faltando ao dever de empregado, proporcionar vantagem a concorrente do empregador; XI - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos, informações ou dados confidenciais, utilizáveis na indústria, comércio ou prestação de serviços, excluídos aqueles que sejam de conhecimento público ou que sejam evidentes para um técnico no assunto, a que teve acesso mediante relação contratual ou empregatícia, mesmo após o término do contrato; XII - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos ou informações a que se refere o inciso anterior, obtidos por meios ilícitos ou a que teve acesso mediante fraude; ou XIII - vende, expõe ou oferece à venda produto, declarando ser objeto de patente depositada, ou concedida, ou de desenho industrial registrado, que não o seja, ou menciona-o, em anúncio ou papel comercial, como depositado ou patenteado, ou registrado, sem o ser; XIV - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de resultados de testes ou outros dados não divulgados, cuja elaboração envolva esforço considerável e que tenham sido apresentados a entidades governamentais como condição para aprovar a comercialização de produtos. Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa".

[184] SOUZA, Crimes contra a propriedade industrial, p. 184.

[185] GOMES, Mariângela Gama de Magalhães, **Teoria geral da parte especial do direito penal**, São Paulo: Atlas, 2014, p. 156 e ss.

tema, conformando um subsistema com leis mistas ou no caso de leis mais dinâmicas e de maior mutabilidade[186].

Outra questão a ser mencionada refere-se as sanções cominadas para tais crimes, sendo consideradas brandas e incapazes de dar uma resposta adequada aos infratores, situação que é ainda menos justificável ao se ter em conta as penas mais altas para os crimes de violação de direito autoral. Do mesmo modo, tendo em vista serem infrações reprimidas com penas de no máximo 1 (um) ano de prisão, são consideradas de menor potencial ofensivo, sendo, portanto, observado o procedimento sumaríssimo previsto na Lei nº 9.099, de 26 de setembro de 1995.

Por essa razão, verificam-se projetos de leis que intencionam alterar a Lei da Propriedade Industrial, em geral, propõem o aumento da pena, equiparando-as, inclusive, com aquelas previstas para as violações de direitos autorais, afastando-se, assim, a competência dos Juizados Especiais Criminais

A ação penal para os crimes contra a propriedade industrial, a qual, com exceção do tipo penal do artigo 191 da Lei nº 9.279/96, é de iniciativa privada[187], exigindo a tomada de uma série de cuidados, dentre eles, a observância de procedimento preparatório específico para a proposição de queixa-crime.

Não por outra razão, essas questões vêm sendo motores propulsores para projetos legislativos, os quais, essencialmente, buscam recrudescer as sanções penais e transformar a ação penal nos crimes contra a propriedade industrial[188].

Em verdade, o debate sobre como equacionar a questão do mercado ilícito de produtos contrafeitos não é exclusivo do mercado de moda, atingindo diversos segmentos como o de tabaco, bebidas, peças automotivas e medicamentos. No entanto, os produtos de moda, tais como roupas, óculos, relógios, bolsas, perfumes e cosméticos,

---

[186] SOUZA, Luciano Anderson de, **Direito penal: parte especial - arts. 121 a 154-B do CP**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 29.

[187] De acordo com o artigo 199 da Lei da Propriedade Industrial, "nos crimes previstos neste Título somente se procede mediante queixa, salvo quanto ao crime do art. 191, em que a ação penal será pública".

[188] Sobre isso: *Ibid*., p. 189–195.

são itens que integram o rol dos objetos mais falsificados no mundo, sendo, portanto, de particular interesse para o *criminal fashion law*.

2.3. O TRABALHO ANÁLOGO AO DE ESCRAVO NAS CONFECÇÕES DE PRODUTOS DE MODA

Do mesmo modo, como questão bastante sensível ao direito penal para a indústria da moda, identifica-se a exploração da mão de obra. Isto pois, em nome de um interesse econômico e uma busca incessante por produtividade com menor preço, incontáveis cidadãos são reduzidos a condição análoga à de escravo, em verdadeira coisificação do ser humano, aderindo-se ao que se convencionou denominar de escravidão contemporânea.

De acordo com dados revelados pelo *Global Slavery Index* estima-se que 45,8 milhões de pessoas estão sendo submetidas a alguma forma de escravidão moderna[189]. Ainda que em menor monta se comparadas com atividades agropecuárias, extrativistas e da construção civil, essas violações no âmbito do processo produtivo de vestuário compõe o mencionado índice, o que se deve, dentre outros, a assunção de modelos empresariais que exigem produção célere e de baixo custo. Resultando, no mais das vezes, no desrespeito aos direitos trabalhistas e a afronta de direitos básicos, tais como a saúde, a alimentação, a segurança, a integridade e a dignidade humana.

As reprimendas em razão da constatação dessa conduta podem ser de natureza civil, com indenizações por danos morais e materiais; trabalhista, com a regularização das verbas trabalhistas; administrativa, com multas, restrições de crédito, inclusão do nome da empresa Cadastro de Empregadores flagrados explorando mão de obra análoga a escrava – a chamada "Lista Suja", bem como de natureza penal, com pena privativa de liberdade.

Ademais das consequências jurídicas mencionadas, verifica-se também implicações como o impacto financeiro na empresa, bem como o comprometimento da percepção positiva dos *stakeholders* em relação ao negócio e, nesse caso, singularmente

[189] Os dados são provenientes da Fundação Walk Free e são referentes ao ano de 2016. Disponível em: <https://www.globalslaveryindex.org/2018/findings/global-findings/>. Acesso em: 13 dez. 2019.

importante para as marcas de moda que, em boa medida, vivem da imagem, do universo aspiracional e do desejo que provocam.

Sintomático, assim, a assunção de riscos em corporações que terceirizam parte ou a integralidade da cadeia produtiva, tendo em vista a flexibilização do controle e da vigilância sobre as fábricas e confecções responsáveis pela execução da manufatura.

Em geral, o demandante contrata um terceiro para que confeccione os artigos de moda, o qual, não tendo condições materiais para dar cumprimento à obrigação assumida, subcontrata uma outra oficina de costura, geralmente clandestina, que, por sua vez, transfere a produção para uma outra confecção informal, em um verdadeiro espiral de transferência de responsabilidades.

O movimento de terceirização da produção ganhou abrangência nos anos 90 com o deslocamento do processo fabril de empresas para países estrangeiros subdesenvolvidos, em geral, aproveitando-se dos irrisórios custos da produção, relacionados a inexistência ou da fragilidade de legislações laborais e ambientais, bem como do desejo dessas localidades em receber investimento externo, ainda que isso represente a desproteção dos trabalhadores[190].

Oportuno relembrar alerta de Zúñiga Rodríguez, a qual destaca que "(...) 10.000 trabalhadores das fábricas têxteis de Bangladesh ganham em um ano o mesmo que o diretor geral de qualquer empresa incluída no índice bursátil FTSE 100"[191].

Neste influxo, as grandes corporações acabam por endossar uma série de condutas que jamais seriam praticadas no local de sua sede social, mas a produção é

[190] CARVAJAL GÓMEZ-CANO, Fernando; PÉREZ GARCÍA, Esther, Responsabilidad social corporativa en el sector de la moda y el lujo, *in*: ORTEGA BURGOS, Enrique (Org.), **Fashion law (derecho de la moda)**, Pamplona: Aranzadi, 2018, p. 449.
[191] ZÚÑIGA RODRÍGUEZ, Laura, Responsabilidad penal de las personas jurídicas y derechos humanos: una valoración desde la reforma de 2015 de la legislación española, *in*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.), **Derecho penal económico y derechos humanos**, Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 91.

situada em localidades "com sistemas judiciais tão débeis ou governos tão corruptos que fazem com que a reparação efetiva das vítimas seja uma quimera"[192].

Naturalmente, o deslocamento da produção, embora possa representar a economia de custos da fabricação, expõe a empresa de moda a alguns gargalos relevantes, tais como:

> a imprevisibilidade na entrega da encomenda, necessidade de altos volumes e baixa variabilidade, longos prazos de programação de produção e consequentemente encurtamento e antecipação dos prazos de criação, necessidade de definir processos produtivos muito detalhadamente por conta da dificuldade na reprogramação ou correção destes, etc[193].

Esse modelo de transferência da produção para outras localidades é conhecido como *offshoring* (expatriação), ou seja, o deslocamento de serviço ou manufatura para um país estrangeiro, com escopo, dentre outros, de reduzir custos e os riscos empresarias, sobretudo aqueles de natureza trabalhista, ambiental, tributário e criminal.

Verifica-se que nesses processos transfere-se ao fornecedor, não só a responsabilidade pela manufatura, mas também de situações, nem sempre visíveis, que integram o processo produtivo, como em relação aos produtos químicos escoados no meio ambiente utilizados no processo tingimento ou beneficiamento das fibras e fios, o descarte de resíduos têxteis em aterros sanitários e a segurança e saúde dos trabalhadores.

Em geral, são produtos que não passam por escrutínios criteriosos de verificação da qualidade, tampouco há cuidado com o tipo de material empregado na produção, sendo comum a utilização de produtos químicos nocivos à saúde. Tal se verifica, pois, além de mais baratos, em muitos desses países sequer existem regulamentações, limites ou proibições quanto ao emprego desses tóxicos.

---

[192] NIETO MARTÍN, Adan, Empresas, víctimas y sanciones restaurativas: ¿como configurar un sistemas de sanciones para personas jurídicas pensando en sua víctimas?, *in*: SAAD-DINIZ, Eduardo; LAURENTIZ, Victoria Vitti (Orgs.), **Corrupção, direitos humanos e empresa**, Belo Horizonte: D'Plácido, 2018, p. 32.

[193] CIETTA, **A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção**, p. 171.

Ou seja, além da exposição à integridade física dos trabalhadores que manipulam esses produtos químicos, o contratante assume o risco de, ao depois, internacionalizar um produto que possa vulnerar a saúde do consumidor.

As empresas que se socorrem dessa estratégia, geralmente, visam a produção de suas mercadorias com custo inferior ao que seria possível auferir com a fabricação nacional, o que, por vezes, como dito, está associada a questões tributárias mais favoráveis, ao uso de mão de obra barata e desqualificada e a fragilidade das legislações nesses territórios.

Tendo em vista que essa eleição é baseada no menor preço, na maior celeridade e na produção em grande escala, a preocupação com a qualidade dos produtos e as matérias primas utilizadas são secundárias, resultando, como bem observa Fittante, em uma padronização negativa e na perda de identidade do próprio produto fim, tornando-se um mero objeto[194].

Ademais da perda de qualidade, da diluição da identidade e da impossibilidade de poder explorar a genuinidade de um produto criado nacionalmente, nota-se que a vigilância em relação a esses polos produtivos resta negligenciada, isto é, no mais das vezes, transfere-se a produção e toda a responsabilidade em relação aos danos causados ao meio ambiente e ao ser humano. Nas palavras de Nieto Martín: "o deslocamento da produção, implica também no deslocamento do delito"[195].

Embora o fenômeno do *offshoring* tenha sido bastante explorado na década de 1990, percebe-se que nos últimos anos diversas empresas estão voltando a produzir em seus países de origem, movimento esse denominado de *reshoring*. Isso se deve aos problemas relacionados com a qualidade e segurança dos produtos, ao crescimento dos custos trabalhistas em países emergentes, ao alto custo de logística, a frágil proteção da

[194] FITTANTE, **Brand, industrial design e made Italy: la tutela giuridica: lezioni de diritto della proprietà industriale**, p. 185 (tradução livre).
[195] NIETO MARTÍN, Empresas, víctimas y sanciones restaurativas: ¿como configurar un sistemas de sanciones para personas jurídicas pensando en sua víctimas?, p. 32.

propriedade intelectual, bem como, por vezes, a instabilidade política dessas localidades subdesenvolvidas[196].

Nas palavras de Cietta, o *reshoring*, ou seja, a postura empresarial consistente em trazer a produção para perto do mercado, pode aumentar os custos produtivos, mas, ao final, pode implicar na diminuição do custo total[197]. Em outras palavras, isso significa que o aumento do gasto inicial produtivo, ao depois, acaba por ser compensado com a volta do processo fabril às origens.

Nesse sentido, menciona-se que, na Itália, o retorno das empresas começou a dar seus primeiros sinais já no final de 2010, sobretudo aquelas atuantes no segmento de moda[198]. Marcas tradicionais que durante anos mantiveram grande parte de sua produção em países estrangeiros, estão paulatinamente retornando ao território italiano, o que se justifica, segundo alguns autores, pela assimilação do valor e trunfo competitivo que oferece o "*made in italy*"[199]. Isto é, "a carga emotiva e sensorial, associada à tradição artesanal e à alta qualidade do produto fim, serão justamente - e provavelmente cada vez mais - decisivos para agregar valor ao produto individual"[200].

Note-se que, ademais do modelo de terceirização denominado *offshoring*, a indústria da moda, por vezes, recorre ao modelo de *outsourcing*, conhecido pelo lema "*do what you can do best, outsource the rest*", isto é, "faça o que você pode fazer melhor, terceirize o resto", visto que permite que as empresas se dediquem ao seu *core-business* e transfiram para terceiros determinadas atividades que não são seu principal escopo[201].

Nessa espécie de negócio, por meio de contratos mercantis, a empresa (*outsourcer*, cliente ou demandante) externaliza alguma ou toda a função para um

---

[196] BELLEGO, Christophe, Reshoring: a multifaceted decision involving much more than just labour costs, Direction générale de la competitivité de l'industrie et des services, n. 30, p. 1–4, 2014, p. 1.
[197] CIETTA, **A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção**, p. 171.
[198] FITTANTE, Brand, industrial design e made Italy: la tutela giuridica: lezioni de diritto della proprietà industriale, p. 185.
[199] *Ibid*.
[200] *Ibid*. (tradução livre).
[201] MONTANER FERNÁNDEZ, Raquel, **Gestión empresarial y atribución de responsabilidad penal: a propósito de la gestión medioambiental**, Barcelona: Atelier Libros Jurídicos, 2008, p. 68.

profissional externo (prestador de serviço, encarregado ou fornecedor) que se encarregará pela entrega da mercadoria, ficando responsável pela produção de acordo com as indicações do contratante, responsabiliza-se pelo resultado do produto final[202].

Como vantagem da assunção desse modelo, verifica-se que a empresa demandante pode reduzir o custo de desenvolvimento de uma atividade que não é sua especialidade. No entanto, permanecem os idênticos problemas daqueles constatados no *offshoring*, dentre outros, destaca-se a perda

> da capacidade decisória nas atividades que foram objeto de terceirização, a dificuldade e a complexidade na articulação das relações jurídicas que surjam da terceirização e, por último, o risco de que terceiros tenham acesso a informação reservada da empresa que terceiriza[203].

Verifica-se nesse modelo que, a princípio, a empresa contratada, ao assumir as funções de *outsourcing*, é responsável pelas consequências e obrigações dali derivadas e a contratante (cliente) exerce apenas uma função de vigilância genérica. Ou seja, a princípio, a responsabilidade pela ocorrência de um ilícito penal originado por uma má-gestão da empresa contratada não poderia ser atribuída aos membros da empresa contratante, pois "iria contra a autonomia e autoresponsabilidade na que atua essa última"[204].

Transportando para a realidade concreta da indústria da moda, observa-se que é comum a existência dos denominados "contratos de facção", isto é, negócio jurídico de natureza mercantil que estabelece a fragmentação do processo produtivo, inexistindo fornecimento de mão de obra. Isto é, a empresa contratada cuida do fabrico e da entrega do produto final (acabado) a serem comercializados pela empresa contratante.

Nesse particular cenário, existe a autonomia do fornecedor contratado em relação ao cliente contratante, o qual não interfere na produção ou no trabalho dos empregados da contratada, bem como não tem exclusividade com a contratante, a

---

[202] CALOVI; VETTORI; YU, **I falsi di moda: le vunerabilità del mercato italiano della moda alla contraffazione**, p. 73.
[203] MONTANER FERNÁNDEZ, **Gestión empresarial y atribución de responsabilidad penal: a propósito de la gestión medioambiental**, p. 69.
[204] *Ibid*., p. 70.

reivindicação de exclusividade, inclusive, pode ser compreendida como fraude para mascarar a real responsabilidade pela cadeia produtiva.

Note-se, então, que este modelo não se confunde com a terceirização da cadeia produtiva, ou seja, empresas que tem como objeto social a produção de mercadorias, mas que transfere ou fraciona a produção entre diversas confecções. Podendo assumir em termos trabalhistas, em tese, os riscos e as responsabilidades.

Em verdade, a questão ganha contornos problemáticos não em razão da adoção do modelo de terceirização, mas nas situações em que o fornecedor contratado transfere a produção para outras oficinas de costura clandestinas que negligenciam à saúde, a segurança e os direitos dos trabalhadores, o que, geralmente, é feito de forma escalonada entre diversas confecções, convencionando-se chamar essas subcontratações de "quarteirizações".

Não obstante o Brasil careça de um relatório oficial dos casos de trabalho escravo contemporâneo, verifica-se que os números são exponenciais no setor agrícola e da pecuária. No entanto, o país, em especial no Estado de São Paulo, padece com a denominada escravidão urbana, sendo propulsores desse fenômeno o segmento da construção civil e, no que especialmente interessa à presente análise, de confecção de artigos de vestuário.

Consoante informações coletadas pela Comissão Parlamentar de Inquérito da Assembleia Legislativa de São Paulo, concluída em 22 de outubro de 2014, instalada para apurar casos de trabalho análogo ao de escravo, principalmente na indústria têxtil e de confecção[205], calcula-se que existam no Estado 12 a 14 mil *sweatshops*. Ainda, de acordo com o memorando, até 2007, os registros de casos revelavam-se mais significativos em âmbito rural, mas, desde 2009, há a predominância de episódios no espaço urbano[206].

[205] A partir de uma lista elaborada pelo Ministério do Trabalho de casos tidos como importantes e graves nos setores que mais haviam revelados trabalho análogo ao de escravo em São Paulo, foram convocados a comparecer as empresas de moda.

[206] Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/documentos/conclusoesdorelatorio-cpidotrabalhoescravo.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2019.

Como demonstrado anteriormente, essa situação encontrou abrigo com a chegada de imigrantes em busca de melhores condições de vida, os quais, ante as vulnerabilidades linguísticas, financeiras e irregularidade documental, acabam por desenvolver trabalhos exaustivos em confecções clandestinas, ausentes condições adequadas de salubridade[207].

No universo paralelo das oficinas de costura clandestinas, nota-se ainda uma outra peculiaridade, é comum que o explorador trabalhe em condições precárias com o explorado. Ou seja, o autor, ao mesmo tempo que recebe pelo esforço de outrem, ladeia, na mesma situação de fragilidade, trabalhando em outra máquina de costura o explorado.

Isto pois, é recorrente que imigrantes de países como Bolívia, Paraguai e Peru, em busca de uma melhor situação de vida daquela vivida em seus países, sejam cooptados a trabalhar para seus próprios conterrâneos já, informalmente, estabelecidos no Brasil.

Em outras palavras, autor e vítima compartilham o mesmo lugar de trabalho, de residência e, consequentemente, da precariedade. Embora não justifique ou deslegitime o crime de trabalho análogo ao de escravo[208], mostra-se como mais uma das peculiaridades da exploração laboral na indústria da moda.

---

[207] De acordo com o relatório da CPI: "De acordo com os registros do MTE, do MPT e da Defensoria Pública, quase todos os casos envolvendo trabalho escravo no setor têxtil em São Paulo nos últimos anos têm como vítimas imigrantes de países vizinhos, principalmente Bolívia, que buscam o Brasil como alternativa para fugir da miséria e tentativa de construir uma vida melhor". Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/documentos/conclusoesdorelatorio-cpidotrabalhoescravo.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2019.

[208] Em sentido contrário, menciona-se decisão proferida pela 1ª Vara Federal de Guarulhos, oportunidade em que resta considerado como um dos motivos para a absolvição dos acusados o fato de os autores vivenciarem com as vítimas a mesma condição de precariedade. Conforme se verifica da sentença absolutória: "Ora, mas o tipo penal, ao prever como núcleo o verbo reduzir implica imposição em relação a outras pessoas (subjugadas): reduzir, no prisma deste tipo penal, significa subjugar, transformar à força, impelira uma situação penosa. (NUCCI, Guilherme de Souza. Código Penal comentado. 16ª Edição. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 856). (...). Concretamente, os réus estão submetidos às mesmas condições que os trabalhadores identificados como vítimas. Neste ponto, observo fragilidade na identificação do núcleo do tipo. É que os réus, por consequência de morarem e dividirem o mesmo espaço, estariam eles próprios e seus filhos em péssimas condições de higiene e arrumação (como constatado, especialmente, pelas fotos juntadas em cumprimento à diligência anterior). Tal observação torna bastante duvidosa a conclusão de que impusessem aos trabalhadores condições degradantes. Ficou impressão de que todos estavam em péssima situação de trabalho e moradia. Possível que alcançasse conclusão diversa, caso os réus estivesse em situação diversa (outro local de residência, ao menos) das vítimas. (Autos nº 0011765-60.2016.403.6119).

No mais das vezes, nesse sistema de "quarteirizações" perde-se o controle sobre quem, de fato, é o responsável ou o irresponsável pela produção e, em termos penais, cria-se, um grande debate sobre quem responderia criminalmente se verificado casos de utilização de mão de obra análoga à de escravo.

A princípio, o empresário contratante, que tem como atividade econômica o comércio e varejo, não responderia criminalmente pela prática de eventual infração criminal na cadeia produtiva, eis que ausente o dolo. Por outro lado, verifica-se o comprometimento da imagem positiva das empresas demandantes com episódios envolvendo a exploração laboral, situação que, por si só, exige uma postura de vigilância de seus fornecedores.

Oportuno mencionar iniciativa pioneira da Associação Brasileira do Varejo Têxtil Fundada (ABVTEX), fundada em 1999, no ano de 2010, criou o "Programa ABVTEX", isto é, "(...) um esforço setorial liderado pelo varejo de moda na consolidação das boas práticas na cadeia de fornecimento em prol de um ambiente sustentável de *compliance* com condições dignas de trabalho"[209].

As certificações podem ser subdividias em dois tipos, quais sejam: certificação de marca (*brand certification*) e certificação de fábrica (*factory certification*). No primeiro caso, os produtos da marca são certificados como sendo produzidos em condições aceitáveis. No segundo, as fábricas são responsáveis pelo monitoramento, enquanto que a demandante se compromete a usar fábricas certificadas[210].

A ABVTEX fornece a certificação de fornecedores e as empresas varejistas signatárias comprometem-se a "monitorar 100% de sua cadeia e somente adquirir produtos das empresas aprovadas nas auditorias"[211], assemelhando-se, então, ao denominado "*factory certification*". Note-se que esse modelo não desincumbe as empresas contratantes do monitoramento das fábricas e, não obstante todos os desafios,

[209] Disponível em: <https://www.abvtex.org.br/>. Acesso em 21. Jul 2019.
[210] HERMAN, Andrew, Reassessing the role of supplier codes of conduct: closing the gap between aspirations and reality, **Virginia Journal of International Law**, v. 52, n. 2, p. 445–481, 2012, p. 456.
[211] Disponível em: <https://www.abvtex.org.br/sobre-o-programa/>. Acesso em 21. Jul. 2019.

sinaliza-se como iniciativa positiva para a maior transparência e sustentabilidade do setor.

Verifica-se que muitos são os desafios e, neste aspecto, importa verificar como o direito penal vem enfrentando a questão.

2.3.1. Redução a condição análoga à de escravo: a evolução do tipo penal e o reforço internacional

O escorço histórico da repressão à conduta de reduzir alguém a condição análoga à de escravo não data de muito. Seus primeiros sinais foram dados com a Convenção n. 29, em 1930, da Organização Internacional do Trabalho (OIT), posteriormente ratificada pelo Brasil em 1957. De acordo com a Convenção, "todo País-membro da Organização Internacional do Trabalho que ratificar esta Convenção compromete-se a abolir a utilização do trabalho forçado ou obrigatório, em todas as suas formas, no mais breve espaço de tempo possível".

No mesmo influxo, em 1957, também no âmbito da OIT teve origem a Convenção n. 105, ratificada pelo Brasil em 1965, disciplinando que:

> Todo País-membro da Organização Internacional do Trabalho que ratificar esta Convenção compromete-se a abolir toda forma de trabalho forçado ou obrigatório e dele não fazer uso: a) como medida de coerção ou de educação política ou como punição por ter ou expressar opiniões políticas ou pontos de vista ideologicamente opostos ao sistema político, social e econômico vigente; b) como método de mobilização e de utilização da mão-de-obra para fins de desenvolvimento econômico; c) como meio de disciplinar a mão-de-obra; d) como punição por participação em greves; e) como medida de discriminação racial, social, nacional ou religiosa.

Ainda, cumpre mencionar documentos internacionais como a Declaração dos Direitos Humanos da Organizações das Nações Unidas (ONU), bem com o Pacto de São José da Costa Rica, a Convenção Interamericana de Direitos Humanos[212].

[212] Sobre o temário, salienta Reale Júnior que a preocupação internacional se justiça em face das constatáveis de escravidão ou servidão. REALE JÚNIOR, Miguel, Art. 149, *in*: **Código penal comentado**, São Paulo: Saraiva, 2017, p. 444.

Menciona-se, nesse aspecto, que o Brasil foi denunciado, em 1994, pelas organizações não governamentais, *Americas Watch* e Centro pela Justiça e o Direito Internacional (CEJIL), perante Corte Interamericana de Direitos Humanos da Organizações dos Estados Americanos, sob a alegação de que o

> Estado Brasileiro violou suas obrigações, à luz da Convenção Americana sobre Direitos Humanos e da Declaração, com relação as pessoas sob sua jurisdição que sofrem condições análogas à escravidão impostas por outras pessoas, e ao permitir a persistência dessa prática por omissão ou cumplicidade[213].

O episódio, que posteriormente ficou conhecido como "Caso José Pereira", tendo em vista narrar especificamente a situação de José Pereira, um adolescente, à época com 17 anos, que nos idos de 1989 conseguira fugir da Fazenda Espírito Santo localizada no Estado do Pará, local em que era submetido a trabalhos forçados, sem remuneração e em clara violação aos direitos humanos. Na fuga, o rapaz fora baleado, mas se fingiu de morto e foi jogado em uma fazenda da região, conseguiu sobreviver aos ferimentos na mão e no olho e pedir ajuda.

O caso foi levado ao conhecimento da Polícia Federal de Belém, mas não houve nenhuma resposta satisfatória das autoridades policiais. José Pereira socorreu-se do auxílio das Organizações não Governamentais mencionadas, que encaminharam a denúncia para a Organização dos Estados Americanos (OEA).

Em 1995, o Brasil admitiu sua responsabilidade pela existência de trabalho análogo a de escravo no país e se comprometeu a julgar e punir os responsáveis pelo caso em questão e adotar medidas para prevenir a ocorrência de outros episódios. Em 2014, José Pereira recebeu indenização (PLC 23/03) pelo Estado brasileiro no montante de R$ 52.000,00 (cinquenta e dois mil reais) por ter sido submetido a trabalho análogo ao de escravo[214].

---

[213] Disponível em: <https://cidh.oas.org/annualrep/2003port/Brasil.11289.htm>. Acesso em: 23 jun. 2018.
[214] Disponível em: < https://cidh.oas.org/annualrep/2003port/Brasil.11289.htm>. Acesso em: 23 jun. 2018.

De acordo com a *Walk Free Foundation*, estima-se que 40,3 milhões de pessoas estão sujeitas à escravidão moderna, dos quais 160.000 estariam nessa condição no Brasil[215].

Algumas iniciativas brasileiras merecem ser destacadas como medidas adotadas para prevenir e erradicar o trabalho análogo ao de escravo, são elas: a criação da Comissão Nacional de Erradicação do Trabalho Escravo (CONATRAE); a criação do Grupo Especial de Inspeção Móvel do Ministério do Trabalho; o estabelecimento de tribunais trabalhistas nas áreas mais afetadas pelo trabalho forçado; a criação da denominada 'lista suja' do governo e o Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo[216].

Atualmente, no Brasil, a responsabilidade pela utilização de trabalho análogo ao de escravo pode se dar em três níveis, quais sejam, responsabilidade criminal da pessoa física, responsabilidade civil e multa administrativa aplicada pelo Ministério do Trabalho e Emprego.

Note-se em tais situações há a violação de direitos individuais do sujeito reduzido a tal condição, cuja ação do infrator é perfeitamente subsumida ao Direito Penal, artigo 149 do Código Penal, mas também há, manifestamente, o benefício em prol da empresa, a qual atinge vantagem competitiva desleal.

Ante a ausência de responsabilidade penal da pessoa jurídica por violação de direitos humanos, não há qualquer reprimenda penal para a empresa, mas poderá ser sancionada na esfera trabalhista, civil e administrativa e, mais que isso, sujeita-se ao escrutínio social e da mídia, cuja consequência pode ser o irreparável dano reputacional.

2.3.2. Responsabilidade penal no crime de redução a condição análoga à de escravo

O legislador penal brasileiro optou por conferir ao crime previsto no artigo 149 do Código Penal o nome de "redução a condição análoga à de escravo", alocado

[215] Disponível em: <https://www.globalslaveryindex.org/>. Acesso em: 23 jun.2018.
[216] COSTA, Patricia Trindade Maranhão, Fighting forced labour: the example of brazil, **International Labour Office**, p. 1–122, 2009, p. 111.

junto ao Título I da parte especial, “Dos crimes contra a pessoa”, capítulo VI, “dos crimes contra a liberdade individual”.

Não obstante a louvável intenção do legislador de etiquetar o fenômeno, a nomenclatura acaba por levar o intérprete, ainda que intuitivamente, a associar a conduta ao período escravocrata. Tanto é assim que, uma soma de literaturas e decisões judiciais, contêm explicações acerca da distinção entre as duas situações. Ou seja, fosse adequada a nomenclatura, não haveria essa necessidade.

Em verdade, a comparação acaba por minimizar a problemática atual. Isto pois, embora a dita escravidão contemporânea e a escravidão de outrora sejam igualmente violadoras da dignidade humana, na segunda, há o viés de superioridade racial[217].

Nesse ponto, importante se faz recorrer as lições de Axel Honneth, em que fazendo uma distinção entre “instrumentalização” e “reificação”, a primeira pode ser compreendida como a

> postura ou ação através da qual outras pessoas são “instrumentalizadas”; essa instrumentalização significa tomar outras pessoas como meio para fins puramente individuais, egocêntricos, sem precisarmos abstrair de suas características humanas; ao contrário, geralmente serão inclusive as habilidades especificamente humanas destas pessoas que utilizamos para, com sua ajuda, realizar nossos propósitos[218].

Por outro lado, descreve o filósofo que são limitados os casos que podem ser considerados como puros de reificação, esquecimento do reconhecimento, pois “(...) pressupõe que nós nem percebamos mais nas outras pessoas as suas características que as tornam propriamente exemplares do gênero humano: tratar alguém como uma “coisa” significa justamente tomá-la (o) como “algo”, despido de quaisquer características ou habilidades humanas”[219].

---

[217] Salienta REALE JÚNIOR, “(...) a sociedade, dominada por proprietários rurais e exportadores, pretendia ganhos sem esforço, sem dispêndio de salários, em um sistema que levava obrigatoriamente a transformar os negros em coisa, em bem desfrutável por seu dono, sem qualquer limite moral e sob a necessária ameaça do açoite e da lei draconiana”. REALE JÚNIOR, Miguel, O escravo como não sujeito de direitos, **Revista da Faculdade de Direito da Universidade do Porto**, v. 8, p. 179–196, 2011, p. 195.
[218] HONNETH, Axel, Observações sobre a reificação, **Civitas-Revista de Ciências Sociais**, v. 8, n. 1, p. 68–79, 2008, p. 69–70.
[219] *Ibid*., p. 70.

Em sua detida análise, o autor ainda salienta que o exemplo para essa categorização é a escravidão, dado que algo que em si não tem características de objeto é percebido ou tratado como um "objeto" e "ela criou um sistema de produção dentro do qual as forças de trabalho foram tratadas como simples "coisas"[220].

Extrai-se da análise de Honneth que a escravidão de outrora é um claro exemplo de reificação, enquanto, ao que parece, a escravidão contemporânea seria o que o filósofo denominou de instrumentalização do ser humano. Isso não impede, por outro lado, que "a rotinização de práticas despersonalizantes" ensejem na reificação[221].

Como alerta Reale Júnior, a escravidão como regime jurídico de propriedade do empregador que recai sobre o trabalhador, destituído de direitos como pessoa, enquanto que, na dita escravidão contemporânea, verifica-se que os trabalhadores, seja do campo ou da cidade, estão sujeitos a situações a determinadas situações de emprego sem possibilidades de se desvencilhar da relação de trabalho, ou submetidos a circunstâncias que comprometam sua saúde física ou mental[222].

Descreve o professor o *zeitgeist* do período escravocrata:

> As intencionalidades objetivadas ao longo da história colonial e imperial indicam um contexto valorativo em que ocupam destaque a ganância, a impiedade, o comodismo, que passam a ser valores a ditar o modo de ser dos homens livres, ricos ou pobres. O direito agasalhou, aprovou por suas leis e decisões esta compreensão de vida, fruto deste mundo circundante de uma sociedade imersa no escravagismo, que conformava o "espírito do tempo"[223].

De acordo com a alocação da conduta típica no Código Penal brasileiro, tutela-se no crime em questão a liberdade individual, mas há que se refletir se o ideal não seria compreender como bem jurídico protegido a dignidade humana, sendo, nesse

---

[220] *Ibid*. É de se lembrar que no Brasil pela própria redação da Constituição de 1824, o negro não era reconhecido como "cidadão" e, portanto, identificado apenas como "coisa".
[221] Nesse aspecto, relembra o filósofo de situações em que as partes transacionam o comércio de pessoas e, portanto, as vítimas são tratadas como pura mercadoria. Nesses casos, formas modernas da escravidão, como no comércio sexual, "a rotinização de práticas despersonalizantes está tão avançada que sem objeção podemos falar de reificação". *Ibid*., p. 78.
[222] REALE JÚNIOR, Art. 149, p. 443.
[223] REALE JÚNIOR, O escravo como não sujeito de direitos, p. 196.

aspecto, a violação da liberdade uma das modalidades de violação de direitos fundamentais.

Assim, ao que tudo indica, a terminologia empregada para descrever a conduta do artigo 149 do Código Penal não parece ser ideal, vez que acaba por remeter a um fenômeno de natureza distinta.

Neste sentido, menciona-se visão de Terradillo Basoco, segundo o qual, a legislação brasileira ao estabelecer apenas a figura do "trabalho análogo ao de escravo" deixa de punir outras formas de escravidão. Ou seja, "(...) pode levar ao absurdo de entender atípica a própria escravidão que, de fato, existe"[224].

Desta forma, tal como proposto por Sanchez Tómas quando da análise do tipo penal espanhol de tráfico de seres humanos (artigo 177 bis), o ideal seria que o crime fosse denominado de "exploração de seres humanos", chamando a atenção sobre o que realmente é essencial, a opressão humana[225].

Ainda, críticas devem ser feitas quanto ao posicionamento da conduta junto aos crimes contra a liberdade individual, vez que essa pode ser apenas uma das formas de consecução do delito, o que se deseja tutela são os direitos fundamentais do cidadão.

Embora o *status libertatis* seja o centro do problema, verifica-se que pode levar a equívocos, conforme alerta Silveira, que relembra que diversos indivíduos são submetidos ao poder de fato de outrem, sem que isso, no entanto, implique em condição análoga à de escravo, tal como se nota em profissões com "condições particulares de trabalho, com jornadas próprias, exigências físicas e uma necessidade de obediência hierárquica específicas, como são os casos de mineiros, médicos, militares ou policiais". O ponto de distinção está na "noção da restrição de vontade, não o de simples poder"[226].

---

[224] TERRADILLOS BASOCO, Juan María, Explotación laboral, trabajo forzoso, esclavitud ¿Retos político-criminales para el siglo XXI?, *in*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.), **Derecho penal económico y derechos humanos**, Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 234.

[225] SÁNCHEZ TOMÁS, José, ¿Porqué le llaman trata cuando quieren decir explotación?, *in*: ALCÁCER GUIRAO, Rafael; MARTÍN LORENZO, María; VALLE MARISCAL DE GANTE, Margarita (Orgs.), **La trata de seres humanos: persecución penal y protección de las víctimas**, Madrid: Edisofer, S. L, 2015, p. 13–18.

[226] SILVEIRA, Renato de Mello Jorge, Dimensão penal do trabalho escravo: proteção integral ou evidência de insegurança jurídica, *in*: SILVEIRA, Renato de Mello Jorge; GOMES, Mariângela Gama de

Sustenta o autor que, apesar da doutrina nacional inclinar-se para a compreensão de que o bem jurídico tutelado pelo artigo 149 do Código Penal seria a liberdade individual, parece adequada a leitura, segundo o qual se protege "a liberdade sob o aspecto ético-social, a própria dignidade do indivíduo, também igualmente elevada a nível de dogma constitucional"[227].

Verifica-se, a título de exemplo, que no ordenamento espanhol o tipo penal tutela a liberdade sexual, integridade física e moral e os direitos dos trabalhadores[228], ou seja, é tratado como

> uma modalidade específica de ataque contra a integridade moral das pessoas na medida em que a instrumentalização do ser humano para a consecução de determinadas finalidades mercantilistas supõe involucrar-se em uma situação que o anula como pessoa. Ademais, a essa situação a vítima se vê submetida contra sua vontade ou sem consentimento válido[229].

O código penal de 1940, em sua redação inicial, estabelecia no artigo 149 como crime "reduzir alguém a condição análoga à de escravo", não especificando as formas de cometimento do delito, tampouco prevendo a relação de "trabalho" entre a vítima e autor.

Essa situação, no entanto, restou modificada por força da Lei nº 10.803/2003, a qual, com o nome de "trabalho análogo ao de escravo" passou a determinar, taxativamente, as condutas típicas, quais sejam: submissão a trabalhos forçados ou jornadas exaustivas; sujeição a condições degradantes de trabalho; restrição, por qualquer meio da liberdade de locomoção em razão de dívida com empregador ou preposto; cerceamento do uso do meios de transporte, com fim de reter

---

Magalhães (Orgs.), **Estudos em homenagem a Ivette Senise Ferreira**, São Paulo: LiberArs, 2015, p. 436. BITENCOURT, Cezar Roberto, **Tratado de direito penal: parte especial - crimes contra a pessoa**, São Paulo: Saraiva, 2016, p. 460.

[227] SAAD-DINIZ, Eduardo, Tutela penal das liberdades pessoais: o tipo penal de redução a condição análoga à de escravo no Brasil, *in*: SILVEIRA, Renato de Mello Jorge; SALVADOR NETTO, Alamiro Velludo; SOUZA, Luciano Anderson de (Orgs.), **Direito penal na pós-modernidade: escritos em homenagem a Antonio Luis Chaves Camargo**, São Paulo: Quartier Latin, 2015, p. 435 e 436.

[228] POMARES CINTAS, Esther, El delito de trata de seres humanos con finalidad de explotación laboral, **Revista Electronica de Ciencia Penal y Criminologia**, v. 15, n. 13, p. 1–31, 2011, p. 6.

[229] *Ibid*.

no local de trabalho; manutenção da vigilância ostensiva no local de trabalho ou apoderamento de documentos ou objetos pessoais da vítima para retê-la no trabalho.

As alterações legislativas permitiram uma leitura mais ampla do tipo penal, ou seja, além da noção de liberdade individual, mas tangenciando a proteção da dignidade humana.

O legislador buscou com inserção de tais condutas criminosas solucionar a dificuldade encontrada pelo intérprete em fazer a correlação entre os fatos e o enquadramento penal. No entanto, ao não definir conceitos, tais como "trabalhos forçados", "jornadas exaustivas" e "condições degradantes de trabalho", para muitos autores, acabou por não dirimir as dúvidas existente, mas trazendo questionamentos quanto a excessiva subjetividade dos termos empregados que tornam o tipo penal excessivamente aberto.

Com escopo de extrair alguma definição das expressões empregadas pelo tipo penal, observa-se que, segundo a Convenção nº 29 da OIT, todo trabalho ou serviço exigido de um indivíduo sob ameaça de qualquer penalidade e para o qual ele não se ofereceu de espontânea vontade.

Ainda, a conceituação ganhou reforço com a Convenção nº 105, de 1957, oportunidade em que restou consignado a vedação de que um trabalho seja imposto como: i) medida de coerção ou educação política ou como sanção por certas opiniões políticas ou ideológicas; ii) como método de mobilização para fins de desenvolvimento econômico; iii) como medida de disciplina de trabalho; iv) como punição por participação em greves, v) como medida de discriminação racial, social, nacional ou religiosa.

No tocante ao termo "condições degradantes de trabalho", destaca Reale Júnior, que são situações em que não se observam os requisitos próprios para uma vida digna, ou seja, que não existem medidas que garantam a proteção da saúde, higiene e da segurança e, conforme o local, ausente condições de moradia e alimentação[230]. Observa,

[230] REALE JÚNIOR, Art. 149, p. 445.

por outro lado, o autor que a linguagem utilizada pelo legislador é demasiadamente aberta, observando que "seria preferível que se discriminassem condições degradantes, sem deixar seu conteúdo ao alvitre do julgador"[231].

Por jornadas exaustivas compreende-se o desrespeito às normas trabalhistas, tais como pausas, intervalos e excesso de horas de trabalho. Ainda "as condições de local de trabalho, tal como iluminação insuficiente, agravam o cansaço e podem prejudicar a vista e a atenção, levando a acidentes"[232].

Ademais, é considerado servidão por dívidas a cobrança extorsiva para o fornecimento de alimentos, transporte, descontos mensais, moradia, vinculando o trabalhador ao emprego por divididas impossíveis de serem saldadas, descontando mês a mês, com redução representativa do salário recebido em espécie[233].

Mais que isso, conforme apurada análise de Terradillos Basoco, o legislador, na intenção de apresentar um rol exemplificativo equiparou figuras díspares, cujas características morfológicas e elementos valorativos diferentes deveriam integrar tipos penais e sanções diferentes[234].

No tocante à normativa penal atual, pune-se, com pena de 2 (dois) a 8 (oito) anos e multa, de acordo com o artigo 149, a conduta de:

> Reduzir alguém a condição análoga à de escravo, quer submetendo-o a trabalhos forçados ou a jornada exaustiva, quer sujeitando-o a condições degradantes de trabalho, quer restringindo, por qualquer meio, sua locomoção em razão de dívida contraída com o empregador ou preposto.

Da mesma forma, incorrerá nas mesmas penas aquele que "I - cerceia o uso de qualquer meio de transporte por parte do trabalhador, com o fim de retê-lo no local de trabalho" ou "II - mantém vigilância ostensiva no local de trabalho ou se apodera de documentos ou objetos pessoais do trabalhador, com o fim de retê-lo no local de trabalho".

---

[231] *Ibid*., p. 446.
[232] *Ibid*., p. 445.
[233] *Ibid*.
[234] TERRADILLOS BASOCO, Explotación laboral, trabajo forzoso, esclavitud ¿Retos político-criminales para el siglo XXI?, p. 234.

O tipo penal ainda dispõe sobre o aumento de pena pela metade nas hipóteses que considera de maior reprovabilidade, quais sejam, se o crime for cometido contra criança ou adolescente ou por motivo de preconceito de raça, cor, etnia, religião ou origem.

Em relação ao consentimento da vítima é indiferente para o perfazimento do crime, vez que "a admissão da sujeição é já fruto da ausência de liberdade para a escolha de outro trabalho, do que vale o agente para impor uma situação de domínico e de exploração do empregado"[235]. Tal adendo revela-se de suma importância, tendo em vista que, especialmente no caso do imigrante, a submissão a condições de exploração no Brasil pode ainda significar a oportunidade de não regressar a condições ainda mais degradantes experimentadas em seu país de origem, geralmente de baixo desenvolvimento econômico e de muita desigualdade social"[236].

Verifica-se que a remuneração nas oficinas de costura geralmente é mensurada por produtividade, ou seja, poucos reais por cada peça costurada, levando os costureiros à exaustão. Essa realidade contribui para a falsa percepção do explorado de que este não está em trabalho análogo ao de escravo. Ainda, "o indivíduo justifica sua jornada exaustiva dizendo que encara a situação como transitória, pois tem como objetivo economizar, pagar as dívidas com o empregador e posteriormente abrir uma oficina de costura própria"[237].

Ainda, como relembra Souza, "tampouco é necessário clausura, confinamento, tortura ou maus tratos. A vítima, aliás, pode até receber salário pelo trabalho realizado, o que não desnatura o crime, satisfeitas as demais condições legais"[238].

Neste sentido, menciona-se decisão paradigmática do Supremo Tribunal Federal, compreendendo que para configuração do crime não é necessário que se

---

[235] REALE JÚNIOR, Art. 149, p. 445.
[236] LIMA, Camila Rodrigues Neves de Almeida, **Escravos da moda: análise da interveção jurídica em face da exploração em oficinas-moradia de costura paulistana**, São Paulo: Lumen Juris, 2016, p. 90.
[237] TIMÓTEO, Trabalho em condições análogas à escravidão e a indústria da moda, p. 182.
[238] SOUZA, Luciano Anderson de, **Direito penal: parte especial - arts. 121 a 154-B do CP**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 312.

comprove a coação física da liberdade de ir e vir ou mesmo o cerceamento da liberdade de locomoção, bastando a submissão da vítima a condutas alternativas previstas no tipo penal, isto é, a trabalhos forçados ou a jornada exaustiva ou a condições degradantes de trabalho[239].

Refere-se ainda a projetos de leis que, sob o argumento de que as expressões "jornada exaustiva" e "condições degradantes de trabalho" não trazem a segurança jurídica adequada, ao invés de propor uma conceituação, pretendem a supressão dos referidos termos. Menciona-se especificamente o PL 3842/2012, segundo o qual

> as duas últimas condutas [jornada exaustiva e "condições degradantes de trabalho] discrepam da tradicional conceituação de trabalho análogo à de escravo, entendido pela legislação brasileira ao longo dos anos e pelas convenções internacionais como sendo um crime contra a liberdade individual, isto é, um crime que atenta contra a livre locomoção do trabalhador.

Verifica-se ainda que alguns projetos propõe a exasperação das penas para a prática do crime de redução a condição análoga a de escravo.

Exemplificativmente, o PL 2668/2003 tergiversa acerca da majoração da pena mínima para o crime previsto no artigo 149, ou seja, de reclusão de dois a oito anos e multa para reclusão de quatro a oito anos e multa. Ainda, propõe o recrudescimento das sanções cominadas no artigo 207[240], aliciamento de trabalhadores de um local para outro do território nacional, isto é, de detenção de um a três anos e multa, com a aprovação do projeto, a conduta seria punida com pena de reclusão de quatro a oito anos e multa.

No mesmo sentido, o PL 5016/2005 intenta alterar a pena, nesse caso, a alteração se dá em relação a pena mínima e máxima.

---

[239] STF, Inq. 3412, Rel. Min. Marco Aurélio, Rel. p/ Acórdão: Min. Rosa Weber, Tribunal Pleno, j. 29/03/2012, Acórdão Eletrônico DJe-222, Divulg. 09/11/2012, public. 12/11/2012.

[240] De acordo com o artigo 207, pune-se a conduta de "Aliciar trabalhadores, com o fim de levá-los de uma para outra localidade do território nacional: Pena - detenção de um a três anos, e multa. § 1º Incorre na mesma pena quem recrutar trabalhadores fora da localidade de execução do trabalho, dentro do território nacional, mediante fraude ou cobrança de qualquer quantia do trabalhador, ou, ainda, não assegurar condições do seu retorno ao local de origem. § 2º A pena é aumentada de um sexto a um terço se a vítima é menor de dezoito anos, idosa, gestante, indígena ou portadora de deficiência física ou mental".

Extrai-se do analisado que o crime em testilha desperta uma série de embates que vão desde a sua terminologia até o tratamento penal dado ao crime, questões que não serão equalizadas em curto tempo, já que produto de visões antagonistas sobre a problemática, ou seja, uma que, potencializada pelos agentes atípicos da moral, deseja conferir uma proteção mais ampla e outra, fundada em interesses econômicos, mais restritiva.

2.3.2.1. Causas de aumento de pena e proposta de *lege ferenda*

Dispõe o artigo 149, §2º, do Código Penal acerca das causas de aumento específicas de pena se o crime de redução a condição análoga à de escravo é cometido contra criança ou adolescente (inciso I) ou por motivo de preconceito de raça, cor, etnia, religião ou origem (inciso II), hipóteses em que a pena é aumentada de metade.

Note-se que na primeira situação considera-se o maior desvalor do resultado, tendo em vista a maior vulnerabilidade da vítima, enquanto que na segunda hipótese observa-se o maior desvalor da ação eis motivada pelo ódio discriminatório, ou seja, o motor propulsor que guia o agente para o crime é o fato de razão de ser quem é a vítima, amoldando-se ao que se denomina de crime de ódio "hate crime"[241].

Em outras palavras, ao separar as possíveis causas de aumento em incisos distintos, o legislador de maneira oportuna diferenciou o crime praticado "contra" criança ou adolescente daquele "motivado por" alguma característica da vítima. Vislumbrando, no primeiro, a maior fragilidade física da vítima, bem como as potenciais consequências físicas e psicológicas que a redução à escravo pode ocasionar em um indivíduo ainda em formação[242].

Note-se então que a questão da "origem" do sujeito explorado é tida em consideração se motivadora para o crime, não abarcando a questão da vulnerabilidade do indivíduo imigrante ou refugiado, tendo em vista, por exemplo, questões linguísticas,

[241] Uma conduta pode ser categorizada como *hate crime* naquelas situações em que o ódio é motor que guia o agente para a prática do crime. SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira, **Crimes de ódio: racismo, feminicídio e homofobia**, Belo Horizonte: D'Plácido, 2018.
[242] *Ibid*.

financeiras e da ausência de documentação regular, circunstâncias que os posicionam como hipossuficientes ante os abusos cometidos, sendo facilmente cooptados a desenvolver trabalhos exaustivos e sem qualquer condição de segurança, higiene e saúde.

Neste aspecto, para a melhor adequação da legislação a realidade concreta, isto é, em que pessoas são sujeitas a condições de exploração análoga à de escravo por conta de sua condição e com menos possibilidades de efetiva reação, situação que aumenta a probabilidade de ocorrência do resultado, de *lege ferenda*, o ideal seria acrescer ao artigo 149, §2º, inciso I, as hipóteses em que a vítima é imigrante, migrante ou refugiado.

2.3.3. Medidas extrapenais para o enfrentamento da questão

Nos últimos anos diversas iniciativas, dentre elas, a formação de grupos de trabalho itinerantes, foram apresentadas para enfrentar a problemática da condição análoga à de escravo. Do mesmo modo, além das reprimendas cíveis e criminais, verificam-se medidas para desestimular essas práticas por meio da aplicação de sanções a empresa, como é o caso do Estado de São Paulo, em razão da Lei nº 14.946, de 28 de janeiro de 2013, bem como pela exposição da empresa flagrada nessas circunstâncias, em face da denominada “lista suja”.

2.3.3.1. A Lei Bezerra e outras iniciativas paradigmáticas

Fora do âmbito penal, há alguns anos o Estado de São Paulo vem intentando coibir o trabalho análogo ao de escravo. Nesse sentido, é de se frisar que vigora a Lei nº 14.946, de 28 de janeiro de 2013, que dispõe acerca da cassação da inscrição no cadastro de contribuintes do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS, de qualquer empresa que faça uso direto ou indireto de trabalho escravo ou em condições análogas.

A legislação, fruto do Projeto de Lei nº 1034/2011 da Assembleia Legislativa de São Paulo, teve como justificativa o propósito de coibir o comércio de

produtos que na fabricação ou em qualquer de suas etapas de confecção, tenha havido condutas que favoreçam ou configurem a exploração do trabalho em condições análogas à escravidão.

Ainda a ser citado como exemplo, a cidade de São Paulo, por meio da Lei Municipal nº 16.606 de, 29 de dezembro de 2016, impõe multa - de R$ 100.000,00 (cem mil reais) a R$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais) - e a cassação da licença de funcionamento do estabelecimento que, direta ou indiretamente, forem responsabilizados por condutas que configurem redução à condição análoga de escravo.

Oportuno observar outra proposta legislativa, qual seja, o PL 7946/2017, em trâmite perante a Câmara dos Deputados, propõe o acréscimo a Lei nº 4.503, de 30 de novembro de 1964, para determinar a cassação da inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) de empresas que façam uso direto ou indireto de trabalho escravo[243].

De acordo com o projeto, o uso direto ou indireto de trabalho escravo ou análogo ao de escravo deverá ser comprovado por meio de processo administrativo ou judicial.

Note-se que, ademais da suspensão da inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), os dirigentes ficarão impedidos de atuar no mesmo setor no interregno de dez anos.

Outro relevante aspecto presente no projeto de lei refere-se à fixação de igual penalidade para empresas que adquirirem, “com conhecimento do fato”, produtos oriundos da exploração laboral análoga a de escravo.

[243] Em abril de 2018 a Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, a proposta está pendente de aprovação conclusiva pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania. Disponível em: < http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2142646>. Acesso em: 17 jun. 2018.

As iniciativas mencionadas são reflexos da tentativa de enfrentamento do crime no Brasil, isto é, intenta-se, por meio de sanções às empresas que fazem uso desse expediente, desestimular práticas desumanas e anticompetitivas.

2.3.3.2. As listas emitidas pelo Ministério do Trabalho

Ainda como exemplo de como o Estado brasileiro vem buscando coibir a prática da exploração laboral análoga a de escravo, merece especial referência a denominada "lista suja", criada em 2004, por meio da Portaria nº 540/04 do Ministério do Trabalho e Emprego, consistente no cadastro de empregadores que se utilizam desse tipo de mão de obra.

Isto é, de acordo com a portaria, com a inclusão no cadastro, o nome da empresa lá permaneceria por dois anos, desde que não reincidente em tal prática. Ainda, tendo em vista se tratar de procedimento administrativo, não haveria necessidade de condenação judicial para a inclusão na relação de empresas flagradas. Como consequência, o empregador passaria a enfrentar restrições de fornecimento de crédito por parte de instituições, algumas privadas e enfrentaria resistência de parceiros comerciais[244].

Essa iniciativa, bastante ressaltada no cenário internacional, em 2014, sofreu um revés, oportunidade em que o Supremo Tribunal Federal deferiu liminar requerida pela Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (ABRAINC), obstando a divulgação da relação de empregadores responsabilizados administrativamente pela utilização desse tipo de mão de obra[245]. A liminar restou cassada em maio de 2016, no entanto, sua divulgação ocorreu apenas em março de 2017.

Em 2017, foi editada pelo Ministério do Trabalho a Portaria 1.129, a qual foi massivamente criticada, tendo em vista que, ao que tudo indica, para atender os

[244] Posteriormente, surgiram as seguintes Portarias: Portaria nº 540/04; Portarias Interministeriais nº 2, de 12 de maio de 2011, nº 2, de 31 de março de 2015 e nº 4, de 11 de maio de 2016; também as Portarias do Ministério do Trabalho nº 1.129, de 13 de outubro de 2017 e nº 1.293, de 29 de dezembro de 2017. TIMÓTEO, Trabalho em condições análogas à escravidão e a indústria da moda, p. 178.

[245] Descreve Timóteo que: Setores da sociedade civil se articularam e com base na Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/12) solicitaram informações ao governo relativas a empregadores que tiveram decisão administrativa final em processos vinculados à temática do trabalho escravo. Assim, foi possível elaborar uma lista alternativa até que nova portaria fosse publicada pelo governo. *Ibid*.

interesses da bancada ruralista, restringiu os conceitos e, consequentemente, as possibilidades de aplicação do artigo 149 do Código Penal[246].

Isto pois, passa a compreender como trabalho forçado apenas "aquele exercido sem o consentimento por parte do trabalhador e que lhe retire a possibilidade de expressar sua vontade". Do mesmo modo, diz ser jornada exaustiva "submissão do trabalhador, contra a sua vontade e com privação do direito de ir e vir, a trabalho fora dos ditames legais aplicáveis a sua categoria". Ainda, por condição degradante compreende-se os "atos comissivos de violação dos direitos fundamentais da pessoa do trabalhador, consubstanciados no cerceamento da liberdade de ir e vir, seja por meios morais ou físicos, e que impliquem na privação da sua dignidade". Por fim, descreve ser a condição análoga à de escravo a "submissão do trabalhador a trabalho exigido sob ameaça de punição, com uso de coação, realizado de maneira involuntária"[247].

Essa nova conceituação de trabalho análogo ao de escravo, ensejaria maiores dificuldades para a inclusão de empregadores na mencionada "lista suja", tendo em vista fornecer parâmetros mais restritivos se comparados aos utilizados pelos fiscais do trabalho.

Do mesmo modo, a divulgação da "lista suja", cujo detalhamento fica a cargo da DETRAE, passaria a ser de incumbência da Secretaria de Inspeção do Trabalho (SIT) e a divulgação realizada mediante determinação expressa do ministro do trabalho. Ainda, para a comprovação da condição análoga a de escravo, atualmente realizada por meio de relatório circunstanciado de ação fiscal elaborado pelo auditor fiscal, também seria necessária a juntada de boletim de ocorrência policial.

A referida Portaria, após manifestações da sociedade civil e organismos internacionais e a ADPF 489/DF, restou suspensa cautelarmente pela Ministra do Supremo Tribunal Federal Rosa WEBER. Segundo a qual a Portaria

---

[246] Nesse influxo, merece destaque as críticas ofertadas por REALE JÚNIOR em reportagem divulgada pelo jornal O Estado de São Paulo. Disponível em: <https://opiniao.estadao.com.br/noticias/geral,uma-portaria-que-envergonha-o-pais,70002071490>. Acesso em: 24 jun. 2018.

[247] Disponível em: <https://opiniao.estadao.com.br/noticias/geral,uma-portaria-que-envergonha-o-pais,70002071490>. Acesso em: 24 jun. 2018.

> ao restringir indevidamente o conceito de "redução à condição análoga a escravo", vulnera princípios basilares da constituição, sonega proteção adequada e suficiente a direitos fundamentais nela assegurados e promove desalinho em relação a compromissos internacionais de caráter supralegal assumidos pelo Brasil e que moldaram o conteúdo desses direitos[248].

Assim sendo, em 29 de dezembro de 2017 o Governo recuou e nova portaria foi editada. Desta forma, a Portaria nº 1.293/17 reestabeleceu os marcos de fiscalização do trabalho em condições análogas à escravidão.

Não há dúvidas de que essas medidas tem um propósito de desestimular o crime ao gerar impactos negativos para a reputação da empresa envolvida com escândalos dessa natureza. Note-se, por outro lado, que todas as ações para lidar com a questão devem vir acompanhadas de estratégias para que as empresas possam, ademais de reparar o dano acarretado, se regularizar e continuar gerando empregos.

A mera coerção ou exposição vexatória das empresas desacompanhada de outros estímulos para a formalização do negócio apenas fomentam que essas desloquem sua produção para outras localidades, consequentemente, proporcionam a baixa produção local, a diminuição da contratação e fuga de capital para outros territórios.

Como parte da adequação, o ideal seria o incentivo para que essas empresas, ademais da regularização das questões trabalhistas, investissem na capacitação dos profissionais, mantendo, assim, empregos de forma digna e sem afugentar os negócios do país.

2.4. DIGNIDADE SEXUAL E A INDÚSTRIA DA MODA

Outra questão bastante sintomática e de preocupação para o direito penal da moda são as agressões sexuais, visto que, ademais de provavelmente serem os crimes que mais geram reações na opinião pública[249], podem não só estigmatizar aquele diretamente apontado como infrator, mas também redundar em questionamentos às empresas e marcas que se relacionam com o autor.

---

[248] STF, ADPF nº 489/DF. Rel: Min. Rosa Weber. Sobre o tema: TIMÓTEO, Trabalho em condições análogas à escravidão e a indústria da moda, p. 178–180.

[249] SILVEIRA, **Crimes sexuais: bases críticas para a reforma do direito penal sexual**, p. 294.

Relembre-se, neste aspecto, que, em 2019, a marca de luxo Louis Vuitton foi alvo de polêmica ao criar, pelas mãos de Virgil Abloh, uma coleção masculina (outono-inverno 2019) inspirada em Michael Jackson. Na oportunidade foram desfiladas, em 17 de janeiro, camisetas com ilustrações dos pés e calçados dançantes do cantor, além de referenciar o estilo do artista com mocassins, luvas brancas, blusas de lantejoulas e camisas brancas.

O problema teve início quando, em 25 de janeiro, foi ao ar no Festival de Cinema de Sundance, o documentário "Leaving Neverland", o qual trazia acusações feitas por Wade Robson e James Safechuck de abusos sexuais que teriam sido praticados pelo astro do pop quando esses ainda eram crianças.

A situação que ganhou projeção após a veiculação, em 04 de março de 2019, do mencionado documentário no canal HBO, reunindo 3,67 milhões de telespectadores em sua primeira semana de exibição, tornando a matéria a mais exibida do canal televisivo na última década[250].

A publicização redundou no debate inflamado nas redes sociais e ensejou em boicotes ao artista, levando, por exemplo, que suas canções parassem de ser reproduzidas em rádios; na retirada pelo Los Angeles Lakers da música do cantor, "Beat it", como parte do entretenimento no jogo[251]; e no cancelamento do musical "Don't stop 'til you get enough" sobre o artista previsto para ser lançado, em 2019, em Chicago.

Transversalmente, a repercussão do documentário acabou por também impactar na Louis Vuitton, empresa avaliada em torno de 28 bilhões de dólares, tendo em vista que sua coleção, a segunda a ser desfilada pelo diretor criativo Abloh, foi negativamente associada a imagem de Michael Jackson, escrutinado pelas acusações de violações sexuais contra menores.

---

[250] Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/louis-vuitton-has-a-michael-jackson-problem> Acesso em: 08 jan. 2020.
[251] Disponível em: <https://www.msn.com/en-us/sports/nba/lakers-ditch-michael-jackson-song-in-wake-of-documentary/ar-BBUAcyF>. Acesso em: 08 jan. 2020.

Como resultado, com escora de se afastar da repercussão negativa a grande marca de luxo comunicou que o documentário causou "grande dor" e que não tinha conhecimento do material quando a coleção foi desfilada. Ainda, informou que não comercializaria as peças desfiladas. No mesmo esteio, o presidente e CEO, Michael Burke, veio a público dizer que as acusações eram perturbadoras e ressaltou a preocupação da marca francesa com "a segurança e o bem-estar da criança"[252].

Note-se que, embora o caso não tivesse relação direta com a empresa de moda, verifica-se que bastou a coleção criativa, vale dizer, desfilada antes da divulgação do documentário, referenciar ou se inspirar no artista envolto em acusações de natureza sexual para que essa fosse questionada e instada a se manifestar.

Neste esteio, rememora-se também que, em junho de 2019, uma acusação de estupro envolvendo o jogador de futebol Neymar Jr. forçou seus patrocinadores, como Red Bull, MasteCard e Nike, a revelarem em público suas preocupações. Em nota, a empresa norteamericana Nike Inc. comunicou: "Estamos profundamente preocupados com essas acusações e seguimos acompanhando de perto a situação"[253].

Os casos mencionados denotam a necessidade de um olhar panorâmico a ser feito pelas empresas de moda, isto é, aquele que transcende o mero ato de produzir bens materiais, visto que essa nova era exige atenção para as questões éticas e posicionamento sobre questões sociais importantes.

Ainda, a demonstrar o impacto dos ataques sexuais para a indústria da moda, necessário se faz tratar pontualmente sobre o assédio sexual.

Não são raros os casos de absuo sexual nas indústrias criativas, sobretudo envolvendo artistas, modelos, maquiadores, fotógrafos, *designers* e criadores. Em especial, o ano de 2017, restou marcado pelos escândalos e denúncias relacionadas a

---

[252] Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/a26832821/louis-vuitton-pulls-michael-jackson-pieces/>. Acesso em: 08 jan. 2020.
[253] Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2019/06/profundamente-preocupados-diz-nike-sobre-acusacoes-de-estupro-contra-neymar/>. Acesso em 08 jan. 2020.

essas situações na indústria cinematográfica, colocando em xeque, inclusive, a reputação de importantes nomes de Hollywood[254].

Esses episódios redundaram em uma série de movimentos informais de enfrentamento ao assédio sexual, tal como o aquele iniciado no *twitter* com a utilização da *hashtag* "*Me too*", ilustrando uma significativa mudança na forma como essas questões têm sensibilizado a opinião pública, as organizações não governamentais e provocado a formação de iniciativas que se pulverizam com velocidade nas redes sociais.

Esses relatos de ataques sexuais não ficaram apenas na cena Hollywoodiana, mas se aproximaram também da indústria da moda, como se deu, por exemplo, com a não renovação de contrato pelo grupo Condé Nast, responsável, dentre outras, pelas revistas Vogue, GQ e Glamour, com o fotógrafo nova-iorquino, Terry Richardson[255], que há anos vinha sendo acusado por modelos pela prática de assédio sexual[256].

No mesmo sentido, veio a público graves acusações contra os famosos fotógrafos Mario Testino e Bruce Weber, os quais igualmente tiveram seus nomes maculados, ensejando no rompimento de parcerias profissionais e na estigmatização desses profissionais conhecidos na indústria da moda.

Especificamente no caso de Testino, foram noticiados relatos da década de 1990, de que havia assediado sexualmente treze assistentes e modelos masculinos[257]. O escândalo redundou no cancelamento de contratos com diversas marcas, como a Condé

---

[254] Dentre outros, relembre-se o escândalo envolvendo o ex-produtor Harvey Weinstein, acusado de agredir sexualmente mais de setenta mulheres. Disponível em: < https://www.reuters.com/article/us-people-harvey-weinstein/harvey-weinstein-loses-bid-to-have-rape-trial-moved-out-of-new-york-city-idUSKBN1WI26D>. Acesso em: 16 out. 2019.

[255] Richardson, fotógrafo de moda americano, já produziu fotos para campanhas de importantes marcas como Gucci, Hugo Boss e Levi's, bem como já fotografou diversos editoriais para a Vogue, Harper's Bazaar e GQ. Ainda, trabalhou com nomes como Beyoncé, Lady Gaga e Miley Cyrus.

[256] A decisão do grupo Condé Nast incluiu a comunicação dos funcionários de que todos os trabalhos encomendados ao fotógrafo e ainda não publicados fossem substituídos. A comunicação foi feita via *e-mail* pelo vice-presidente e diretor de operações, James Woolhouse. Disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/news/2017/10/23/exclusive-terry-richardson-banned-working-vogue-leading-mags/. Acesso em: 12 jan. 2020.

[257] Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/01/13/style/mario-testino-bruce-weber-harassment.html>. Acesso em: 16 out. 2019.

Nast, Burberry, Michael Kors. Ainda, ensejou no encerramento das atividades da agência que levava o seu nome[258].

Na moda essas situações são fruto, dentre outros, dos "obstáculos sistêmicos" impostos para o ingresso nessa indústria, eis que seletiva e de poucas oportunidades, já que consolidada em um sistema de obsolescência e pertencente a um mercado econômico sustentado em "elementos culturais não econômicos, como estilo, beleza e estética"[259]. Essas circunstâncias acabaram por fomentar esses tipos de vulnerações e a criação de um comportamento de naturalização com essas ocorrências desestimulando as denúncias das vítimas desses comportamentos predatórios[260].

No caso específico dos modelos, percebe-se que esses, a exemplo do que ocorre com as criações de moda, também estão sujeitos ao valor estético do momento, as flutuações temporais e as exigências do mercado, já que é por meio deles que a moda se comunica.

Acresce-se a isso a ainda incansável busca pelo setor por novos rostos e corpos, preferivelmente, joviais, magros e altos[261]. Ou seja, a vida útil profissional dos modelos tende a ser curta e facilmente substituível, inclusive em razão da grande oferta de candidatos, já que não demanda experiência, treinamento ou formação educacional, bastando corresponder ao perfil do mercado naquele momento e passar nos escrutínios das agências, as quais investirão apenas naqueles com potencial viabilidade comercial.

Naturalmente, essas conjunturas os expõe há uma série de vulnerações, desde a execução de trabalhos exaustivos por baixos "cachês", sem descanso e alimentação adequada, até o assédio sexual, em troca de notoriedade, posição, um trabalho, uma carreira um pouco mais duradoura ou, ainda, para evitar retaliações.

---

[258] Disponível em: <https://wwd.com/business-news/media/mario-testinos-creative-agency-closes-in-new-york-adjusts-in-london-1202682627/>. Acesso em: 16 out. 2019.

[259] PACCIONE, Anais V, On trend: continuing the effort to inspire fashion industry reform and protect underage fashion models, **Seton Hall Legislative Journal**, v. 41, n. 2, p. 413–436, 2017, p. 415.

[260] Menciona-se que grande parte das agressões sexuais se dão contra mulheres, adultas ou menores de idade, sendo que os fatores biológicos e ambientais podem explicar, ao menos em parte, a escolha do grau do atentado. *Ibid*., p. 280.

[261] Neste contexto de estereótipos na moda, importante mencionar que, em 2009, após uma grande polêmica, foi firmado TAC entre o Grupo Luminosidade e o Ministério Público do Estado de São Paulo para a inclusão de afrodescentes e indígenas nos desfiles. GODOY; COSTA, Direito de imagem e sua evolução com o mercado da moda no Brasil, p. 159.

Situações essas que são ainda mais correntes quando envolvem modelos menores de idade ou aqueles que saem de suas cidades em busca de oportunidade em localidades que sediam as tradicionais semanas de moda.

De acordo com a legislação pátria, pune-se o assédio sexual[262], com pena de 1 (um) a 2 (dois) anos, podendo ser aumentada em até um terço se a vítima é menor de 18 (dezoito) anos. Consoante dicção do artigo 216-A do Código Penal, compreende-se como tal a conduta de "constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função".

Para o perfazimento do crime, necessário se faz a existência de uma relação de trabalho seja ela pública ou particular, visto que há um aproveitamento do autor de sua condição de superioridade hierárquica ou ligação de domínio, influência, respeito ou mesmo temor reverencial[263].

Ainda, é aplicável a causa de aumento de pena de até um terço se a vítima é menor de dezoito anos, fruto da Lei nº 12.015/2009 que incluiu o § 2º no artigo 216-A, considerando-se o maior desvalor do resultado, tendo em vista a maior vulnerabilidade da vítima.

Observe-se que, não obstante a responsabilidade criminal pelo crime seja pessoal, ou seja, atribuível ao ofensor, vê-se que a dinâmica do crime, dentro de uma esfera empresarial, bem como em razão da estigmatização proporcionada pelo delito sexual, igualmente expõe a reputação da organização, tendo como possível reflexo a resposta negativa dos demais colaboradores, dos consumidores e do mercado.

Desta forma, essas situações, uma vez descortinadas, ademais de desencadearem em ações trabalhistas, reparações financeiras e na responsabilização criminal pessoal, refletem no clima laboral e na percepção em relação a aquela empresa

[262] Na opinião de Silveira, essa figura deveria ser retirada do descritivo penal, "dando maior e melhor resposta às suas eventuais vítimas, reservando-as a áreas mais proativas, como as de reparação financeira no Direito Civil. *Ibid*., p. 360.
[263] PRADO, Luiz Regis, **Curso de direito penal brasileiro**, São Paulo: Thomson Reuters, 2018.

que não soube identificar, reprimir e evitar a exposição ou vulneração de seus funcionários.

2.5. ASSÉDIO MORAL NA INDÚSTRIA DA MODA

Ainda como questão de interesse para o direito penal da moda verifica-se o assédio moral. Isto pois, embora não seja conduta punível pela legislação pátria, tendo em vista proposta legislativa pela sua criminalização, tal não pode ser ignorado, já que, como se verá, não são isolados os casos envolvendo práticas dessa natureza na indústria criativa, incluindo-se a da moda.

Verifica-se que a economia globalizada, cada vez mais competitiva e demandante de produtividade, fomentou o aumento de tensões e conflitos no ambiente empresarial, surgindo noveis riscos para a saúde dos colaboradores, os quais restam agravados nos momentos de enfrentamento de crises econômicas e a natural disputa por um espaço no mercado de trabalho.

Isto é, alterou-se sensivelmente a rotina de trabalho, sendo cada vez maiores as exigências por maior produtividade no menor dispêndio tempo, a concorrência entre profissionais especializados, o esforço intelectual em detrimento do físico, a disponibilidade para as tarefas sem limite de horário e o acúmulo de funções[264]. Situação agravada com o surgimento de novas tecnologias como os telefones celulares, *e-mails*, *whatsapp* e outros instrumentos que permitem o trabalho remoto, em uma verdadeira confusão entre o espaço corporativo e a vida privada do colaborador.

Como sintoma desses novos tempos, ainda que de forma imperceptível, tem-se o comprometimento da qualidade de vida e de saúde, ou seja, ademais dos já conhecidos acidentes laborais, desencadeiam transtornos como a depressão, a ansiedade, síndrome de *Burnout*[265], problemas digestivos, insônia e perda da autoestima[266].

---

[264] ROJAS RIVERO, Gloria P, Códigos de buenas práticas contra el acoso sexual y acoso moral (artículo 48 LO 3/2007), *in*: GOÑI SEIN, José (Org.), **Ética empresarial y códigos de conducta**, [s.l.]: La Ley, 2011, p. 460.

[265] De acordo com a CID-11, define-se como *Burnout* a " síndrome conceituada como resultante do estresse crônico no local de trabalho que não foi gerenciado com sucesso. É caracterizada por três dimensões: sentimentos de exaustão ou esgotamento de energia; aumento do distanciamento mental do

Se tal situação é verificável como um todo na sociedade contemporânea, verifica-se que resta agravada na indústria da moda. Isto pois, para além da já mencionada informalidade do setor, trata-se de segmento que demanda eficiência, celeridade e decisões assertivas. Afinal, uma coleção de moda que não represente vendas significa relevante prejuízo econômico. Mais que isso, os profissionais são impulsionados ao limite para que criem mesmo sem as condições ideais para tanto, como tempo e tranquilidade.

Neste ponto, a demonstrar, uma vez mais, o poder da comunicação e das redes sociais na promoção de mudanças, recorda-se que constantemente surgem iniciativas na *internet* para dar visibilidade a episódios de excessos na indústria da moda. Em especial, menciona-se o perfil criado no *instagram Fashion Assistents*. A ideia inicial da conta era, por meio de *memes*, satirizar as dificuldades enfrentadas por profissionais de moda, no entanto, passou a ser um canal de denúncia para os abusos, trazendo relatos que vão desde a falta de pagamento por trabalho realizado, situações vexatórias enfrentadas por esses profissionais e casos de assédio moral e sexual.

O ritmo laboral da contemporaneidade e a própria aceitação desse fenômeno, por vezes, acaba por mascarar situações de assédio moral e, por vezes, como já analisado, o assédio sexual no ambiente do trabalho.

Consequentemente, não são adotadas estratégias preventivas para evitá-las, como banir "a direção por ameaças, a gestão por medo, os comportamentos manipulativos"[267]. Ou seja, não são tomadas providências como o estabelecimento de

> critérios objetivos de redução da precariedade laboral como forma de evitar estratégias agressivas de superveniência; implantando sistemas de promoção não perversos ou de clientela, com regras claras e critérios objetivos; e continuando com a definição e comunicação de uma política sobre violência na organização[268].

---

próprio trabalho, ou sentimentos de negativismo ou cinismo relacionados ao próprio trabalho; e redução da eficácia profissional".

[266] ROJAS RIVERO, Códigos de buenas práticas contra el acoso sexual y acoso moral (artículo 48 LO 3/2007), p. 461.

[267] *Ibid*., p. 464.

[268] *Ibid*.

Neste sentido, menciona-se o Projeto de Lei 4742/2001 da Câmara dos Deputados, de autoria do Deputado Marcus de Jesus, que propõe a inclusão no Capítulo VI, dos crimes contra a liberdade individual, seção I, dos crimes contra a liberdade pessoal, do Código Penal do crime de "assédio moral no trabalho".

De acordo com o projeto passaria a ser crime punido com pena de detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano e multa, sanção idêntica ao quanto previsto para o crime de constrangimento ilegal (artigo 146 do Código Penal) a conduta de "desqualificar reiteradamente, por meio de palavras, gestos ou atitudes, a auto-estima, a segurança ou a imagem do servidor público ou empregado em razão de vínculo hierárquico funcional ou laboral".

O texto inicial restou substancialmente alterado após aprovação de emenda da relatora, Deputada Margarete Coelho, da Comissão de Constituição de Justiça e de Cidadania. O novo texto embora consigna que a Lei visa "tipificar o crime de assédio moral" não emprega a expressão "assédio" e suprime o nome inicialmente dado ao tipo penal, qual seja, "assédio moral no trabalho".

Conforme as modificações, tipificando a conduta de "ofender reiteradamente a dignidade de alguém causando-lhe dano ou sofrimento físico ou mental, no exercício do emprego, cargo ou função". Note-se que a versão "desqualificar reiteradamente", constante na redação inicial, é substituída por "ofender reiteradamente".

No tocante a pena, o Projeto com as suas modificações, estabelece como pena detenção de 1 (um) a 2 (dois) anos e multa, além da pena correspondente à violência, ou seja, reprimenda maior daquela prevista para o crime de lesão corporal, isto é, detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano.

Verifica-se que no texto original, dada a ausência de qualquer menção quanto a ação penal, o crime seria de ação penal pública incondicionado, no entanto, a emenda prevê que o crime se procede mediante representação e, de forma desnecessária, dispõe que será "irretratável", o que é pressuposto das ações penais condicionadas à representação do ofendido.

Ainda, a alteração, identificando a maior reprovabilidade da conduta dada a vulnerabilidade da vítima, inclui, no §2º, causa de aumento de até um terço se a vítima é menor de 18 (dezoito) anos.

Uma vez aprovada questiona-se se para fins da Justiça do Trabalho como seria interpretado o assédio moral[269].

Embora pela legislação atual não seja punível o assédio moral, verifica-se um empenho legislativo em torná-lo crime, o que, uma vez sancionada, certamente repercutirá nas relações estabelecidas na moda e, portanto, pelos motivos delineados anteriormente, como a recorrência dessas situações na indústria em comento, de interesse ao direito penal da moda.

2.6. CRIMES AMBIENTAIS NA INDÚSTRIA DA MODA

Ainda como problemática sensível ao *criminal fashion law*, verifica-se também os crimes ambientais, constatáveis no setor calçadista, têxtil e de confecção e joalheria.

Em relação ao setor joalheiro, deve-se lembrar sobre a procedência incerta de elementos minerais utilizados em joias, os quais, por vezes, partem de zonas de conflitos, como a de Serra Leoa os denominados "diamantes de sangue", geralmente obtidos com clara violação ao meio ambiente e aos direitos humanos[270].

---

[269] Segundo dados extraídos do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região, com a reforma trabalhista, por força da Lei 13.467/2017, reduziram-se sensivelmente as ações versando sobre assédio moral se comparadas com anos anteriores, acredita-se que por receio de requerer judicialmente danos morais pautados em questões subjetivas. Ao que tudo indica, uma vez adotada a definição dada ao artigo 146-A que exige que a ofensa seja de forma reiterada os pleitos naquela esfera tendem a diminuir ainda mais, o que não necessariamente pode significar não a diminuição dos casos de assédio, mas o desestímulo dos trabalhadores em relatá-los. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-jan-25/acoes-pedindo-assedio-moral-despencam-justica-trabalho-sp>. Acesso em: 05 abr.2019.

[270] A Organização das Nações Unidas, em 2000, interessada em colocar fim aos denominados diamantes Guerra, em reunião ocorrida em Kimberley na África do Sul, traçou estratégias, tal como a criação de um certificado Kimberley que pudesse atestar a procedência da gema. Sobre o tema, *vide*: MARQUES, Rafael, **Diamantes de sangue: corrupção e tortura em Angola**, Lisboa: Tinta da China, 2011, p. 47 e ss. No mesmo sentido: CAMPBELL, Greg, **Blood Diamonds: tracing the deadly path of the world's most precious stones**, Cambridge: Basic Books, 2004, p. 79 e ss. Outra certificação a ser mencionada é o Cerificado *Fairtrade*, emitido para os produtos que cumprem os *standards* meioambientais e laborais.

No Brasil, a questão ainda é agradava ao se considerar sua riqueza mineral que potencializa episódios de danos ambientais e sociais em face de garimpos clandestinos, sobretudo em regiões como Minas Gerais, Pará[271] e Roraima[272].

Observa-se ainda que o Brasil, dada sua extensão territorial, é detentor de um dos maiores rebanhos do mundo[273] e, ademais de importante exportador de carne e couro, abriga importantes polos coureiros-calçadistas, como o do Vale dos Sinos, situado no Rio Grande do Sul, e em Franca, no interior do Estado de São Paulo[274].

Naturalmente, a importância do setor calçadista para economia nacional com a produção de bolsa, sapatos, cintos e outros acessórios também revela suas fraquezas. Ademais do uso excessivo de água e da produção de efluentes líquidos, sólidos e gasosos[275], o desmatamento para a pastagem de gados, as queimadas para renovação da pastagem, bem como a erosão causada pelo contato do gado no solo, acarretando a diminuição de infiltração da água[276].

Relembre-se que o ano de 2019 foi marcado por inúmeras queimadas na Floresta Amazônica, com aproximadamente 50.000 focos de incêndios, desastre que, de

---

FASSON LLOSA, Annalucia, Moda sostenible o sustentable, *in*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.), **Fashion law: direito da moda2**, São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 221.

[271] Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/esquema-ilegal-envolvendo-garimpeiros-no-para-movimenta-20-toneladas-de-ouro-da-amazonia-por-ano-23823354>. Acesso em: 25 nov. 2019.

[272] Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/pf-desmonta-grupo-que-vendeu-r-145-mi-em-ouro-de-garimpos-clandestinos-no-oiapoque/>. Acesso em: 25 nov. 2019.

[273] De acordo com Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB), O Brasil é o quinto maior produtor de couro, ao lado da Índia, China, EUA e Itália. Disponível em: <http://www.cicb.org.br/cicb>. Acesso em: 10 dez. 2019.

[274] PACHECO, José Wagner Faria, **Curtumes**, São Paulo: CETESB- Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental, 2005, p. 13 e 14.

[275] Verifica-se que, "na etapa do processamento, cerca de 30 a 35% da pele bruta úmida e salgada é potencialmente convertida em couro. O restante da pele, juntamente com o excesso de produtos químicos e o enorme volume de água, constitui os resíduos sólidos e os efluentes líquidos desse processo produtivo". DIAS, Silvia Eleni Vechim; CARLONI, Alessandro Ramos; MELO JÚNIOR, Tadeu Artur de, Resíduos e efluentes gerados pelos curtumes de franca: uma análise considerando as novas exigências internacionais, **Revista Eletrônica "Diálogos Acadêmicos"**, v. 7, n. 2, p. 49–66, 2014, p. 51.

[276] BONATTI, Gisele Alves, A logística reversa como instrumento da redução dos impactos ambientais da indústria da moda, *in*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.), **Fashion law: direito da moda**, Belo Horizonte: D'Plácido, 2019, p. 199.

acordo com pesquisadores, está potencialmente conectado ao mau uso das terras para a pastagem na região[277].

Neste ponto, tendo em vista o contexto atual de que as empresas de moda desejam ser vistas como ambientalmente responsáveis, diversas marcas de moda estrangeiras, até então receptoras do couro brasileiro, passaram a suspender a importação dessa matéria prima do Brasil, no claro intento de distanciar-se da exposição negativa de ter seus nomes vinculados a esse desastre ambiental[278].

Ainda, recorda-se que não só são o setor coureiro proporciona vulnerações ambientais, mas a indústria têxtil é considerada a segunda mais poluidora do mundo, ficando atrás apenas da indústria do petróleo, sendo responsável por de 10% da emissão global de carbono[279], Mais que isso, tendo em vista operar de maneira linear, ou seja, pautada na produção, consumo e descarte, naturalmente, as empresas do setor estão expostas a responder criminalmente por infrações ao meio ambiente[280].

---

[277] Disponível em: <https://www.greenpeace.org/usa/wp-content/uploads/legacy/Global/usa/report/2010/2/amazon-cattle-footprint.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2019. No mesmo sentido, relatório de 2016 do Food and Agriculture Organization of the United Nations. Disponível em: <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/en/c/425600/>. Acesso em: 10 dez. 2019. Importante relembrar que, em 1998, um incêndio de grandes proporções em Roraima foi determinante para a aprovação da Lei dos Crimes Ambientais. COSTA, Helena Regina Lobo da, **Proteção penal ambiental: viabilidade, efetividade, tutela por outros ramos do direito**, São Paulo: Saraiva, 2010, p. 141.

[278] Dentre outras marcas, menciona-se a H&M, a Inditex e a VF Corporation, uma das principais empresas de vestuário e calçados norteamericana e detentora das marcas internacionais Vans, Timberland e North Face. Em comunicado, esse último grupo declarou que suspenderia a importação do Brasil até a retomada da "confiança e garantia de que os materiais utilizados em nossos produtos não contribuem para danos ambientais no país". Disponível em: < https://www.nytimes.com/2019/09/05/world/americas/h-m-leather-brazil-amazon-fires.html>. Acesso em 10 dez. 2019. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2019/08/30/business/vf-corp-brazilian-leather-amazon-scli-intl/index.html>. Acesso em 10 dez. 2019.

[279] Disponível em: <https://www.sustainyourstyle.org/old-environmental-impacts>. Acesso em: 18 dez. 2019.

[280] Dentre outras tipificações previstas na Lei dos Crimes Ambientais, Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, são particularmente importantes para o direito penal da moda: Artigo 33. "Provocar, pela emissão de efluentes ou carreamento de materiais, o perecimento de espécimes da fauna aquática existentes em rios, lagos, açudes, lagoas, baías ou águas jurisdicionais brasileiras: Pena - detenção, de um a três anos, ou multa, ou ambas cumulativamente"; Artigo 54. "Causar poluição de qualquer natureza em níveis tais que resultem ou possam resultar em danos à saúde humana, ou que provoquem a mortandade de animais ou a destruição significativa da flora: Pena - reclusão, de um a quatro anos, e multa"; Artigo 56. "Produzir, processar, embalar, importar, exportar, comercializar, fornecer, transportar, armazenar, guardar, ter em depósito ou usar produto ou substância tóxica, perigosa ou nociva à saúde humana ou ao meio ambiente, em desacordo com as exigências estabelecidas em leis ou nos seus regulamentos: Pena - reclusão, de um a quatro anos, e multa".

Neste ponto, importa relembrar que com a chegada do *fast fashion* nos idos dos anos 90 e a aceleração do ritmo das coleções e a inserção no mercado de roupas em valores mais baixos do que aqueles pactuados anteriormente, os varejistas passaram a investir no volume de vendas como estratégia para manter seus negócios, redundando, dentre outros, na extração de recursos não renováveis para fomentar a superprodução.

Os efeitos destes excessos, isto é, da forma impensada de consumir, já podem ser percebidos, como com danos ambientais proporcionados com descartes de produtos químicos na fabricação de artigos têxteis e o descarte de materiais que a natureza é incapaz de absorver.

A produção têxtil é altamente dependente de energia fóssil, tendo em vista que as fibras sintéticas como poliéster e poliamida são produzidas a partir do petróleo, as quais representam, de acordo com a Food Agriculture Organization of the United Nations e International Cotton Advisory Committee, mais de 60% da demanda global de fibras para vestuário[281].

Soma-se a isso o fato de que a produção de artigos de moda demanda uma série de recursos naturais, como a água para o cultivo de matérias primas como o algodão e para o tingimento de fibras e fios têxteis, sendo necessários, por exemplo, de 7.000 a 11.000 litros para a fabricação de um jeans, sendo que quase a totalidade da

[281] Disponível em: <http://www.fao.org/home/en/>. Importante referência deve ser feita ao estudo realizado pelo King's College London que identificou que mais de 90% dos microplásticos presentes no ar de Londres são provenientes de tecidos desgastados como roupas, tapetes e estofados. WRIGHT, S L *et al*, Atmospheric microplastic deposition in an urban environment and an evaluation of transport, **Environment International**, n. September, p. 1–7, 2019, p. 6. Menciona-se ainda que os Estados Unidos vêm propondo legislações para enfrentar a crise da poluição por plásticos, sinalizando que essas iniciativas podem também se estender para as microfibras que desprendem materiais à base de petróleo, como poliéster, acrílico e nylon. Sobre isso, *vide:* https://sourcingjournal.com/topics/sustainability/legislation-microfiber-pollution-plastic-polyester-clothing-synthetic-188027/. Acesso em: 08 jan. 2020. Neste aspecto, cite-se projeto de lei apresentado pela California State Assembly de 2018 propõe que as roupas com mais de 50% de poliéster só poderiam ser vendidas se levassem um aviso na etiqueta sobre a liberação de microplásticos durante a lavagem. Disponível em: <https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=201920200AB129>. Acesso em: 08 jan. 2020. Ainda, a União Europeia intenciona proibir 90% dos microplásticos que são adicionados, dentre outros, em produtos como cosméticos, tintas e detergentes. Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/society/20180830STO11347/a-estrategia-da-ue-como-reduzir-os-residuos-de-plastico>. Acesso em: 08 jan. 2020.

água utilizada retorna para a natureza poluída com pigmento do índigo e outros resíduos químicos[282].

Complementarmente, durante a produção de fibras naturais, além da emissão de gases de efeito estufa, faz-se o uso de agroquímicos como pesticidas, inseticidas, fertilizantes, fungicidas e processos de adubação química e sintética[283], contaminadores do solo, da água, podendo refletir na fauna.

Não menos danosa, as fibras sintéticas, além de demandarem recursos naturais para a produção, como barris de petróleo para originar o poliéster e árvores para a obtenção da celulose para produzir a viscose, demoraram mais de 200 anos para se decompor.

Ainda, no processo de fiação, tecelagem, beneficiamento e lavanderias industriais, ademais de exigir o uso excessivo de água, são utilizados materiais tóxicos e gerados resíduos industriais e substâncias poluentes sem o devido tratamento (efluentes líquidos) e outros resíduos como aqueles utilizados para o desgaste do tecido, como pedra-pomes, líxívia e pergamanato de potássio.

Acresce-se a tal quadro o fato de que os artigos de vestuário são produtos complexos, ou seja, criados a partir da junção de diferentes materiais, o que dificulta sobremaneira a possibilidade de reciclagem, ou seja, as peças têm um ciclo de vida[284] curto e os resíduos têxteis acabam em aterros sanitários ou são incinerados.

---

[282] Disponível em: <https://www.thefashionlaw.com/home/how-many-gallons-of-water-does-it-take-to-make-a-single-pair-of-jeans>. Acesso em: 18 dez. 2019; <https://www.fashionrevolution.org/the-future-of-denim-part-3-waste-not-water-not-innovation/>. Acesso em: 18 dez. 2019; <https://www.savingthegrace.com/blog/2018/9/7/the-problem-with-jeans-5-water-sustainable-jean-brands>. Acesso em: 18 dez. 2019. Sobre tendências ambientais, menciona-se "A escassez de água e energia observada em alguns países tem enfatizado a visão sombria de um mundo em que a depleção dos recursos naturais ocorre a uma taxa maior do que sua reposição. A ampliação das bases de consumo no período de crescimento global não foi totalmente eliminada pelas crises financeiras e econômicas. Se os países passaram a crescer menos, o consumo foi mantido em patamares elevados. Nesse contexto, a moda só fez enfatizar suas características de expansão de oferta de produtos e de encurtamento de seus ciclos de vida". BRUNO, **A quarta revolução industrial do setor têxtil e de confecção: a visão de futuro para 2030**, p. 74.

[283] BONATTI, A logística reversa como instrumento da redução dos impactos ambientais da indústria da moda, p. 194–195.

[284] Compreende-se como "ciclo de vida do produto", segundo a Política Nacional de Resíduos Têxteis, artigo 3º, inciso IV, uma "série de etapas que envolvem o desenvolvimento do produto, a obtenção de matérias-primas e insumos, o processo produtivo, o consumo e a disposição final".

No que toca a incineração de produtos, relembre-se que algumas empresas de moda já foram negativamente expostas publicamente por tais práticas. Em verdade, a queima de produtos, imagina-se, forma parte de estratégias empresariais, embora não admitida, de frear as liquidações e a popularização de produtos de luxo não vendidos ou, no que toca as empresas de modelo de *fast fashion*, retirar do mercado mercadorias não comercializadas para abrir espaço para novos.

Em 2018, um programa televisivo dinamarquês "*Operation X*" da TV2, revelou que uma empresa *fast fashion* bastante conhecida, desde 2013, estaria incinerando anualmente aproximadamente 12 toneladas de roupas novas[285]. O impacto da notícia foi absolutamente negativo e a empresa vem tentando se desvincular de tal imagem depreciativa, sobretudo alegando que os produtos queimados foram aqueles que estavam mofados ou que continham elementos químicos em sua composição fora dos limites permitidos[286].

Especificamente em relação a algumas calças jeans modelo *cowboy*, noticiadas pelo programa, a empresa declarou inicialmente que essas seriam queimadas em razão de apresentarem alto nível de chumbo nos detalhes metálicos. Segundo a reportagem,

> a operação X realizou um amplo teste químico e bacteriológico das calças e testou os detalhes metálicos das calças - o zíper, o botão e os rebites - e não contêm chumbo que exceda o valor limite permitido. O teste também não encontrou nenhum outro problema com as calças[287].

Como tentativa de atenuar os reflexos da investigação jornalística, a empresa envolvida disponibilizou em seu site informações sobre o episódio, enfatizando que são raros os produtos levados a combustão e que os produtos referidos na mídia

[285] Algo semelhante ocorreu com a empresa de moda masculina francesa Célio, a qual foi alvo de questionamentos por consumidores pela postura de jogar no lixo roupas novas. A empresa, por sua vez, respondeu as acusações argumentando que as peças descartadas apresentavam defeitos, como buracos, rasgos e manchas. Disponível em: <http://www.euronews.com/2018/02/08/french-store-sparks-outrage-for-tearing-up-discarding-unsold-clothes>. Acesso em: 24 mai. 2018.

[286] Disponível em: <http://about.hm.com/sv_se/news/h-m-foerstoer-inte-funktionsdugliga-klaeder.html>. Acesso em: 24 mai. 2018.

[287] Disponível em: <http://nyheder.tv2.dk/samfund/2017-10-16-hm-derfor-blev-bukserne-braendt>. Acesso em: 24 mai. 2018 (tradução livre).

foram testados em laboratórios externos e que não atendem aos padrões de segurança, ofertando os resultados dos testes que revelaram a inadequação dos produtos[288].

Como dito, as práticas de incinerações de produtos de moda não são verificadas apenas na moda rápida, empresas de luxo destroem roupas, acessórios e perfumes não vendidos, para que não sejam extraviados, comercializados no mercado paralelo ou a baixo custo, diluindo a identidade da marca[289].

Ou seja, curioso notar que, no caso das empresas de luxo, para se preservar a reputação da marca no sentido de manter-se exclusiva, acaba-se por ofuscar sua reputação enquanto organização ambientalmente comprometida, transparente e sustentável.

Neste ponto, sendo a indústria da moda, como visto, responsável por uma grande soma de impactos ambientais, fala-se cada vez mais na adoção da logística reversa para os produtos de moda, presente inclusive na Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305, de 02 de agosto de 2010) que é instrumento de desenvolvimento econômico e social estruturado em ações, procedimentos e meios para viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada[290].

Isto pois, não basta que os consumidores adquiram produtos sustentáveis, comprem menos ou façam o uso prolongado daquilo que compram, o mais eficiente é possibilitar a reinserção daquilo que seria lixo no ciclo da moda[291].

Do mesmo modo, vê-se com bons olhos o movimento de economia circular, oportunidade em que há o retorno dos materiais para o ciclo produtivo, incluindo-se a

---

[288] Disponível em: <http://about.hm.com/sv_se/news/h-m-foerstoer-inte-funktionsdugliga-klaeder.html>. Acesso em: 24 mai. 2018.
[289] Disponível em: <https://www.bbc.com/news/business-44885983>. Acesso em: 08 out. 2019.
[290] Sobre o tema, *vide* detida análise de Bonatti, a qual vê na logística reversa uma medida sustentável e imprescindível para o setor da moda. BONATTI, A logística reversa como instrumento da redução dos impactos ambientais da indústria da moda, p. 209–210.
[291] IRAN, Samira, Sustainable fashion: from production to alternative consumption, *in*: SCHNEIDER, Anna-Maria; JASTRAM, Sarah Margaretha (Orgs.), **Sustainable fashion: governance and new management approaches**, Cham: Springer Nature, 2018, p. 148.

reciclagem (utilização da matéria prima transformada), o *upcycling* (reemprego do material transformando-o em um novo produto)[292] e a compostagem (decomposição de material orgânico)[293].

Recorda-se que a França intenta o desenvolvimento de uma economia circular, dentre outros projetos, verifica-se a tentativa de proibição de descartes de têxteis e roupas não vendidas. Segundo a proposta, pretende-se a aplicação dos basilares princípios utilizados em anos anteriores contra o desperdício de alimentos naquele país[294].

A inciativa é parte de algumas tentativas de solucionar um grave problema europeu, qual seja, o descarte anual de aproximadamente quatro milhões de toneladas de roupas e a entrada anual de cinco milhões de toneladas de roupas novas no mercado[295]. Neste esteio, a França é responsável pelo descarte de 600.000 mil toneladas, dos quais apenas um quarto é reciclado ou destinados para instituições de caridade[296].

Igualmente, ainda na seara de problemáticas ambientais, cumpre notar que com o passar dos anos e a cada vez maior influência dos consumidores na tomada de decisões empresariais, passou-se a ser preocupação das empresas a evitação do uso de peles animais.

---

[292] Uma das iniciativas pioneiras de produção de roupa por meio do *upcycling* foi do Fashion Store Berlim que, com a colaboração de *designers*, transformam o material descartado em roupas com estilo. No Brasil, destaque-se o trabalho que vem sendo desenvolvido pela empresa Comas, que recupera, transforma e resignifica produtos descartados. Disponível em: <https://comas.com.br/>. Acesso em: 18 dez. 2019.

[293] CARVALHAL, André, **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**, São Paulo: Paralela, 2016, p. 214–218.; BONATTI, A logística reversa como instrumento da redução dos impactos ambientais da indústria da moda, p. 204.

[294] Disponível em: <https://www.consultation-economie-circulaire.gouv.fr/la-feuille-de-route-economie-circulaire>. Acesso em: 24 mai. 2018. Em 2017, a França liderou o *ranking* do *Food Sustainability*, o que se deve em parte a iniciativa de proibir o desperdício de alimentos comestíveis. Disponível em: <http://foodsustainability.eiu.com/>. Acesso em: 24 mai. 2018.

[295] Menciona-se que, em 2019, um grupo formado pelas maiores empresas de moda do mundo assinou o *Fashion Pact*, visando tomar medidas para mitigar o impacto dessa indústria no clima, biodiversidade e nos oceanos. Disponível em: <https://www.inditex.com/documents/10279/304402/Fashion+Pact_G7_EN.pdf/5db5ef9e-f959-d1df-b966-0f7808049307>. Acesso em: 12 out. 2019.

[296] Dados disponibilizados pela Fundação Ellen Macarthur. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/case-studies/full-spectrum-circularity-in-the-apparel-industry>. No mesmo sentido, cf.: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-bites/what-should-french-fashion-do-with-its-unsold-clothing. Acesso em 26 mai. 2018.

Esse movimento mundial também se apresenta no Brasil, tanto é assim que, o Projeto de Lei nº 684/11, da Câmara dos Deputados, vislumbra criminalizar o uso de peles de animais silvestres, domésticos ou domesticados, nativos ou exóticos em eventos de moda no Brasil, descumprimento que, de acordo com a proposta, poderia acarretar a pena de reclusão de um a três anos e multa.

Ainda, nota-se um novo olhar mais sensível para a questão da realização de testes em animais, passando de uma situação antes socialmente adequada para, em muitos países, vedada.

Assim, por exemplo, a União Europeia, Noruega, a Índia e Israel passaram a proibir o uso de animais nos testes de produtos cosméticos. No mesmo sentido, no Canadá o Bill S-214, Lei de Cosméticos sem Crueldade, já foi aprovada pelo Senado[297], estabelecendo a proibição de testes cosméticos em animais e a venda de produtos desenvolvidos ou fabricado usando mencionados testes[298].

Verifica-se que esse olhar atento para as questões ambientais tem fomentado que as empresas recorram ao uso de tecnologias, experimentos *in vitro* e testes clínicos com voluntários humanos para cessar os experimentos em animais.

No Brasil, o Projeto de Lei nº 2905/11 visa proibir a utilização de animais em pesquisas que possam lhes causar sofrimento físico ou psicológico, relacionadas à produção de cosméticos, perfumes, produtos para higiene pessoal, para limpeza doméstica, para lavagem de roupas, de suprimentos de escritório, de protetores solares e de vitaminas e suplementos. Uma vez aprovada, o infrator responderá nas penas do artigo 32, da Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, isto é, detenção, de três meses a um ano e multa, com aumento de pena de um sexto a um terço no caso de morte do animal.

Em outras palavras, além das tradicionais questões ambientais já vivenciadas pela indústria da moda, tais como a contaminação do solo para a produção

[297] Disponível em: <https://www.mtlblog.com/news/its-official-canada-is-making-cosmetic-testing-on-animals-illegal>. Acesso em: 16 jul. 2018.
[298] Disponível em: <https://openparliament.ca/bills/42-1/S-214/>. Acesso em: 16 jul.2018.

de matéria prima e o rejeite de resíduos químicos utilizados no tingimento e beneficiamento, nota-se tendências de possível alargamento das infrações penais nessa matéria, tais como a proibição da utilização de pele e testes em animais.

Naturalmente, os crimes ambientais são de bastante interesse ao *criminal fashion law*, não só em razão da possibilidade de responsabilização criminal pessoal e do ente coletivo, conforme, no Brasil, a Lei nº 9.605/98, de 12 de fevereiro de 1998, mas sobretudo, como visto, pela exposição aos riscos de danos ambientais durante todo o ciclo de vida de um produto de moda e, portanto, muito mais suscetíveis a implicações penais.

Do mesmo modo, tendo em vista tratar-se de tema sensível para a indústria da moda na medida em que as violações ambientais, ademais das consequências jurídicas e prejuízos financeiros relativos a multas e a reparação de danos, podem impactar na reputação corporativa, tendo em vista o diuturno interesse da sociedade por empresas ambientalmente responsáveis e que promovam o desenvolvimento sustentável.

2.7. LAVAGEM DE DINHEIRO E O MERCADO DE LUXO E JOIAS

Ainda como questão de interesse para o direito penal da moda, está a coibição da lavagem de dinheiro no setor de luxo e de joias.

Isto pois, verifica-se que alguns segmentos econômicos, tal como o de joias, pedras, metais, obras de arte, e de bens de luxo, são mais suscetíveis a serem utilizados nas transações de lavagem de dinheiro, o que se justifica pela maior facilidade em colocar, ocultar e integrar o proveito obtido com o crime anterior, sobretudo por se tratarem de bens que ostentam uma certa subjetividade na valoração e, no caso de joias e pedras, são ainda de fácil escamoteamento.

Desta forma, são considerados setores sensíveis, integrando o radar de normativas e recomendações internacionais contra a lavagem de dinheiro[299]. Em

[299] Destacam-se as quarenta recomendações do Grupo de Ação Financeira Internacional (GAFI) de 1990, bem como as nove recomendações focadas na luta contra o financiamento do terrorismo após os ataques

realidade, como bem nota Oliveira, não é a empresa em si uma fonte de perigo, mas a atuação inadequada daqueles que a operam, mas a natureza do negócio contribui para a instrumentalização do crime[300].

Compreende-se como lavagem de dinheiro o processo pelo qual bens de origem criminosa passam a integrar o sistema econômico legal com aparência de lícito. Sendo, de acordo com o Grupo de Ação Financeira (GAFI), composto por três fases, quais sejam: ocultação, compreendido como o distanciamento físico do agente ou local da obtenção do bem ou valor obtido de forma ilegal, a dissimulação, ou seja, distanciamento completo da origem ilícita, e, por fim, a integração, isto é, atribuição de aparência lícita a bens diretos ou valores obtidos de forma ilegal[301].

O Brasil, em 03 de março de 1998 promulgou a Lei nº 9.613, a qual se propõe tratar "(...) sobre os crimes de 'lavagem' ou ocultação de bens, direitos e valores; a prevenção da utilização do sistema financeiro para os ilícitos previstos nesta Lei; cria o Conselho de Controle de Atividades Financeiras (COAF), e dá outras providências"[302]. A legislação é resultado da pressão internacional em coibir com maior rigor delitos de natureza econômica, tal como a lavagem de dinheiro e a corrupção[303].

Um dos importantes aspectos da normativa é que esta passou a indicar quais as pessoas estão sujeitas aos mecanismos de controle, isto é, aquelas que têm por obrigação identificar clientes e manter registros (artigo 10), bem como comunicar operações financeiras (artigo 11). Estabelecendo, ainda, sanções que vão de advertência

---

de 11 de setembro. BLANCO CORDEIRO, Isidoro, La prevención del blanqueo de capitales, *in*: NIETO MARTÍN, Adan *et al* (Orgs.), **Manual de cumplimiento penal en la empresa**, Valencia: GARCÍA MORENO, Beatriz, 2015.

[300] OLIVEIRA, Ana Carolina Carlos de, **A responsabilidade por omissão dos sujeitos sensíveis à lavagem de dinheiro: o dever de informar**, Universidade de São Paulo, 2016, p. 317.

[301] BADARÓ, Jennifer Falk, **Dolo no crime de lavagem de dinheiro**, Belo Horizonte: D'Plácido, 2018, p. 115.

[302] De acordo com o artigo 15 da Lei nº 9.603/98, "O COAF comunicará às autoridades competentes para a instauração dos procedimentos cabíveis, quando concluir pela existência de crimes previstos nesta Lei, de fundados indícios de sua prática, ou de qualquer outro ilícito".

[303] Importante ressaltar que, após sua criação em 1998, foram feitas alterações em 2012 e 2019. Menciona-se a Convenção de Viena, ratificada pelo Brasil, em 1991, pelo Decreto nº 154, a Convenção de Palermo, de 2004, ratificada pelo Brasil pelo Decreto nº 5.015, bem como a Convenção de Mérida, ratificada pelo Brasil pelo Decretoº 5.687/2006. Ressalta Badaró que a intensificação do combate ao crime de lavagem deu ensejo a que instrumentos internacionais sugerissem a tipificação do crime em sua figura culposa, ou na modalidade de dolo eventual, tendo em vista que, por vezes, decorrente do descumprimento de deveres administrativos. *Ibid*., p. 124.

e multa até a cassação ou suspensão de autorização para o exercício da atividade, operação ou funcionamento (artigo 12) em caso de inobservância da legislação[304].

Nas palavras de Silva Sánchez, aos "sujeitos especialmente obrigados" são impostos "deveres policiais, convertendo-os em colaboradores forçados do Estado"[305]. Esses são considerados *gatekeepers*, ou seja, *torres de vigia*, pois "atuam ou tem acesso aos caminhos e trilhas pelos quais corre o capital oriundo da infração"[306]. Isto é, além de servirem como barreira de contenção para o crime de lavagem de dinheiro, se aproximam da figura do *whistleblower*[307] ao assumirem o papel de denunciantes de crimes que possam identificar[308].

A postura legislativa é sintoma claro da impossibilidade do Estado de prevenir ou investigar os delitos de lavagem de dinheiro, utilizando-se da colaboração compulsória das instituições privadas que atuam em setores mais sensíveis à prática desse crime[309].

---

[304] A referida lei de lavagem de dinheiro apresenta três pilares: "Contém dispositivos relacionados ao controle administrativo dos setores sensíveis onde é mais frequente a prática de lavagem de dinheiro (aspectos administrativos) – com a identificação das pessoas e entidades privadas que devem colaborar com a fiscalização e identificação de práticas delitivas, das regras destinadas a elas, das sanções aplicáveis e dos órgãos públicos responsáveis pela organização da área de inteligência (organização e sistematização de dados e informações sobre atos e processos de lavagem de dinheiro). Apresenta, ainda, normas que tratam dos crimes e penas relacionadas ao crime em questão (aspecto penal material) e, por fim, dispositivos com regras de processo penal, com referência a medidas cautelares, meios de prova e outros institutos correlatos à persecução penal (aspecto processual penal). Cf. BADARÓ, Gustavo Henrique; BOTTINI, Pierpaolo Cruz, **Lavagem de dinheiro: aspectos penais e processuais penais. Comentários à Lei 9.613/1998, com as alterações da Lei 12.683/2012**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012, p. 36.

[305] SILVA SÁNCHEZ, Jesús-María, Expansión del derecho penal y blanqueo de capitales, *in*: CALCINA HANCCO, Aldo (Org.), **Responsabilidad penal de las empresas y compliance program**, Santiago-Chile: Ediciones Olejnik, 2018, p. 181.

[306] BADARÓ; BOTTINI, **Lavagem de dinheiro: aspectos penais e processuais penais. Comentários à Lei 9.613/1998, com as alterações da Lei 12.683/2012**, p. 33.

[307] A expressão em sentido literal significa "aquele que apita" e era utilizada por policiais para notificar outros agentes quando notavam a presença de um criminoso, nos dias atuais é empregada para designar um informante. RAGUÉS I VALLES, Ramon, ¿Héroes o traidores? La protección de los informantes internos (whistleblowers) como estratégia político-criminal, **Indret: Revista para el Análisis del Derecho**, n. 3, p. 1–19, 2006, p. 3 e 4.

[308] Ressalta Oliveira que: "o papel de *whistleblower* na lavagem de dinheiro é mais restrito, pois não há um dever genérico de denúncia por parte de empregados de uma empresa, por exemplo, que descubram que está colaborando com práticas de lavagem. Mais importante operativamente para as políticas antilavagem é a figura do *gatekeeper* que, à semelhança de um garante penal, atuará como um subordinado destacado para conter as tentativas de instrumentalização dos negócios lícitos para a lavagem". OLIVEIRA, **A responsabilidade por omissão dos sujeitos sensíveis à lavagem de dinheiro: o dever de informar**, p. 56.

[309] BADARÓ, Gustavo Henrique; BOTTINI, Pierpaolo Cruz, **Lavagem de dinheiro: aspectos penais e processuais penais. Comentários à Lei 9.613/1998, com as alterações da Lei 12.683/2012**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012, p. 32 e 33.

Neste influxo, destaca Oliveira que a finalidade da lei de lavagem de dinheiro é a de erradicar os crimes que formam parte da base do poder da criminalidade organizada, no entanto, não se verificam medidas importantes no sentido de coibir o lucro aferido pelo crime organizado. Destaca a autora os seguintes exemplos:

> não contamos com qualquer política eficiente de drogas no Brasil, que considere a possibilidade de regulamentação da venda e consumo como uma alternativa à guerra civil vivida cotidianamente contra o tráfico e como uma forma de dissolver o crime organizado; é insuficiente o combate à exploração de recursos naturais e tráfico de madeira, bem como a política de repressão e prevenção ao tráfico de pessoas e à modernas formas de escravidão vivenciadas em fábricas de bairros conhecidos na cidade de São Paulo. Existe pouca regulamentação a respeito de transações e salários relativos ao mundo dos esportes, artes, ou sobre a relação da pirataria com os direitos d marca, para citar alguns campos onde a prevenção ao delito precedente ainda necessita de muitos avanços[310].

No sentir de Gómez Martín, analisando a responsabilização penal da pessoa jurídica, o que ocorre é que por deficiências como a de ordem técnica, econômicas e de falta de especialização não são aplicados os instrumentos legais para a persecução do delito, carecendo, dessa forma, de uma melhora no sistema de investigação[311].

Não há dúvidas também de que há um intento estatal de transferir, ainda que parcialmente, os custos da prevenção do delito[312]. Sintomático, nesse aspecto, como se verá adiante, a lei anticorrupção e o fomento para a criação de procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e a aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta no âmbito da pessoa jurídica.

Nota-se que a lei tem uma especial preocupação quanto às atividades daqueles que, em caráter permanente ou eventual, como atividade principal ou acessória, comercializam joias, pedras e metais preciosos, objetos de arte e antiguidades

---

[310] *Ibid*., p. 92.
[311] GÓMEZ MARTÍN, Víctor, Penas para las personas jurídicas: ¿ovejas con piel de lobo?, *in*: CALCINA HANCCO, Aldo (Org.), **Responsabilidad penal de las empresas y compliance program**, Santiago-Chile: Ediciones Olejnik, 2018, p. 24.
[312] GÓMEZ TOMILLO, Manuel, **Compliance penal y política legislativa: el deber personal y empresarial de evitar la comisión de ilícitos en el seno de las personas jurídicas**, Valencia: Tirant lo blanch, 2016, p. 19.

(artigo 9º)[313]. Isto pois, tais atividades envolvem o comércio de produtos de elevado valor unitário e, sobretudo no que se refere às joias, geralmente são pequenas e, portanto, mais fáceis de serem camufladas e transportadas.

Em janeiro de 2013 entrou em vigor a Resolução nº 25 do Conselho de Controle de Atividades Financeiras (COAF), atualmente denominado Unidade de Inteligência Financeira (UIF)[314], dispondo sobre os procedimentos a serem adotados pelas pessoas físicas ou jurídicas que comercializem bens de luxo ou de alto valor ou intermedeiem a sua comercialização. Estabelecendo, no artigo 2º, que nas operações de valor igual ou superior a R$ 10.000,00 (dez mil reais) ou equivalente em outra moeda, esta devem manter cadastro de seus clientes e dos demais envolvidos, bem como manter registro da operação, como a descrição dos bens, data da operação, valor, forma e meio de pagamento.

Ainda, de acordo com a redação, devem ser comunicadas qualquer operação ou conjunto de operações de um mesmo cliente no período de seis meses que envolva o pagamento ou recebimento de valor igual ou superior a R$ 30.000,00 (trinta mil reais) ou equivalente em outra moeda, em espécie. Do mesmo modo, quaisquer operações que, considerando as partes e demais envolvidos, os valores, modo de realização e meio e forma de pagamento, ou a falta de fundamento econômico ou legal, possam configurar sérios indícios da ocorrência dos crimes insculpidos na Lei nº 9.613/98, ou com eles relacionar-se.

No mesmo ano, em 1º de junho de 2013, a seu turno, passou a vigorar a Resolução nº 23 a qual dispõe sobre os procedimentos a serem adotados pelas pessoas físicas ou jurídicas que comercializam por qualquer meio, inclusive leilões, joias, pedras e metais preciosos, próprios ou de terceiros, incluindo aqueles dados em garantia.

---

[313] Essa postura, aparentemente, se justifica em razão da utilização não apenas das vias tradicionais de lavagem de dinheiro, "como a aquisição de *comodities* e imóveis, mediante uso do sistema financeiro (especialmente paralelo ou clandestino), de terceiros (laranjas), de *offshores* e de *hawalas systems* (doleiros), para afastar dinheiro de sua origem, serem normalmente utilizadas pelo crime organizado, este tem evoluído para outras áreas menos regradas ou observadas". SANCTIS, Fausto Martin de, **Lavagem de dinheiro por meio de obras de arte: uma perspectiva judicial criminal**, Belo Horizonte: Del Rey, 2015, p. 69.

[314] Em 19 de agosto de 2019, por força da Medida Provisória nº 893, o COAF restou transformado em Unidade de Inteligência Financeira, agora sob guarida do Banco Central e não mais do Ministério da Fazenda.

De acordo com o seu artigo 4º, nas operações que envolvam montante igual ou superior a R$ 10.000,00 (dez mil reais), as pessoas que comercializam joias, pedras e metais preciosos têm por obrigação manter o cadastro de seus clientes e demais envolvidos, inclusive representantes e procuradores[315]. Ainda, consoante o artigo 9º devem ser comunicadas as operações de um mesmo cliente no período de seis meses, que envolva o pagamento ou recebimento de valor igual ou superior a R$ 30.000,00 (trinta mil reais), ou equivalente em outra moeda.

Em realidade, em grande medida, o setor joalheiro ainda está revestido de informalidade, sendo que muitos profissionais ainda operam na clandestinidade, o que enseja uma maior dificuldade de o Poder Público conhecer quem são esses profissionais e seus respectivos clientes. Frustra-se, assim, o objetivo primordial da cooperação privada, ou seja, de

> (...) isolar o agente criminoso, afastá-lo dos profissionais que possam facilitar a prática da reciclagem, dificultar o uso do sistema financeiro e comercial formal para escamotear o produto ilícito e sensibilizar a sociedade para o desvalor de tais atos, capilarizando a obtenção de dados e informações sobre condutas suspeitas[316].

No Brasil, em face da ação penal decorrente da conhecida "operação Lava Jato"[317], o submundo do escamoteamento de proveito de ilícito por meio da aquisição de joias acabou por vir a público, sobretudo em razão da identificação de que parte desses produtos haviam sido adquiridos de conceituadas empresas joalheiras. Neste sentido, empresas brasileiras tradicionais que não seguiam rigorosamente as políticas e diretivas para prevenção desse crime se viram envolvidas em escândalos negativamente sintomáticos para sua imagem corporativa[318].

---

[315] O registro, consoante o artigo 8º, deve conter, dentre outros, a identificação do cliente, descrição pormenorizada das mercadorias, valor da operação, data da operação, forma de pagamento e meio de pagamento.

[316] BADARÓ; BOTTINI, **Lavagem de dinheiro: aspectos penais e processuais penais. Comentários à Lei 9.613/1998, com as alterações da Lei 12.683/2012**, p. 33.

[317] Alcunha dada às medidas persecutórias penais encetadas pela Polícia Federal a partir de 2014, principalmente no âmbito da 13ª Vara Federal Criminal de Curitiba e do Supremo Tribunal Federal, consubstanciando-se em um dos maiores casos criminais de corrupção e crimes econômicos do judiciário brasileiro.

[318] Menciona-se que em entrevista dada ao jornal O Globo, Roberto Stern e Ronaldo Stern declararam que os episódios envolvendo a empresa H.Stern abalaram a imagem da marca, dano reputacional ainda não passível de mensuração. De acordo com Roberto, "(...) há um impacto toda vez que é citado em uma reportagem o nome da H.Stern e até de sua concorrente Antonio Bernardo". Disponível em: <

Como consequência empresários do setor joalheiro, além do pagamento de multas de milhões de reais e a prestação de serviços à comunidade, intentam se desvincular da imagem negativa gerada pelo envolvimento nos escândalos[319].

Os holofotes para o setor revelaram suas vulnerabilidades e a necessidade de uma maior regulamentação e a formalização desse segmento. Do mesmo modo, os incidentes fomentaram a que as empresas de joias, ademais de prevenir a ocorrência de lavagem de dinheiro[320], passassem a também adotar medidas para evitar outras formas de criminalidade, como crime de corrupção.

---

https://oglobo.globo.com/brasil/donos-da-hstern-dao-aulas-de-etica-como-parte-de-delacao-na-lava-jato-22006488 >. Acesso em: 16 nov. 2019. Sobre o tema *vide*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira, Moda e direito penal: a construção da legislação brasileira sobre joias e a influência de Portugal, *in*: **Direito da moda: vol I**, Lisboa: CEDIS, 2019, p. 150–152.

[319] Disponível em: < https://oglobo.globo.com/ela/foi-um-tropecao-diz-antonio-bernardo-sobre-envolvimento-de-sua-joalheria-na-lava-jato-1-24122996>. Acesso em: 08 dez. 2019.

[320] Oportuno mencionar que a Vivara, ingressante na Bolsa de Valores brasileira B3 em outubro de 2019, Vivara Participações S.A, em diversas passagens do Formulário de Referência 2019, ressalta sua preocupação e políticas para a prevenção à lavagem de dinheiro. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/mz-filemanager/61a4df2d-a461-44d6-9128-da74058019db/d99b266a-484f-4560-8b38-037b6c2a11d2_Formul%C3%A1rio%20de%20Referencia%201S19%20-%20V6.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2019.

3. A REPUTAÇÃO CORPORATIVA NAS EMPRESAS DE MODA: O DANO REPUTACIONAL ATRELADO AO CRIME

Sumário: 3.1. A relevância da reputação corporativa como ativo intangível nos negócios de moda. 3.2. O dano reputacional em marcas de moda. 3.3. Violação de direitos humanos e dano reputacional. 3.3.1. O caso da Nike, Inc.: do dano ao ganho reputacional. 3.3.2. A importância da comunicação verdadeira: *greenwashing* na indústria da moda.

Nos dias atuais a reputação corporativa mostra-se como um dos valores fundamentais para as empresas de moda e, por constituir o patrimônio empresarial, preservá-la, além do ganho perante os *stakeholders* (funcionários, consumidores, ativistas, clientes, investidores, entre outros), permite uma diferenciação no concorrido universo corporativo. Igualmente, descuidar desse patrimônio intangível pode significar em danos à legitimidade organizacional[321], na perda da credibilidade, no desgaste da imagem da organização e na desvalorização da marca.

Eis o cerne do real problema decorrente do *criminal fashion law*, ou seja, os impactos negativos da ocorrência de uma infração penal para a reputação corporativa, o que, consequentemente, leva a necessidade da implementação de estratégias preventivas para coibir o delito na indústria da moda.

Muitas são as questões que podem levar ao impacto da imagem do ente coletivo, desde uma comunicação equivocada até, o que é particularmente importante na presente análise, o delito cometido em âmbito empresarial, dentre outros, aqueles analisados no Capítulo 2, daí a importância em compreender a relevância da reputação empresarial como fundamental ativo para os negócios de moda.

3.1. A RELEVÂNCIA DA REPUTAÇÃO CORPORATIVA COMO ATIVO INTANGÍVEL NOS NEGÓCIOS DE MODA

As empresas são detentoras de bens tangíveis, tais como suas instalações, equipamentos e veículos, bem como são sujeitos titulares de bens e valores intangíveis,

[321] FORNI, João José, **Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas**, São Paulo: Atlas, 2017, p. 57.

como o capital intelectual, a experiência empresarial, a marca, a imagem, a identidade e a reputação corporativa.

Múltiplos fatores como as diversas crises econômicas, o advento do *e-commerce* e o questionamento das instituições, fomentaram a que a imagem empresarial se tornasse significativo fator de competitividade e, cada vez mais, é atribuído considerável valor a reputação corporativa.

Compreende-se como identidade corporativa o retrato de como são feitos os negócios de determinado ente coletivo, ou seja, "como ela pensa, sente, se comporta e interage com o mundo externo por meio dos seus funcionários"[322]. A formatação da identidade corporativa, portanto, vai muito além do nome empresarial, do sinal distintivo (marca) ou qualquer representação visual[323], mas é um produto (um efeito tangível) e um processo (no tempo)[324].

Em outras palavras, não obstante a importância também dos signos distintos para a concretização de sua essência, a identidade corporativa consiste nos atributos que definem a organização, como valores, visão, equipe, produtos e serviços[325].

Oportuna, neste sentido, a distinção entre identidade corporativa, aquilo que a empresa é, do que se compreende como imagem corporativa, a forma pela qual a organização é vista externamente, seja pelo mercado, consumidores, concorrentes, investidores, entre outros[326]. Essa percepção externa pode ser "resultado de experiências que os indivíduos vivenciam interagindo com empregados da empresa ou com produtos e serviços da organização"[327].

---

[322] BENDIXEN, Michael; ABRATT, Russell, Corporate identity, ethics and reputation in supplier-buyer relationships, **Journal of Business Ethics**, v. 76, n. 1, p. 69–82, 2007, p. 70.
[323] RIEL, Cees B.M. van; BALMER, John M.T, Corporate identity: the concept, its measurement and management, **European Journal of Marketing**, v. 31, n. 5/6, p. 340–355, 1997, p. 340.
[324] BROMLEY, Dennis B., Relationships between personal and corporate reputation, **European Journal of Marketing**, v. 35, n. 3/4, p. 316–334, 2001, p. 319.
[325] ARGENTI, Paul A., **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**, Rio de Janeiro: Elsevier, 2014, p. 72.
[326] BENDIXEN, Michael; ABRATT, Russell, Corporate identity, ethics and reputation in supplier-buyer relationships, **Journal of Business Ethics**, v. 76, n. 1, p. 69–82, 2007, p. 70.
[327] VANCE, Patricia de Salles, Reputação corporativa: uma revisão teórica, **Revista de Gestão USP**, v. 14, n. 4, p. 93–108, , p. 95.

Assim, a imagem corporativa está suscetível a ser impactada pela comunicação realizada pela organização, por sua postura na comunidade, pela mídia ou pelo o que é dito pelo público sobre ela[328].

Note-se então que a identidade não se modifica de um público para outro, no entanto, a imagem, ou seja, como a empresa é enxergada, pode ser interpretada de diversas formas. Assim, por exemplo,

> as empresas de cigarros podem ser desaprovadas por muitos consumidores norte-americanos que buscam um estilo mais saudável, mas podem significar sucesso para os acionistas da Philip Morris, que obtêm lucros da venda internacional do mesmo produto[329].

Desta forma, a identidade corporativa é a representação da realidade de uma empresa e a imagem é o reflexo para o público-alvo, sendo a reputação empresarial a associação das variadas percepções que os vários públicos têm sobre aquela organização[330], refletindo em uma avaliação e julgamento do conjunto de valores obtidos com o tempo[331].

Ou seja, a reputação é valorada pelos *stakeholders*, ou seja, partes interessadas como clientes, empregados, sindicatos, organizações civis, bancos, grupos de pressão e comunidades locais[332].

Verifica-se, assim, que a reputação não se confunde com a imagem, pois a primeira é consolidada ao logo do tempo e não é apenas um retrato de um determinado período como é o caso da segunda[333]. Do mesmo modo, a reputação diferencia-se da identidade corporativa visto que é fruto da percepção do público interno quanto externo, enquanto que a segunda é construída no seio empresarial[334].

---

[328] *Ibid*.
[329] *Ibid*., p. 71. A Philip Morris é uma multinacional produtora de tabaco, estando presente em 180 países.
[330] *Ibid*., p. 72.
[331] TEIXEIRA, Patrícia B., **Caiu na rede. E agora? Gestão e gerenciamento de crises nas redes sociais**, São Paulo: Évora, 2013, p. 55.
[332] Cf. MAYOL, Diógenes, Reputación corporativa y ventaja competitiva. Ensayo a propósito de las cuatro propiedades de Jay Barney., **Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura**, v. XVII, 2011, p. 68.; RUIZ, Mayra C.; ROMERO, Zilath, La responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada, **Saber, ciencia y libertad**, v. 7, p. 127–135, 2013, p. 128.
[333] ARGENTI, **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**, p. 108.
[334] *Ibid*.

A reputação é reconhecida na sociologia, em análises como a de Bourdieu esta é identificada como uma forma de capital que impulsiona os atores sociais a alavancagem social, econômica e simbólica[335].

Para o sociólogo, compreende-se como capital simbólico

> uma propriedade qualquer (de qualquer tipo de capital, físico, econômico, cultura, social) percebida pelos agentes sociais cujas categorias de percepção são tais que eles podem entendê-las (percebê-las) e reconhece-las, atribuindo-lhes valor[336].

O autor aborda como exemplo ao caso da honra, segundo o qual ela só existe pela reputação, ou seja, pela representação que terceiros fazem dela, na medida em que compartilham um conjunto de crenças apropriadas a fazer com que percebam e apreciem determinadas propriedades e condutas como honrosas ou não[337].

Para o psicólogo Dennis Bromley[338], a reputação é:

> uma presença contínua nos processos sociais que contribuem para a criação de normas, regras e práticas culturais cotidianas; bem como instituições e controles sobre comportamento; relações de poder; e arquétipos e mentalidades individuais[339].

Ainda, de acordo com o autor, é mutável, vez que independe das entidades que a representam, isto é, uma corporação tem apenas controle limitado sobre suas reputações, do mesmo modo que detêm controle limitado sobre as próprias reputações[340].

Note-se então que embora as organizações não tenham ingerência sobre como serão vistas pelo público, podem adotar estratégias que atinjam a desejada

---

[335] BOURDIEU, Pierre, **Razões práticas: sobre a teoria da ação**, Campinas: Papirus Editora, 2008, p. 107.
[336] *Ibid*.
[337] *Ibid*.
[338] Dennis B. Bromley foi professor emérito de psicologia na Universidade de Liverpool, falecido em 2017.
[339] KEWELL, Beth, Linking Risk and Reputation: A Research Agenda and Methodological Analysis, **Risk Management**, v. 9, n. 4, p. 238–254, 2007, p. 242.
[340] BROMLEY, Dennis B., Relationships between personal and corporate reputation, **European Journal of Marketing**, v. 35, n. 3/4, p. 316–334, 2001, p. 320.

reputação sólida e positiva, fruto da associação alinhada entre identidade da organização e imagem, ou para que, ao menos, evitem danos a esse ativo incorpóreo.

Embora de difícil mensuração empírica, dado a impossibilidade de monetizar e quantificar a reputação[341]. Uma das formas utilizadas para classificar a reputação é por meio da avaliação feita pela mídia, apesar de críticas como a da utilização de critérios mais focados em finanças, verifica-se que o Fortune AMAC, pesquisa realizada anualmente, vem se destacando como importante *ranking* nesse sentido.

Nessa pesquisa, são entrevistados CEOs e analistas, os quais avaliam a reputação do concorrente sob oitos aspectos, quais sejam: solidez financeira; valor do investimento a longo prazo; uso de ativos corporativos; inovação; qualidade da administração da empresa; qualidade dos produtos e serviços; capacidade de atrair, desenvolver e manter pessoas talentosas e reconhecimento de responsabilidade social[342].

Ainda, como *ranking* a ser citado, relembre-se da classificação oferecida pelo Financial Times que observa: fortes e bem pensadas estratégias; satisfação e fidelidade do cliente; liderança empresarial; qualidade dos produtos e serviços; lucro e desempenho consistente; robustez e cultura coorporativa humana; gerenciamento bem-sucedido de mudanças e globalização dos negócios[343].

Embora, conforme mencionado, de difícil quantificação, verifica-se que a boa reputação corporativa contribui para a aproximação com o mercado, sejam aqueles já acessados ou ainda desconhecidos, conseguindo monopolizá-los por merecimento, idoneidade e pelo respeito[344].

---

[341] MARTÍN DE CASTRO, G.; NAVAS LÓPEZ, J. E., La importancia de la reputación empresarial en la obtención de ventajas competitivas sostenibles, **Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa**, v. 12, n. 1991, p. 29–39, 2006, p. 30.

[342] *Vide* análise pormenorizada em: CHUN, Rosa, Corporate reputation: Meaning and measurement, **International Journal of Management Reviews**, v. 7, n. 2, p. 91–109, 2005, p. 99.

[343] *Ibid*.

[344] MANCINI, Cristiane, Responsabilidade social corporativa como instrumento de compliance, *in*: BECHARA, Fábio Ramazzini; FLORÊNCIO FILHO, Marco Aurélio Pinto (Orgs.), **Compliance e direito penal econômico**, São Paulo: Almedina, 2019, p. 284–285.

Nos tempos atuais, não se pode negar que a correta gestão desse atributo intangível é absolutamente determinante como fator de competividade e, a *contrario sensu*, o descuido desse valor pode ser resultante na perda de credibilidade e resultar no ostracismo empresarial.

Mais que isso, administrar corretamente o capital reputacional, além de evitar boicotes e custos, permite um crescimento proativo de ativos intangíveis para aquelas empresas que são capazes de identificar suas vulnerabilidades e aproveitam para robustecer sua imagem corporativa enquanto contornam a adversidade[345].

Neste sentido, relembra Jackson de algumas iniciativas empresariais em eliminar o trabalho infantil em sua cadeia de produção, sendo tais acompanhadas de medidas inovadoras para equalizar a redução do ganho familiar, vale dizer, situação bastante comum em países subdesenvolvidos em que a família é dependente do trabalho de todos os membros da família, sejam eles crianças, adultos ou idosos[346].

Isto pois, como se sabe, restringir o trabalho análogo ao de escravo ou infantil em países em situações precárias pode ser visto como prejudicial e impopular em regiões que necessitam desses indivíduos para o perfazimento da renda familiar. Ainda, a falta de ocupação, no mais das vezes, pode acabar por sujeitando-os a outras formas desumadas para o sustento, tal como a prostituição ou mendicância[347]. Em outros termos, a questão é complexa.

Assim, como exemplo positivo, menciona-se que algumas empresas como a Adidas e a Levis Strauss passaram a investir em programas inovadores para diminuir esses impactos em países subdesenvolvidos que confeccionam seus produtos. Essa última inclusive, ao identificar que dois fornecedores utilizavam o trabalho de pessoas, aparentemente, menores de idade[348], passou a arcar com os custos das mensalidades

---

[345] JACKSON, Kevin, Natural law, human rights and corporate reputational capital in global governance, **Corporate Governance**, v. 8, n. 4, p. 440–455, 2008, p. 449.
[346] *Ibid*.
[347] BRISCOE, Dennis R; SCHULER, Randall S, **International human resource management: policy and practice for the global enterprise**, New York: Routledge, 2004, p. 185.
[348] Diz-se "aparentemente", tendo em vista que as pessoas em questão não tinham certidão de nascimento ou outra identificação que pudesse comprovar suas idades.

escolares, livros e uniformes, bem como oferecendo emprego a essas pessoas quando atingissem os 14 anos[349].

Em outras palavras, no caso em comento, coibir a exploração infantil significa a adoção de uma postura ética que evita a responsabilização judicial, os custos de uma condenação e os impactos negativos na imagem corporativa. Mais que isso, ao ir além, ou seja, ao aderir a outras iniciativas como o desenvolvimento de projetos sociais para a recepção dessas crianças e a futura alocação profissional, acaba por gerar um ganho positivo na reputação.

Extrai-se do até aqui exposto que a reputação corporativa figura como um importante princípio para o *criminal fashion law*.

Isto é, não obstante já possam ser observados casos positivos de empenho de organizações para preservar a reputação, na indústria da moda, ainda é notável o descuido em relação ao tratamento dado a esse ativo intangível, gerando o chamado "dano reputacional", conforme se analisará adiante.

3.2. O DANO REPUTACIONAL EM MARCAS DE MODA

Na indústria da moda diversos são os fatores que podem abalar, comprometer ou dificultar a manutenção de uma boa reputação, visto que esta tem direta relação com as expectativas da sociedade em relação a determinada organização. Isto pois, como se sabe, é reduzida a confiança no mundo corporativo, mas a vigilância pública é ostensiva[350].

Assim, por exemplo, aguarda-se que a empresa oferecerá um produto de qualidade, um serviço ágil e eficiente, um tratamento respeitoso e ético aos clientes – na venda e no pós-venda –, que valorizará e respeitará seus colaboradores e que será socioambientalmente responsável[351]. No entanto, um comportamento inadequado que

---

[349] BRISCOE; SCHULER, **International human resource management: policy and practice for the global enterprise**, p. 185.
[350] *Ibid*., p. 109.
[351] FORNI, **Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas**, p. 43.

frustre esse anseio gerado pode redundar em crise[352] e, na pior dar hipóteses, em um dano reputacional.

Situação ainda mais agravada no setor da moda, tendo em vista ser um mercado bastante competitivo e, não obstante existam uma pluralidade de marcas de moda, poucas assumem um espaço de protagonismo e, naturalmente, estão no radar da opinião pública, mídia e sociedade, ou seja, suas reputações estão sendo diuturnamente escrutinadas.

Destaca Fombrun como fatores que podem dificultar a manutenção de uma boa reputação de uma empresa de moda, a sucessão da liderança empresarial; a competição com os produtos falsificados e pirateados; a perda do controle na distribuição dos produtos; e a superexposição[353].

A sucessão da liderança ou mudança da propriedade do titular é ponto bastante sensível para qualquer negócio, vez que traz consigo todas as incertezas sobre seus novos rumos e se irá representar ou sustentar o DNA anterior. Nas marcas de moda esta questão é ainda mais delicada ao se ter em conta que, por vezes, associa-se a marca a própria figura do seu criador ou *designer*. A não aceitação pelo público da sucessão da nova direção pode impactar na reputação criada[354].

Para equilibrar a ausência de um fundador, seja por desinteresse ou pela morte, algumas casas de moda buscam o que Fombrun denomina de "aluguel de reputação", ou seja, recorrendo a *designers* já estabelecidos e de boa reputação. Esse foi o caso, por exemplo, da empresa Chanel que, em 1983, trouxe o costureiro Karl Lagerfeld. Com a morte do costureiro, em 2019, passou-se a questionar como a *maison* irá lidar com essa sucessão[355].

---

[352] "Uma vez que ocorra essa quebra de paradigma entre o que é esperado da imagem de uma pessoa ou uma instituição, e que esse rompimento do modelo idealizado extrapole os limites dos muros e ganhe espaço nas rádios, jornais, internet, TV's, etc., haverá crise de imagem". CARDIA, **Crise de imagem: os conceitos e os meios necessários para compreender os elementos que levam às crises e como administrá-las**, p. 24.

[353] FOMBRUN, Charles, **Reputation: realizing value from the corporate image**, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2018, p. 336–342.

[354] *Ibid*., p. 345.

[355] Essas dificuldades de transição ocorrem sobretudo em razão da identidade criativa determinada empresa, isto pois, normalmente é determinada "pela figura criativa à frente da marca (podendo ser o

Se tal transição já se mostra sensível, potencialmente fragilizando a reputação da empresa, a problemática se intensifica se o afastamento de determinado profissional de alto escalão (proprietário, diretor e conselheiro) em razão de seu envolvimento com algum fato delitivo relacionado as suas atividades profissionais.

Ainda como questão passível de vulneração da reputação corporativa está a pirataria e as falsificações. É possível uma leitura de que a inspiração tem um potencial de endosso a determinada marca e, em alguma medida, acaba por fortalecer a percepção positiva e, portanto, sua reputação como de prestígio.

Por outro lado, necessário se faz considerar que as imitações e cópias predatórias acabam por vulgarizar o conceito da marca e depreciar o seu valor sob o aspecto emocional, de desejo e de experiência, perde-se o peso do exclusivo e diferenciado e, consequentemente, acarreta o abalo do seu capital reputacional.

Do mesmo modo, também perniciosa para fins de consideração de ativo reputacional, verifica-se a perda de controle sobre a própria marca, que pode ser acarretado pelo excessivo número de licenciados, das vendas em pontos não estratégicos ou incompatíveis com os seus próprios produtos.

Com escora de ilustrar como a inadequada exposição e distribuição podem comprometer a estabilidade da reputação, rememora-se o caso da Burberry nos anos 1990. Naquele período a marca não tinha uma rede coesa de empresas autorizadas a comercializar seus produtos, ou seja, os consumidores a enxergavam conforme sua localização geográfica, assim, "nos Estados Unidos, significava capas de chuva de US$ 900 e cachecóis de US$ 200; na Coreia significa uísque e, na Suíça, significava relógios de pulso", ou seja, cada localidade com a sua percepção sobre a empresa[356].

---

próprio criador da marca – como no caso da marca Herchcovitch; Alexandre – ou o diretor criativo – como no caso do diretor criativo da Chanel, Karl Largerfeld). Tal personalidade central é responsável pelas características criativas específicas que, pelas lentes do mercado, conferirão ou não determinado valor à marca, chamada de identidade criativa". CURY, Maria Fernanda C. A. R, Mecanismos de transferência da identidade criativa da marca em aquisição, *in*: ROSINA, Mônica Steffen Guise; CURY, Maria Fernanda C. A. R (Orgs.), **Fashion law: direito da moda no Brasil**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018, p. 105–127.

[356] ARGENTI, **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**, p. 111.

Consequentemente, a empresa enfrentou dificuldades para decidir o que vender e, mais que isso, como posicionar seus produtos. Na Ásia, por exemplo, a audiência de interpretação do mercado acabou por levar os produtos da marca para lojas de descontos, ensejando na vulgarização dos produtos e no enfrentamento de dificuldades pelas butiques sofisticadas que precisavam competir com os produtos em saldo[357].

Como saída para o resgate da reputação da marca, além de campanhas para aproximar um público mais jovem e a remodelação da loja sede em Londres e ampliação daquela situada em Nova York, a organização passou a deter mais controle sobre as franquias, privilegiando os varejistas exclusivos e que correspondessem a identidade da marca, criando, assim, uma imagem sólida e aumentando sensivelmente sua reputação no mundo[358].

Neste ponto, ainda como exemplo de possível comprometimento da reputação pela vulgarização da marca, verifica-se a legítima preocupação das empresas de moda e de luxo com a venda de seus produtos em mercados *online*, *marketplaces* (*shoppings* virtuais), ou seja, canais em que vendedores independentes oferecem na plataforma uma série de mercadorias, como roupas, calçados, cosméticos, etc.

A esse respeito, relembre-se o caso envolvendo a empresa Coty, referência em marcas de cosméticos, produtos para a pele e fragrâncias. No caso em espécie, a subsidiária da empresa, Coty Germany que comercializa suas marcas por meio de uma rede de distribuição seletiva, ou seja, tão somente via distribuidores autorizados, em 2012, visando resguardar a imagem das marcas de luxo, apresentou aos seus distribuidores novo contrato obstando a venda em *marketplaces* como a "amazon.de"[359].

A Parfümerie, uma de suas distribuidoras que possui um dos maiores *sites* de venda *online* de cosméticos da Alemanha e que vinha oferecendo os produtos da Coty na Amazon.de, não anuiu aos novos termos de contrato e a Coty Germany

---

[357] *Ibid*., p. 111–112.
[358] *Ibid*.
[359] Sobre o caso, *vide* analise apurada de: WHYTE, Joana, Direito da concorrência à la mode, *in*: ABREU, Lígia Carvalho; COUTINHO, Francisco Pereira (Orgs.), **Direito da moda: vol I**, Lisboa: CEDIS, 2019, p. 216 e 217.

judicializou a contenda, perdendo em primeira decisão. O Tribunal Regional Superior de Frankfurt am Main (Oberlandesgericht Frankfurt am Main), incerto se essa cláusula acerca da impossibilidade de venda em *shoppings onlines* estaria conforme com o direito da concorrência questionou ao Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE)[360].

Em decisão paradigmática, entendeu o TJUE que:

> em primeiro lugar, que um sistema de distribuição seletiva de produtos de luxo que visa, a título principal, preservar a imagem de luxo destes produtos não viola a proibição das práticas concertadas prevista no direito da concorrência da União 2, desde que sejam respeitados os seguintes requisitos: (i) a escolha dos revendedores deve ser efetuada em função de critérios objetivos de caráter qualitativo, fixados uniformemente para todos os potenciais revendedores e aplicados de modo não discriminatório, e (ii) os critérios definidos não devem exceder o que é necessário[361].

Verifica-se ainda que, ademais das questões técnico-jurídicas relacionadas a controvertida cláusula contratual, o Tribunal de Justiça da União Europeia, trata sobre a aura dos produtos de luxo e a proibição da venda em plataformas *onlines* como forma de preservar a imagem dos produtos:

> a qualidade de produtos de luxo não resulta unicamente das suas características materiais, mas também do seu estilo e da sua imagem de prestígio, que lhes conferem uma aura de luxo. Esta aura constitui um elemento essencial destes produtos, na medida em que podem assim ser distinguidos de outros produtos semelhantes pelos consumidores. Um dano causado a esta aura de luxo é assim suscetível de afetar a própria qualidade desses produtos[362].

O caso em comento é oportuno para observar as fragilidades da escolha equivocada do canal de distribuição. Isto pois, nesses varejos *online* ademais de vender os mais variados produtos, desde artigos de jardinagem a carros usados, o que, por si só, já flexibiliza a ideia de distribuição de um produto exclusivo, por vezes, ainda comercializam, à revelia ou não da plataforma, produtos contrafeitos. Corre-se o risco,

---

[360] Conforme comunicado de imprensa nº 132/17. Disponível em: <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2017-12/cp170132pt.pdf>. Acesso em: 07 out. 2019.

[362] Conforme comunicado de imprensa nº 132/17. Disponível em: <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2017-12/cp170132pt.pdf>. Acesso em: 07 out. 2019.

então, de um produto original estar sendo vendido ao lado de uma mercadoria não original, vulnerando todo o ativo de reputação da marca consolidado.

Sobre esse aspecto, menciona-se que o surgimento dos comércios eletrônicos apresentou novos desafios para o direito, exigindo a adaptação da nossa legislação quanto à proteção dos consumidores e o enfrentamento de questões incertas, tais como a responsabilização civil e criminal dessas plataformas que recebem comissão pela venda de produtos de terceiros. Ou seja, se os administradores desses portais que atuam na intermediação dessas transações deveriam ou não responder igualmente pela venda de um produto avariado, impróprio para consumo ou com violação de propriedade intelectual.

Relembre-se que, em 2008[363], o leiloeiro *online* e-Bay foi condenado pelo Tribunal francês a indenizar em 38,5 milhões de euros o grupo *LVMH Moët Hennessy* Louis Vuitton SE, por permitir a venda em sua plataforma de cosméticos e perfumes com violação das marcas Christian Dior, Givenchy e Guerlain[364]. Em sede de apelação foi mantida a condenação, reduzindo-se apenas o seu *quantum* indenizatório, o qual passou a ser de 5,7 milhões de euros[365].

São incomensuráveis, assim, os esforços das grandes marcas para reprimir o mercado da contrafação, bem como para conter outras situações possivelmente comprometedoras da reputação, como a importação paralela, a venda por distribuidores autorizados a terceiros não endossados e a atribuição de descontos e a consequente desvalorização do produto.

Outra questão pertinente a potencialmente comprometer a reputação, diz respeito à superexposição da marca. Sobre isso, menciona Fombrun o caso da empresa

---

[363] O caso em testilha não se mostra isolado, ao revés, empresas como a consagrada joalheria Tiffany & Co. e a tradicional casa de luxo Hermès também promoveram demandas judiciais contra o leiloeiro e-Bay.

[364] As marcas mencionadas estão sob a égide do grupo *LVMH Moët Hennessy* Louis Vuitton SE. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2008/07/01/technology/01ebay.html. Acesso em: 28 de abr. 2018.

[365] Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-lvmh-ebay-settlement/lvmh-and-ebay-settle-litigation-over-fake-goods-idUSKBN0FM15G20140717>. Acesso em: 28 de abr. 2018. Note-se que empresas como e-Bay e Amazon têm promovido esforços para coibir a hospedagem de lojas e de produtos contrafeitos, o que, a princípio, afastaria a responsabilização dos administradores pelo crime de receptação.

Gucci que, no final dos anos 80, cedeu excessivamente licenças de exploração da marca, bem como, ao ganhar espaço no mercado e como efeito colateral, viu-se diante das contrafações e, ainda naquele contexto temporal, os seus líderes estavam envolvidos em acusações de sonegação de impostos[366].

O autor faz referência ao caso que redundou na condenação de Aldo Gucci, então com 81 anos de idade, por deixar de pagar aproximadamente $ 7 milhões de euros em tributo, correspondentes a não declaração de sua renda e sua família nos anos de 1977 a 1982. As infrações passaram a ser investigadas após o início de um processo em que o filho do empresário, Paolo Gucci, demandou seu pai e a Gucci Shops Inc., revelando algumas das irregularidades, situação que chamou a atenção das autoridades fiscais, redundando em outros procedimentos[367].

Essa somatória de questões, mas sobretudo a investigação e condenação criminal do proprietário da Gucci, expuseram a marca e consequentemente colocou em xeque sua reputação.

Ainda como superexposição negativa das marcas, rememora-se que Ralph Lauren Corporation, empresa nova-iorquina especializada em vestuário, acessórios e cosméticos, constatou que, durante os anos de 2006 a 2009, funcionários de sua subsidiária argentina, por meio de despachante aduaneiro, realizaram pagamentos ilegais e doações de perfumes, bolsas e artigos de vestuário para autoridades alfandegárias argentinas, obtendo com isso facilidades para liberação de mercadorias sem a documentação exigida, bem como evitando inspeções e obtendo permissões para o desembaraço de mercadorias proibidas.

A empresa, ciente de tal quadro, firmou acordo de não persecução ("non-persecution agrément") de dois anos com a Securities and Exchange Commission (SEC) e com o Department of Justice (DOJ). Considerou-se que a empresa não possuía um programa anticorrupção e não fornecia treinamento ou supervisão para evitá-la,

---

[366] FOMBRUN, **Reputation: realizing value from the corporate image**, p. 342.

[367] Disponível em: <https://www.nytimes.com/1986/09/12/nyregion/gucci-81-gets-year-in-prison-in-federal-tax-case.html>. Acesso em: 07 out. 2019.

resultando, em 2013, no pagamento 734,846 dólares a SEC a título de juros e ressarcimento, bem como 882,000 dólares em multa ao DOJ.

Ademais da reprimenda monetária, a Ralph Lauren Corporation comprometeu-se a modificar seus controles internos, a adotar um código de conduta, bem como políticas e procedimentos com escora de detectar e impedir violações ao FCPA e outras leis anticorrupção. Ainda, cessou todas as suas operações com aquele país.

No mesmo esteio, a Avon, Inc.[368], empresa americana bastante conhecida pela venda de produtos cosméticos para beleza feminina por catálogo, ou seja, "*door to door*"[369], representa um grande nome no mercado de cosméticos e é uma das maiores no que tange à venda direta[370].

A empresa sofreu impacto econômico e dano reputacional ao ter seu nome associado a um escândalo de corrupção, após, em junho de 2008, informações prestadas por um *whistleblower* revelar que empregados da companhia estariam utilizando presentes, tais como bolsas e acessórios de luxo, para influenciar agentes públicos chineses e obter facilidades na obtenção de licença para venda direta naquele país[371].

A China, até 1998, proibia a venda direta e a Avon, em 2006, foi a primeira empresa a obter a licença, o que teria se dado por meio de regalos a funcionários

---

[368] Em 2016, a Cerberus Capital Management adquiriu os negócios da Avon na América do Norte (Estados Unidos, Canadá e Porto Rico). De acordo com informações constantes no *website* da empresa: "*A New Avon LLC é uma empresa separada - uma entidade legal totalmente diferente - da Avon Products, Inc., que é uma empresa global de capital aberto, operando em países fora dos EUA, Canadá e Porto Rico".* Disponível em: <https://about.avon.com/us-about/company/about>. Acesso em: 16 jun. 2018.

[369] Nos últimos anos houve a ampliação do seu catálogo e, ademais de cosméticos, são vendidos produtos de vestuário e para casa.

[370] De acordo com a empresa: A venda direta é um canal de comercialização dos produtos diretamente para os clientes, ou seja, sem intermediários. Os revendedores são profissionais autônomos que comercializam os produtos Avon com os consumidores. Na empresa, a parte direta da venda também se refere aos relacionamentos pessoais que os revendedores desenvolvem com seus clientes, sejam presenciais, sejam virtuais. Essa venda por relacionamento inclui um nível elevado de atendimento e serviços personalizados. Disponível em: <http://www.avon.com.br/aavon/venda-direta>. Acesso em: 16 jun. 2018.

[371] HERZECA, Lois F.; HOGAN, Howard S., **Fashion law and business: brands & retailers**, New York: Practising Law Institute, 2013, p. 697. Disponível em: <https://www.theguardian.com/us-news/2014/dec/18/avon-pleads-guilty-violation-foreign-corrupt-practices-act-china>. Acesso em: 16 jun. 2018.

públicos, pagamentos contabilizados como supostas despesas comerciais, reembolsos a fornecedores e terceirizados ou registrando sem maior detalhamento[372]. Como punição a empresa pagou US$ 135 milhões em penalidades penais e regulatórias[373].

Ainda como exemplo de superexposição negativa, menciona-se ainda que, em 10 de julho de 2018, o Norges Bank, banco central da Noruega, tomou a decisão de excluir de seu Government Pension Fund (GOFG) a JBS, tendo em vista o envolvimento no que denominou de "corrupção bruta". Na mesma oportunidade, além de outras três companhias, excluiu de sua carteira de investimentos a companhia chinesa Luthai Textile, em razão do risco de violação grave ou sistemática de direitos humanos[374].

Investigações constataram que a Luthai Textile, que opera em diversos países, dentre eles, Camboja e Mianmar, estava fazendo uso de mão de obra infantil, exploração do trabalho adulto em ambientes insalubres e restrição da liberdade de associação[375].

Ainda, o conselho executivo do Norges Bank, colocou em observação a Nien Hsing Textile, responsável pela fabricação de denim, tendo em vista a também violação sistemática de direitos humanos, bem como em razão de investigações terem revelado assédio sexual de mulheres por seus gerentes e supervisores nas fábricas de Lesoto, sul da África[376].

Em outras palavras, os casos trazidos como ilustração demonstram os impactos da superexposição, ensejando não só em dados financeiros, mas de indelével percepção negativa e estigmatizadora.

É de se reconhecer que algumas marcas conseguem superar a exposição negativa e recuperar sua reputação, o que Samper denominada de "resiliência de

---

[372] Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-30527520>. Acesso em: 16 jun. 2018.
[373] SHAPIRO, Michelle J.; PATEL, Kiran, Anti-corruption compliance lessons from the Avon settlements, **The FCPA report**, v. 4, n. 1, p. 1–5, 2015, p. 1.
[374] Disponível em: <https://www.nbim.no/en/transparency/news-list/2018/decisions-on-exclusion-active-ownership-and-observation/>. Acesso em: 11 jul. 2018.
[375] Disponível em: <http://etikkradet.no/luthai-textile-co-ltd/>. Acesso em: 11 jul. 2018.
[376] Disponível em: <http://etikkradet.no/nien-hsing-textile-co-ltd-2/>. Acesso em: 11 jul. 2018.

marca", o que se deve principalmente a reputação sólida construída, pois é durante a crise que uma organização pode ser recompensada pelo capital simbólico de confiança construído antes do evento negativo[377].

Neste sentido, rememora-se que, embora não relacionado à indústria da moda, foi a solidez da reputação da Johnson & Johnson que permitiu que ela sobrevivesse, em 1982, a uma grave crise relacionada a envenenamentos provocados por cianeto contidos em cápsulas do medicamento Tylenol Extra Forte[378].

Naquele ano, foi noticiado que sete pessoas haviam falecido após a ingestão do mencionado medicamento[379], naquele período, produto líder de mercado na categoria analgésico, ocupando a fatia de 35%, representando 20% do lucro da empresa e com faturamento de algo em torno a 1 milhão de dólares[380].

Descobriu-se, após grande exposição negativa, que o cianeto havia sido colocado nos comprimidos na fase pós-produção, ou seja, por agente estranho a linha de produção da Johnson & Johnson. No entanto, o dano à imagem já estava causado e a empresa arcou com o prejuízo de aproximadamente 1,5 bilhões de dólares[381], além da perda significativa no mercado de ações[382].

A organização, embora tivesse a convicção de que o problema não havia partido de suas fábricas, mas que teria sido fruto de intervenção criminosa alheia, não se furtou a responsabilidade de enfrentar diretamente a crise e, apesar de sua postura tradicionalmente discreta com a mídia, abriu as portas para os veículos de comunicação, bem como suspendeu os anúncios do medicamento, realizou o *recall* dos produtos e

---

[377] FORNI, **Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas**, p. 53.
[378] ARGENTI, **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**, p. 109.
[379] Os primeiros casos foram constatados em 1982, mas também se fez presente em 1986, oportunidade em que a empresa passou a vender o produto em tablete e não mais em cápsulas. NEVES, Roberto de Castro, **Crises empresariais com a opinião pública: como evitá-las e administrá-las**, Rio de Janeiro: Mauad, 2002, p. 38.
[380] *Ibid*., p. 37.
[381] *Ibid*.
[382] MITCHELL, Mark L., The impact of external parties on brand-name capital: the 1982 tylenol poisonings and subsequent cases, **Economic Inquiry**, v. 27, n. 4, p. 601–618, 1989, p. 103 e ss.

encaminhou comunicados para profissionais da saúde (médicos e hospitais) e distribuidores[383].

Além da assunção do comportamento acima, alguns aspectos podem ser considerados como favoráveis para que a empresa pudesse superar a crise e reinserir o produto no mercado[384]: i) o fato de ser o Tylenol medicamento referência no que toca o grupo dos analgésicos; ii) restou demonstrado que os produtos haviam sido envenenados por terceiro estranho às suas fábricas, fato que poderia ter se dado em qualquer outra empresa ou com qualquer outro produto; iii) a organização estava bem estruturada financeiramente, podendo arcar com os consideráveis prejuízo econômicos; iv) a empresa agiu com transparência durante todo o enfrentamento da crise; e v) havia desenvolvido uma reputação forte e sólida[385].

Ainda sobre empresas que conseguiram atravessar um momento de crise e restaurar sua reputação, emblemático o que se deu com a Volkswagem, após o escândalo de grandes proporções, relacionado a fraude nos resultados de emissão de poluentes em carros à diesel[386]. Nesse caso, diferentemente do que se deu com a Johnson & Johnson, as violações haviam sido perpetradas pela própria companhia, agravando-se, naturalmente, o quadro de exposição negativa.

A acusação representou uma série de prejuízos financeiros. A empresa foi obrigada a fazer *recall* e reparar todos os veículos com esse sistema que burlava os dados de emissões de gases poluentes. Em outubro 2015, anunciou ter tido perda trimestral, situação atípica em mais de quinze anos, mas decorrente da reserva de € 6,7 bilhões para a reparação das fraudes. No Brasil, a filial brasileira foi multada em R$ 50 milhões pelo Ibama e em R$ 8,3 milhões pelo Procon e, em 2019, multada em R$ 7,2

[383] NEVES, **Crises empresariais com a opinião pública: como evitá-las e administrá-las**, p. 38 e 39.
[384] A empresa relançou o medicamento com uma embalagem "à prova de violação", iniciativa bem-sucedida que permitiu a recuperação do seu *market share* e deu um salto qualitativo no quesito embalagem, iniciativa estendida para os produtos como pasta de dente e iogurtes. *Ibid*., p. 38.
[385] A tomada de postura para lidar com a crise possibilitou que a Johnson & Johnson atravessasse a crise de 1986 com a complacência dos consumidores e órgãos reguladores. FOMBRUN, Charles, **Reputation: realizing value from the corporate image**, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2018, p. 153.
[386] SAMPER, Luis Fernando, Incorporando los riesgos del siglo XXI en la valuación de marcas, **Revista la Propiedad Inmaterial**, n. 24, p. 27–51, 2017, p. 44.

milhões pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, órgão do Ministério da Justiça[387].

Além de outros danos materiais que ainda vem arcando, o grupo tem respondido a processos em diversos países e executivos vem sendo responsabilizados criminalmente, como exemplo, destaque-se a condenação a 7 anos de prisão nos Estados Unidos de Oliver Schmidt, responsável pelo departamento que deveria seguir as normas regulatórias[388].

Em que pese o escândalo conhecido como "dieselgate", a empresa segue sendo montadora com grande presença mundial e, em 2017, vendeu 6,23 milhões de veículos em todo o mundo. Ou seja, por meio de diversas iniciativas como a adoção de um forte *compliance*, o investimento na recuperação da imagem corporativa e o desenvolvimento de veículos elétricos, sua capacidade em recuperar o mercado, seus rendimentos e a confiança do consumidor[389].

A consistente reputação angariada aos longos dos anos, bem como a existência de recursos financeiros para serem injetados no gerenciamento de crise, foram fundamentais para a sua resiliência. Ou seja, a relação de confiança estabelecida pela empresa possibilitou sua permanência como importante grupo do segmento automobilístico, podendo, assim, serem considerado como bom predicado a participação e o respeito do mercado[390].

É de se notar ainda que todas as atividades de uma marca, inclusive aquelas relacionadas à transferência da produção para outros países, podem ser interpretadas pelo público como um posicionamento da corporação. Assim, "um comportamento eticamente incorreto ou socialmente irresponsável é imediatamente considerado como o sintoma de um projeto de marca pouco legítimo, hipócrita, senão mentiroso"[391].

---

[387] Disponível em: <http://g1.globo.com/carros/noticia/2015/09/escandalo-da-volkswagen-veja-o-passo-passo-do-caso.html>. Acesso em 09 out. 2019.
[388] Disponível em: <http://g1.globo.com/carros/noticia/2015/09/escandalo-da-volkswagen-veja-o-passo-passo-do-caso.html>. Acesso em 09 out. 2019.
[389] Disponível em: <http://g1.globo.com/carros/noticia/2015/09/escandalo-da-volkswagen-veja-o-passo-passo-do-caso.html>. Acesso em 09 out. 2019.
[390] SAMPER, Incorporando los riesgos del siglo XXI en la valuación de marcas, p. 44.
[391] SEMPRINI, Andrea, **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010, p. 257.

Neste influxo, Lígia Abreu, de forma precisa, destaca que

> uma marca é uma associação simbólica entre um comerciante/empresa e o seu produto. Essa associação simbólica não abrange apenas o CEO, os acionistas, os designers e outros funcionários que trabalham na sede da empresa, mas também todos aqueles que, mesmo não tendo um vínculo laboral direto com a marca, contribuem para o seu sucesso. Por exemplo, o mineiro que extraiu o ouro ou operária têxtil que trabalha para uma outra empresa, ou seja, para a fornecedora da marca. É uma associação simbólica que não deve ter apenas um sentido comercial, mas também de responsabilidade social, ligada à proteção dos direitos humanos em todas as fases da cadeia de produção de bens de moda[392].

Ou seja, teme-se que a publicização de um episódio negativo redunde, dentre outros, no desgaste da imagem corporativa, na perda do valor da marca, na queda do valor bursátil da companhia e no boicote por parte de consumidores. No caso da indústria da moda potencializam-se sobremaneira tais característicos, uma vez que o valor agregado da marca é especialmente significativo.

A título de demonstrar o quanto delineado nas linhas anteriores, passa-se à análise da violação de direitos humanos na indústria da moda e o dano reputacional para a empresa em virtude de sua ocorrência, analisando-se especificamente o caso da empresa Nike Inc. nos anos 1990 e a importância da comunicação verdadeira e transparência na condução da crise empresarial.

3.3. VIOLAÇÃO DE DIREITOS HUMANOS E DANO REPUTACIONAL

Os casos de violações de direitos humanos, como o trabalho análogo ao de escravo e trabalho infantil, uma vez noticiados, proporcionam grande o impacto negativo às empresas associadas com o evento. Isto é, além das consequências diretas, tais como a responsabilização civil, trabalhista, administrativa e criminal, colocam em xeque a imagem e a reputação corporativa, friccionando-se também um dos maiores valores intangíveis para uma empresa de moda, qual seja, a marca.

[392] ABREU, Lígia Carvalho, Moda e direitos humanos, *in*: BELLO KNOLL, Susy Inés; ECHEVERRÍA, Pamela; MENDES, Andre Mendes (Orgs.), **Moda, luxo e direito**, Buenos Aires: Editoral Albremática, 2016, p. 15.

No Brasil ainda se fazem presentes casos de exploração e outras vulnerações laborais. Cite-se, assim, que nos ambientes dos curtumes, os trabalhadores, sem máscaras, luvas e trajes de segurança adequados, lidam com matérias orgânicas em decomposição, ou seja, da transformação do couro cru em elemento para a posterior produção de calçados, bolsas e roupas. Ainda, esses profissionais em contato direto com ácidos, bases e solventes, expondo-se a perigos à integridade física, doenças de pele, problemas respiratórios e a doenças como o câncer.

Do mesmo modo, não obstante o Brasil seja signatário da Organização Internacional do Trabalho (OIT), que compreende o trabalho infantil como uma grave violação de direitos humanos e uma das principais antíteses do trabalho decente, nota-se ainda essa realidade paralela da sujeição de crianças[393] a exploração laboral no setor calçadista[394].

Ainda, conforme apontado em capítulo anterior, esses casos também estão presentes em oficinas de costuras em grandes centros urbanos, como é o caso da cidade de São Paulo, sobretudo em regiões como Brás e Bom Retiro.

Desta forma, tendo em vista esse histórico brasileiro, necessário se faz apontar os impactos negativos dessas violações para a reputação corporativa, ou seja, dos reflexos proporcionados para organização pela quebra de expectativa e da confiança depositada pelas partes interessadas no negócio de moda.

---

[393] No Brasil, de acordo com a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) e Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) a criança pode trabalhar a partir dos 16 anos, mas, até completar 18 anos, não pode se sujeitar a condições insalubres, perigosas ou no período noturno antes de. Ainda, dos 14 aos 16 anos é possível o trabalho, desde que na condição de aprendiz e mediante contrato formal.

[394] Na década de 90, principalmente nos anos de 1994 e 1995, foram publicadas uma série de denúncias sobre o trabalho infantil em regiões como Franca, situação bastante relacionada como a crise econômica vivenciada pela abertura às importações e a grande oferta de mão de obra e poucas oportunidades no trabalho formal. ALVES, Elvisney Aparecido, Desafios de governança da responsabilidade social na cadeia produtiva: o caso da indústria calçadista de franca, **REAd - Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 5, p. 1–14, 2005, p. 2. Tal quadro tem-se modificado sobretudo com os esforços empreendidos, dentre outros, pelas fiscalizações do Ministério do Trabalho, bem como em razão do empenho da sociedade civil, conselhos tutelares e secretarias em conscientizar e modificar a percepção cultural equivocada de que tal prática não seria inadequada. Disponível em: <http://jornaldafranca.com.br/exploracao-do-trabalho-infantil-em-franca-diminui-mas-nao-ha-dados-oficiais>. Acesso em: 25 nov. 2019.

De início, menciona-se pesquisa efetuada por Michael T. Rock[395] com objetivo de avaliar de forma empírica o impacto da divulgação pública de práticas de exploração laboral nos preços das ações de empresas atreladas a esses episódios. Para isso, o economista coletou informações nos arquivos do Dow Jones e Wall Street Journal, durante o período compreendido entre 1º de janeiro de 1996 a 31 de dezembro de 2000, sobre práticas de "*sweatshop*" por oito fabricantes multinacionais de vestuário e/ou calçadistas esportivos/ varejistas, dentre elas, Nike, Reebok, GAP e Wall-Mart[396].

A pesquisa de Rock demonstrou que a publicização de casos de trabalho análogo ao de escravo fez com que os preços das ações dessas empresas caíssem. Em contrapartida, os mercados de capitais recompensaram ao menos uma empresa, qual seja, a Reebok, por suas boas práticas trabalhistas, ressaltando o estudo que tal dado não é suficiente para demostrar que tais políticas estão sendo, de fato, implementadas, tendo em vista a possibilidade de utilização oportunista da auto-regulamentação, mas são demonstrativos da percepção social em relação as boas e más práticas corporativas[397].

No mesmo influxo, na concepção de Timóteo, diversos magazines de moda, nacionais e internacionais, envolvidos na confecção de produtos de maneira irregular acabam por firmar Termos de Ajustamento de Conduta (TACs) com o Ministério Público do Trabalho, fazem isso não porque, em sua perspectiva, detenham responsabilidade pelo ocorrido, mas porque tais empresas contratantes ressaltam seu dever de "responsabilidade social" e no papel de empresa ética[398].

Mais que isso, pondera a autora que essa postura de reparação está ligada

> ao fato de que exposições na mídia de situações de exploração de trabalho escravo vinculadas às marcas destas empresas podem causar danos significativos a elas, como queda de ações na bolsa e perda do mercado consumidor, superando o valor de indenizações e obrigações trabalhistas[399].

---

[395] Professor de economia do Departamento de Economia e Gestão no Hood College.
[396] ROCK, Michael T., Public disclosure of the sweatshop practices of american multinational garment/shoe makers/retailers: impacts on their stock prices, **Competition & Change**, v. 7, n. 1, p. 23–38, 2003, p. 23 e 26.
[397] *Ibid*., p. 30.
[398] TIMÓTEO, Gabrielle Louise Soares, Trabalho em condições análogas à escravidão e a indústria da moda, *in*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.), **Fashion law: direito da moda**, São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 183.
[399] *Ibid*.

Nesse ponto, parece imprescindível para a perenidade de uma empresa de moda a adoção de padrões e melhores práticas, o ostensivo monitoramento e a transparência das operações.

Isso fica claro em um caso paradigmático, qual seja, o relativo à empresa Nike, Inc.

3.3.1. O caso da Nike, Inc.: do dano ao ganho reputacional

Dada a magnitude da indústria da moda, é natural que diversos problemas jurídicos permeiem o setor; o que parece ter mudado significativamente nas últimas décadas são os olhares críticos para essas questões e as cobranças acerca de medidas e providências que confiram maior transparência em relação aos negócios praticados. Isso se dá sobretudo com a assunção da marca no espaço social, tornando-se um tema de debate público"[400].

A marca exposta à opinião pública, tergiversa Semprini, nunca se dirige apenas a seu público-alvo, ou seja, aos seus clientes consumidores, mas é também escrutinada por outro público, o qual também a escuta, a observa e a julga, são eles, dentre outros:

> os empregados e aqueles que poderiam ser os clientes em potencial, os acionistas, os mercados financeiros, os poderes públicos, as associações de consumidores, os movimentos globais *no Global*, as mídias, a opinião lato. Esses públicos observam, naturalmente, a marca a partir de perspectivas e interesses diferentes. Mas, mesmo se possui múltiplas facetas e que seja aproximado em manifestações separadas, o ponto de convergência de todos os olhares permanece uma só e única identidade: a marca e seu projeto[401].

Ademais de outros *stakeholders*, sem dúvidas, na indústria da moda, o consumidor assume um duplo papel, o primeiro deles como endossador e catalisador para que as empresas adotem medidas agressivas para se manter no mercado, mas também figura como personagem vigilante e questionador e que, cada vez mais, deseja

---

[400] SEMPRINI, Andrea, **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
[401] *Ibid*.

saber como e quem fez suas roupas[402]. O consumidor é atualmente "fábrica de valor", mostrando-se ser, a um só tempo, consumidor e produtor do bem consumido[403].

Curioso observar que o empuxo para que as empresas de moda sejam mais transparentes quanto a cadeia de produção, clara na comunicação e na colocação do produto no mercado, bem como vigilante quanto ao pós-consumo, parte do incômodo dos consumidores, denominados de "*sleuthy shoppers*", ou seja, compradores sofisticados e investigativos que não se convencem com retóricas vazias e recorrem constantemente a fontes *on-line* e independentes para obter informações[404].

Muito embora tais sinais mostrem-se bastante perceptíveis na última década, sobretudo em razão do surgimento e facilidades de tantos canais de comunicação e mídias sociais, inúmeros episódios, dentre eles, o vivenciado pela empresa Nike, Inc. na década de 1990, já apontavam que as empresas ligadas ao seguimento calçadista e de vestuário[405] precisariam assumir uma posição de maior controle sobre toda a sua produção.

Isto é, se nos dias atuais a Nike é tida como referência no que se refere à reputação corporativa[406], tal se deve, dentre outros, à tomada de postura empresarial diante do impacto negativo de ter seu nome atrelado à exploração de mão de obra e a utilização de mão de obra infantil em fábricas a serviço da empresa[407].

---

[402] Neste influxo, importante se faz a menção ao movimento denominado Fashion Revolution, cujo o lema é "Nós amamos a moda, mas não queremos que nossas roupas cheguem à custa das pessoas ou do nosso planeta". Desde 2015 são utilizadas as *hashtags* #quemfazminharoupa ou #whomademyclothes. Disponível em: < https://www.fashionrevolution.org/>. Acesso em 19 mai. 2018.

[403] CIETTA, Enrico, **A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção**, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017, p. 105 e 106.

[404] De acordo com pesquisa do Euromonitor o "sleuthy shopper" estavam na relação de tendências de consumo para 2018. Disponível em: <https://blog.euromonitor.com/sleuthy-shoppers-a-top-consumer-trend-for-2018/>. Acesso em: 11 jan. 2020.

[405] Importante observar que as empresas de "*sportwear*" estão assumindo cada vez mais características de empresas de moda.

[406] De acordo com o Global Reptrak, divulgado periodicamente pelo Reputation Institute, a Nike ocupa a 15º posição no ranking das 100 empresas com melhor reputação no mundo. Disponível em: <https://www.reputationinstitute.com/Resources/Registered/PDF-Resources/2017-Global-RepTrak-Most-Reputable-Companies-in.aspx>. Acesso em: 28 mai. 2018.

[407] Dentre outros escândalos daquela década, menciona-se reportagem, em agosto de 1992, de Jeffrey Ballinger para a Haper's Maganize intitulada "The new free-trade heel: *nike's profits jump on the backs of asian workers*". Disponível em: <https://harpers.org/archive/1992/08/the-new-free-trade-heel/>. Acesso em: 19 mai. 2018.

No início, a corporação se recusou a admitir sua responsabilidade pelas condições laborais adotadas nas fábricas responsáveis pela confecção de seus produtos sediadas em outros países, argumentando que tal escopo estaria fora do controle da companhia. Do mesmo modo, respondia as críticas asseverando se tratar de apreciações injustas e injustificáveis[408]. Neste escopo, aponta Semprini:

> Quando estourou o escândalo, a linha de defesa das marcas foi a de negar a responsabilidade direta dos fatos, fazendo-a recair sobre os gerentes locais, ou afirmando respeitar a legislação trabalhista do país, sem mencionar que em geral essa legislação era quase inexistente[409].

Posteriormente, ante o inevitável, tendo em vista inclusive movimentos de opinião pública que chegaram a incentivar o boicote[410], a empresa passou a adotar estratégias mais substanciais para responder a essas problemáticas, culminando, em 1992, com a elaboração de um código de conduta[411].

O referido código contempla questões como: *government regulation of business*; *safety and health*; *worker insurance*; *forced labor*; *enviornment*; *equal opportunity* e *documentation and inspection*[412].

Em março de 1997, a empresa atualizou a redação abordando questões como: *forced labor*; *child labor*; *compensation*; *benefits*; *hours of work/overtime*; *health and safety*; *environment* e *documentation and inspection*[413].

Após anos de deterioração de sua imagem empresarial, vez que vinculado à exploração laboral, bem como algumas tentativas de mudança não suficientes[414], em

---

[408] SETHI, S. Prakash, **Setting Global Standards: guidelines for creating codes of conduct in multinational corporations**, New Jersey: John Wiley & Sons, 2003, p. 161 e 162.
[409] SEMPRINI, **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**.
[410] *Ibid*.
[411] BRISCOE, Dennis R; SCHULER, Randall S, **International human resource management: policy and practice for the global enterprise**, New York: Routledge, 2004, p. 184.
[412] Em tradução livre: regulamentação governamental dos negócios; segurança e saúde; seguro de trabalho; trabalho forçado; meio ambiente; igualdade de oportunidades e documentação e inspeção. SETHI, **Setting Global Standards: guidelines for creating codes of conduct in multinational corporations**, p. 165.
[413] Em tradução livre: trabalho forçado; trabalho infantil; compensação; benefícios; horas de trabalho/ horas extras; saúde e segurança; meio ambiente e documentação e inspeção. *Ibid*., p. 168 e 169.
[414] Uma das providências adotadas pela empresa Nike foi a criação, em 1992, de um código de conduta corporativo e, em 1996, criou o departamento de *compliance*. Disponível em:

1998, o então presidente e diretor executivo da empresa, Philip H. Knight, veio a público apresentar algumas medidas a serem adotadas, dentre outras, modificar a idade mínima dos trabalhadores nas fábricas; exigir dos fabricantes estrangeiros o cumprimento dos padrões norte-americanos relacionados à saúde e segurança laboral; permissão para grupos de direitos humanos para acompanhar as inspeções realidades por auditores independentes na Ásia e reforçar o controle de qualidade do ar respirado pelos trabalhadores[415], segundo critérios da Occupational Safety and Health Administration (OSHA)[416].

Anos depois, em 2005, a Nike, Inc., revelou um relatório relacionando detalhadamente todas as mazelas presentes nas fábricas que confeccionavam seus produtos. No anverso de mais de 100 páginas, a empresa revelou o rol das fabricantes com seus respectivos endereços e as condições de trabalho em cada uma delas.

A tomada de postura, isto é, reconhecer suas vulnerabilidades, sem dúvidas, foi um dos importantes passos trilhados na implementação de um parque fabril sustentável e de respeito as questões sociais e, o que era apenas o gerenciamento de crise, passou a ser uma de suas bandeiras.

Desde então, periodicamente a empresa divulga relatórios de todas as fabricantes terceirizadas dos produtos Nike. Neste sentido, e a demonstrar a importância das novas tecnologias a serviço da transparência no setor, a empresa dispõe de um mapa interativo que permite conhecer as fábricas independentes que desenvolvem seus produtos, ou seja, o nome e a localização do local de fabrico, o tipo de produto produzido (vestuário, calçados e equipamentos) e informações sobre os trabalhadores, entre outros, gênero, idade média e porcentagem de imigrantes[417].

Neste sentido, observe-se que a Nike passou por inúmeras fases até ter seu nome associado à responsabilidade social. Isto é, percebe-se inicialmente uma fase de negação da existência de um problema, posteriormente a constatação de um problema,

---

<http://www.fairlabor.org/report/nike-assessment-accreditation>. Acesso em 19 mai. 2018. No mesmo sentido, Cf. *Ibid*., p. 165.

[415] No setor calçadista é bastante comum a utilização de produtos tóxicos, tais como vernizes e solventes.

[416] Disponível em: <https://www.nytimes.com/1998/05/13/business/international-business-nike-pledges-to-end-child-labor-and-apply-us-rules-abroad.html>. Acesso em 19 mai. 2018.

[417] Disponível em: <http://manufacturingmap.nikeinc.com/#>. Aceso em: 19 mai. 2018.

mas que esse não seria de sua responsabilidade, ao depois a tomada de iniciativas para a remediação e, mais recentemente, a promoção de medidas antecipatórias e preventivas para a proteção dos direitos humanos na cadeia de produção[418].

O episódio trazido à colação é apenas um dos exemplos dos impactos negativos que posturas empresariais adotadas podem ocasionar diretamente nos negócios e nos ativos intangíveis, como na marca, bem como a possibilidade de mudanças do ente coletivo no sentido de abandono de práticas deletéria e a concretização de valores incorpóreos positivos.

3.3.2. A importância da comunicação verdadeira: *greenwashing* na indústria da moda

Duas décadas depois dos primeiros escândalos envolvendo a Nike, é possível observar que a evitação de crimes ainda não parece ser uma prioridade para algumas empresas, o que, por outro lado, já se mostra como tendência e, ao que tudo indica, será imperioso como fator de competitividade em um futuro próximo.

Para algumas empresas a responsabilidade social corporativa (RSC) integra parte da filosofia empresarial, na lógica de que é o correto a se fazer, enquanto que para outras organizações essa é vista como instrumento ou estratégia para, dentre outros, a minimização de riscos, para o ganho reputacional, para a atração ou retenção de funcionários e consumidores. Ainda, a adoção da RSC pode partir da pressão de grupos sociais ou de concorrentes, organizações não governamentais ou, ainda, em razão de regulamentação local ou tratados internacionais[419].

A responsabilidade social empresarial e corporativa[420], inserindo-se nesse contexto o respeito aos direitos humanos e a preservação do meio ambiente e a ética

---

[418] SETHI, **Setting Global Standards: guidelines for creating codes of conduct in multinational corporations**, p. 162 e 163.

[419] AMAESHI, Kenneth; NNODIM, Paul; OSUJI, Onyeka, **Corporate social responsibility, entrepreneurship, and innovation**, London-New York: Routledge Studies in Business Ethics, 2013, p. 9.

[420] Note-se que alguns autores fazem a distinção entre responsabilidade social corporativa e responsabilidade empresarial, tendo em vista que a primeira designaria grandes corporações e a segunda abarcaria também as pequenas e médias entidades. Cf. RUIZ, Mayra C.; ROMERO, Zilath, La

empresarial, revela-se plataforma essencial para as organizações que desejem permanecer no mercado de maneira sólida.

Não basta, por outro lado, apenas a implementação de medidas nesse sentido, tais devem ser percebidas e endossadas pelos *stakeholders*.

Neste esteio, pondera Vance:

> (...) quando há o alinhamento entre as percepções dos diferentes grupos com a identidade da empresa, considera-se que houve sucesso na formação da reputação corporativa. Quando há divergência entre a identidade corporativa (também denominada pelos autores de realidade) e a percepção da comunidade, pode ter ocorrido falha na estratégia de alinhamento ou a identidade da empresa precisa ser modificada[421].

Exemplificativamente, o surgimento de organizações não governamentais, tais como Greenpeace e World Wide Fund for Nature (WWF), abriu o espaço para a discussão de problemáticas ambientais, tais como desmatamentos, poluição e maus tratos de animais.

Diversas organizações e outros movimentos surgiram na sequência e, naturalmente, essas pautas também passaram a ser estratégia de *marketing* empresarial, culminado, por exemplo, no denominado "*green marketing*", ou seja, estimular e manter comportamentos e atitudes em favor do meio ambiente, reduzindo os impactos das organizações e de seus produtos, informando o consumidor sobre essas conquistas, gerando uma imagem positiva da organização e, consequentemente, aumentando a visibilidade do negócio e as vendas dos produtos[422].

Não obstante todas as dificuldades em se tornar uma empresa sustentável, algumas empresas brasileiras vêm sendo bem-sucedidas em tal mister, dentre outras,

---

responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada, **Saber, ciencia y libertad**, v. 7, p. 127–135, 2013, p. 128.

[421] VANCE, Patricia de Salles, Reputação corporativa: uma revisão teórica, **Revista de Gestão USP**, v. 14, n. 4, p. 93–108, , p. 95.

[422] LEWANDOWSKA, Anna; WITCZAK, Joanna; KURCZEWSKI, Przemysław, Green marketing today – a mix of trust, consumer participation and life cycle thinking, **Management**, v. 21, n. 2, p. 28–48, 2017, p. 29.

cite-se a empresa de cosméticos, higiene e perfumaria, Natura[423]. Outras, por outro lado, permaneceram apenas no "*marketing*", comprometendo ou colocando em xeque a imagem corporativa, fragilizando a confiança do consumidor em relação a marca.

A esse fenômeno, qual seja, utilização de estratégias comerciais apoiadas em sustentabilidade, mas sem qualquer implementação de práticas para dirimir os impactos ambientais, desviando a atenção do consumidor quanto aos danos que estão sendo causados por aquela empresa, é dado o nome de "*greenwashing*", que seria branquear ou encobrir malefícios.

O termo foi alcunhado por Jay Westervelt, em 1986, em ensaio sobre a postura hoteleira de afixar informativos nos quartos sobre a reutilização de toalhas supostamente para "salvar o meio ambiente", sem que nenhuma outra prática sustentável fosse implementada[424].

Menciona-se que algumas empresas seguem em uma linha bastante peculiar, vez que ao mesmo tempo em que utilizam como modelo de negócio o *fast fashion*, também desejam figurar como empresas socialmente responsáveis. Sem dúvidas, a empresa sueca H&M é uma das que lida mais proximamente com esses paradoxos[425], sobretudo após ter o seu nome vinculado a episódios relacionados à exploração laboral, bem como após ter sido questionada sobre incineração de produtos novos não colocados à venda.

---

[423] A Natura é uma das pioneiras na adoção do *green marketing* e, em 2015, foi uma das empresas premiadas no "Campeões da Terra 2015", prêmio oferecido pelo programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). Disponível em: <https://nacoesunidas.org/premio-da-onu-campeoes-da-terra-reconhece-compromisso-com-a-sustentabilidade-da-natura/. Acesso em: 24 mai. 2018. Note-se que a Natura, desde 2013, ocupa a 1ª posição no Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO) como empresa brasileira com melhor reputação corporativa. Disponível em: <http://www.merco.info/br/ranking-merco-empresas?edicion=2017>. Acesso em: 28 mai. 2018. No mesmo sentido, a empresa foi a única empresa brasileira a ser reconhecida pelo Ethisphere Instituto entre as empresas mais éticas.

[424] Sobre o temário, *vide*: RAHMAN, Imran; PARK, Jeongdoo; CHI, Christina Geng-qing, Consequences of "greenwhashing": consumers' reactions to hotels green initiatives, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 27, n. 6, p. 1054–1081, 2015, p. 1057.; HENNINGER, Claudia E.; ALEVIZOU, Panayiota J.; OATES, Caroline J., What is sustainable fashion?, **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 20, n. 4, p. 400–417, 2016, p. 402.

[425] A empresa H&M vem tentando se posicionar como uma empresa sustentável e socialmente responsável, cite-se, por exemplo, a criação de coleções feitas com materiais orgânicos. Neste sentido: HENNINGER, Claudia E.; ALEVIZOU, Panayiota J.; OATES, Caroline J., What is sustainable fashion?, **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 20, n. 4, p. 400–417, 2016.

Note-se que mesmo empresas que se posicionam como aquelas voltadas à sustentabilidade, tal como Stella McCarteny, que se destaca no desenvolvimento de produtos sustentáveis e sem crueldade animal, são periodicamente colocadas à prova. Isto pois, a complexidade da cadeia de produção e a dependência de fornecedores dificultam a vigilância no sentido de que sejam respeitados todos os parâmetros e valores estabelecidos pelas contratantes.

A título de exemplo, relembre-se que, em 2015, veio a público um vídeo da People for The Ethical Treatment of Animals (PETA) em que mostrava ovelhas estavam sendo maltratadas por uma das fornecedoras de lã de McCarteny, qual seja, a Ovis 21, sediada na Patagônia. A repercussão foi bastante negativa, mas a solidez da reputação da McCartney, bem como a pronta tomada de postura em anunciar que interromperia a relação com a fornecedora permitiu seu deslocamento do episódio negativo para a imagem da marca[426].

Ou seja, problemas na cadeia de produção podem ser constatados ainda que com ostensiva vigilância e auditorias, no entanto, serão mais facilmente controlados e mitigados se observadas, de fato, boas práticas empresariais e a robustez da reputação criada no período anterior à crise.

Em outras palavras, os exemplos trazidos à apreciação, demonstram que as propostas empresariais devem ser fidedignas as suas práticas, o que, por vezes, implica na tomada de postura e controle de toda a cadeia de fornecimento. Isto pois, "um erro no nível de um parâmetro (organização industrial, gestão de recursos humanos, a qualidade dos produtos, o serviço pós-venda) repercute imediatamente na totalidade do sistema"[427].

No cenário atual, não basta apenas para uma organização ter boas diretrizes com valores e missões, bem como promissoras estratégias de *marketing*, mas estas devem refletir o que de fato a empresa é, sob pena da quebra da confiança.

---

[426] Disponível em: <https://investigations.peta.org/ovis-lamb-slaughter-sheep-cruelty/>. Acesso em 26 mai. 2018.
[427] SEMPRINI, **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**.

Igualmente, dado os motivos anteriormente esposados, as empresas de moda devem dedicar esforços preventivos para a não realização de eventos que possam impactar negativamente na imagem corporativa. Desta sorte, ao que tudo indica, a assunção de programas de *compliance* podem ser instrumentos para atingir esse *mister*.

4. *CRIMINAL COMPLIANCE* NA INDÚSTRIA DA MODA

Sumário: 4.1. Tracejado histórico do *criminal compliance*. 4.1.1. *Criminal compliance* na lei anticorrupção. 4.2. A prevenção de crimes na indústria da moda. 4.2.1 *Criminal Compliance* e o ideário de responsabilidade social corporativa na moda. 4.2.2. O movimento pela transparência na indústria da moda. 4.2.3. Código de conduta e políticas em empresas de moda.

O *compliance* compreendido como agir conforme as leis, atos normativos, regulamentos e normas internas da empresa, por meio da implementação de sistemas, processos e estruturas, contribui para a concorrência leal, para a "melhora da sustentabilidade do negócio, o prestígio ante a opinião pública e a situação financeira da empresa"[428].

Até um passado recente, era conhecido apenas por setores altamente regulados, tal como setor bancário, bursátil, de seguros, administração de cartões de crédito, de mercado de capitais e de saúde[429], bem como por empresas multinacionais sujeitas às legislações internacionais anticorrupção. Isto pois, em alguns casos,

> o próprio legislador exige da empresa a adoção de um sistema de cumprimento normativo em relação a certos riscos relevantes, chegando inclusive a definir legalmente certos aspectos que devem ser necessariamente tidos em conta na conformação do *compliance*[430].

O programa de integridade tem natureza privada e deve partir da decisão empresarial em adotá-lo, mas em algumas circunstâncias, o "Estado presta seu apoio a

---

[428] SILVA SÁNCHEZ, Jesús-María, Expansión del derecho penal y blanqueo de capitales, *in*: CALCINA HANCCO, Aldo (Org.), **Responsabilidad penal de las empresas y compliance program**, Santiago-Chile: Ediciones Olejnik, 2018, p. 185. Ainda, consoante observa Salvador Netto, "para que exista uma competição justa entre os *players* que atuam nas mais diversas áreas do comércio e das indústrias, é preciso que as pessoas jurídicas respeitem as *regras do jogo*. A prática de corrupção para obtenção de contratos públicos ou privados, por exemplo, assume uma faceta notoriamente disfuncional, eis que coloca em posição de vantagem determinadas pessoas jurídicas sem que tal privilégio seja alcançado em razão de atributos lícitos e valorizáveis pelo mercado, como eficiência inovações tecnológicas, organização corporativa e otimização do trabalho. SALVADOR NETTO, Alamiro Velludo, **Responsabilidade penal da pessoa jurídica**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018, p. 217.

[429] Sobre isso: SILVEIRA, Renato de Mello Jorge, **Direito penal empresarial: a omissão do empresário como crime**, Belo Horizonte: D'Plácido, 2018, p. 210.

[430] GARCÍA CAVERO, Percy, Compliance y lavado de activos, *in*: CALCINA HANCCO, Aldo (Org.), **Responsabilidad de la empresa y compliance**, Santiago-Chile: Ediciones Olejnik, 2018, p. 158.

este mister mediante a formulação de modelos de cumprimento ou de princípios gerais que considera positivo ou recomenda incorporar"[431].

Nota-se que com o passar dos anos o *compliance* deixou de ser conhecido apenas por empresas e profissionais atuantes em atividades sujeitas aos controles de determinados órgãos, revelando-se em empresas de variados setores da economia, sobretudo após episódios de corrupção e outras fraudes.

Observa-se, então, sua aplicação para segmentos que não o exijam. Naturalmente, são customizados para cada negócio de acordo com as suas demandas e estrutura para implementação, possibilitando a criação de barreiras para contenção de riscos, mas que, obviamente, não inviabilizem economicamente a empresa[432]. Ou seja, não se aguarda que um programa seja o mesmo para uma empresa multinacional e aquela de pequeno porte.

Ainda, verifica-se também a ampliação do escopo de preocupação originária do *criminal compliance*, qual seja, coibir a corrupção e lavagem de dinheiro. Isto é, outros segmentos da economia têm se apropriado do vocábulo e de tudo o que ele representa, sendo personalizado conforme suas próprias demandas e os riscos de suas atividades, extrapolando a órbita de prevenção de crimes como aqueles mencionados.

Assim, o *criminal compliance* deixa de ser, ainda que intuitivamente, sinônimo de prevenção de atos corrupção e lavagem de dinheiro, mas assume claramente facetas na evitação de crimes das mais diversas naturezas.

Particularmente no que toca a indústria da moda, verifica-se que, embora não seja um setor regulado, está sujeito a uma série de relações com o poder público, tal como para a obtenção de licenças ambientais para a fabricação, para a realização de tingimento e beneficiamento de têxteis e couros ou, ainda, para manutenção de produtos químicos e perigosos.

---

[431] GARCÍA CAVERO, Percy, **Criminal compliance: en especial compliance anticorrupción y antilavado de activos**, Lima: Instituto Pacífico, 2017, p. 36.
[432] *Ibid*., p. 214.

Ademais das autorizações necessárias comuns a diversos negócios, como o alvará de funcionamento e de licença sanitária, no Brasil, a indústria de confecção, desde 1975, exige a indicação da composição e a porcentagem das fibras presentes nos artigos fabricados e as instruções de conservação, as denominadas etiquetas de composição. Verificando-se, uma vez mais, a relação entre empresa e poder público.

Isto pois, o regulamento sobre etiquetagem de produtos têxteis é estabelecido pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e estão previstos na Resolução Conmetro nº 2 de 06 de junho de 2008. De acordo com a Resolução, "define-se como produto têxtil aquele que é composto exclusivamente de fibras têxteis ou filamentos têxteis ou por ambos, em estado bruto, beneficiado ou semi-beneficiado, manufaturado ou semi-manufaturado, confeccionado ou semi-confeccionado"[433].

O objetivo da obrigatoriedade da indicação da composição têxtil, segundo o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), é o de trazer informações importantes aos consumidores, prevenindo a ocorrência de "reações alérgicas a determinadas fibras têxteis e/ou filamentos têxteis, assegurando uma clara identificação dos produtos em toda cadeia têxtil proporcionando, assim, a confiabilidade na escolha na aquisição da matéria prima e um perfeito controle em todo segmento"[434].

As etiquetas de composição devem conter a identificação fabricante (nome ou razão social e o número no cadastro nacional da pessoa jurídica); o país de origem; a forma de cuidar e conservar e o tamanho do produto[435].

Compete ao INMETRO a fiscalização dos fabricantes e comerciantes, por meio do Instituto de Pesos e Medidas do Estado (IPEM). No caso de dúvidas entre a correlação do material descrito na etiqueta de composição e a peça apresentada, o material é submetido à análise. A informação incorreta ou não adequada pode acarretar multa ao estabelecimento comercial.

---

[433] Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/legislação>. Acesso em: 07 abr. 2018.
[434] Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/fiscalizacao/produtostexteis.asp>. Acesso em: 07 abr. 2018.
[435] Em 12 de julho de 2019, por meio da Portaria 296, restou definido o Regulamento Técnico do Mercosul sobre a Etiquetagem de Produtos Têxteis.

Verifica-se, então, um grande ponto de atenção para as empresas que atuam no segmento de confecção, para que, sendo constatada irregularidades em suas etiquetas de composição, esteja preparada para prevenir, detectar e punir qualquer ato de corrupção visando evitar uma fiscalização ou sanção.

Essas relações entre empresas de moda e o poder público, por si só, já justificariam a necessidade da adoção do *criminal compliance* para o setor, tendo em vista exposição a eventuais crimes contra a administração pública, mas a proximidade do setor com outros riscos jurídicos como aqueles referenciados no Capítulo 2, torna premente a implementação do programa.

4.1. TRACEJADO HISTÓRICO DO *CRIMINAL COMPLIANCE*

O escopo do *criminal compliance programs* é o de evitar o cometimento de crimes e a responsabilização penal por atos praticados pelos administradores e colaboradores[436]. Restando claro que "(...) os programas não criam barreiras expugnáveis ao crime, mas devem, de todo modo, mostrar-se como elemento restritivo dos mesmos"[437].

A necessidade de aderir aos programas de *compliance* tem sua origem na pressão norteamericana para a evitação de crimes de corrupção internacional[438]. Nesse esquadro, sintomática é a normativa de 1977, Foreing Corrupt Practices Act (FCPA), visando a responsabilização civil e penal de pessoas físicas e jurídicas estadunidenses

---

[436] Neste sentido, salienta MENDES que "A finalidade tem de ser evitar a prática de vários tipos de ilícitos, incluindo os ilícitos criminais (*e.g.*, acidentes laborais, crimes ambientais, crimes contra os consumidores, crimes fiscais, corrupção ativa e branqueamento de capitais), e não obter isenção de responsabilidades (coletivas ou individuais), nem atenuação de sanções. Caso contrário, os programas de *compliance* tornar-se-iam facilmente estratagemas de fuga de responsabilidade". MENDES, Paulo de Sousa, Law enforcement & compliance, *in*: **Estudos sobre law enforcement, compliance e direito penal**, Coimbra: Almedina, 2018, p. 13.

[437] SILVEIRA, Renato de Mello Jorge; SAAD-DINIZ, Eduardo, **Compliance, direito penal e lei anticorrupção**, São Paulo: Saraiva, 2015, p. 126.

[438] A ideia de *compliance* tem sua origem, em 1950, com a criação da legislação estadunidense *Prudential Securities* e, em 1960, com a regulação da *Securities and Exchange Comission* (SEC), visando "(...) institucionalizar os programas de *compliance*, com a finalidade de criar procedimentos internos de controle e monitoramento de operações". BERTOCCELLI, Rodrigo de Pinho, Compliance, *in*: CARVALHO, André Castro *et al* (Orgs.), **Manual de compliance**, Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 37.

por práticas de corrupção a funcionários públicos, autoridades estatais e políticos de países estrangeiros, obstando, dentre outros, a concorrência.

Como descreve Souza, o contexto de "luta global" contra a corrupção advém do

> (...) desdobramento das investigações encetadas logo após o escândalo de Watergate, e ainda sob a édige da Guerra Fria, também como uma resposta às acusações soviéticas de degradação social promovida pelo capitalismo, fatos que levaram à promulgação do *Foreing Corrupt Practices Act* (FCPA) no ano de 1977, certo é que n final do século XX e início do XXI constata-se relevante radicalização de sues característicos, principalmente por conta da tônica econômica da globalização e seus processos de privatização. Em outros termos, a corrupção é hoje um tema internacional [439].

O FCPA proíbe o oferecimento, pagamento, promessa ou autorização de pagamento de qualquer dinheiro ou vantagem de qualquer valor a dirigente estrangeiro, partido político estrangeiro ou a dirigente do mesmo ou a qualquer candidato a cargo político.

Verifica-se que, em orientações do Departamento de Justiça dos Estados Unidos (DOJ) sobre o FCPA, ao rememorar os custos da corrupção resta destacado que a conduta acaba por desviar recursos públicos de prioridades importantes, como saúde, educação e infraestrutura, enfraquecendo os valores democráticos e o estado de direito. Ainda, viabiliza a atividade criminosa como tráfico ilegal de pessoas e armas e drogas, dificultando os intentos de acabar com a pobreza e o terrorismo no mundo[440].

Note-se que, embora o FCPA não tenha o propósito de tratar sobre as violações de direitos humanos, ao ressaltar que a corrupção pode facilitar o tráfico de pessoas, acaba por reafirmar que as empresas não estão incólumes de uma possível responsabilidade quando, por meio de pagamentos corruptos, obtém-se mão de obra fruto de tráfico de pessoas[441]. Ou seja, as organizações sujeitas ao FCPA devem estar atentas também a questão do trabalho escravo e o tráfico de pessoas em seus programas de conformidade.

---

[439] SOUZA, Luciano Anderson de, **Crimes contra a administração pública**, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018, p. 160 e 161.
[440] Disponível em: <https://www.sec.gov/spotlight/fcpa/fcpa-resource-guide.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2019.
[441] Corruption & labor trafficking in global supply chains, **White Paper**, p. 1–8, 2013, p. 2 e 7.

No mesmo influxo, também com escopo de evitar que empresas, por meio de atos de corrupção, pudessem obter vantagens em detrimento de empresas íntegras, em âmbito europeu, destaca-se a normativa antisuborno do Reino Unido, UK Bribery Act 2010 (UKBA). Considerada vanguardista[442], foi responsável pela previsão de responsabilidade criminal para entes coletivos e a criminalização da corrupção privada.

Em razão de convenções internacionais, sobretudo compromissos firmados no âmbito, dentre outros, da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), Organização das Nações Unidas e a Organização dos Estados Americanos, as nações signatárias comprometeram-se a adotar medidas anticorrupção, cominando, via de consequência, no desenvolvimento de mecanismos e controles internos para com escopo de cessar tais práticas ilícitas.

Seguindo a tendência internacional, o Brasil, embora não seja membro da OCDE, mas participe como integrante do "programa de engajamento ampliado", aderiu ao movimento internacional contra a corrupção. Sintomática, nesse sentido, a Lei nº 10.467/2002, responsável por incluir no Código Penal os artigos 337-B[443] e 337- D[444], respectivamente, crimes de corrupção ativa e tráfico de influência em transação comercial internacional[445].

---

[442] A legislação é considerada inovadora tendo em vista que "A legislação criminal, até então existente no Reino Unido, era baseada no direito consuetudinário e no *Prevention of Corruption Acts 1889-1916*. Tratava-se de um sistema antiquado, disperso, que não acompanhava a realidade contemporânea do comércio mundial. Inúmeros fracassos de processos investigativos de corrupção levaram a OCDE a, publicamente, criticar o Reino Unido por sua legislação ultrapassada e não condizente com os compromissos internacionais assumidos em tratados e convenções". BERTOCCELLI, Compliance, p. 47.

[443] Artigo 337-B. "Prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a funcionário público estrangeiro, ou a terceira pessoa, para determiná-lo a praticar, omitir ou retardar ato de ofício relacionado à transação comercial internacional: Pena – reclusão, de 1 (um) a 8 (oito) anos, e multa. Parágrafo único. A pena é aumentada de 1/3 (um terço), se, em razão da vantagem ou promessa, o funcionário público estrangeiro retarda ou omite o ato de ofício, ou o pratica infringindo dever funcional".

[444] Artigo 337-D. "Considera-se funcionário público estrangeiro, para os efeitos penais, quem, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, exerce cargo, emprego ou função pública em entidades estatais ou em representações diplomáticas de país estrangeiro. Parágrafo único. Equipara-se a funcionário público estrangeiro quem exerce cargo, emprego ou função em empresas controladas, diretamente ou indiretamente, pelo Poder Público de país estrangeiro ou em organizações públicas internacionais".

[445] Ainda, é de se mencionar a exasperação das penas previstas para os crimes dos artigos 317 e 333 do Diploma Penal.

Para Busato, a inserção do tema *compliance* teve dois objetivos, o primeiro de "funcionar como um escudo para evitar a responsabilidade penal dos entes coletivos; o segundo e subsidiário, o de operar como um imã a atrair para seus controladores a eventual responsabilidade penal remanescente dos diretores ou sócios das empresas"[446].

Os programas de *criminal compliance* podem figurar como abrandamento da pena ou não aplicação de pena, bem como forma de exercício de defesa. Note-se que, no direito empresarial italiano, por força da Leg. 231 de 2001, é possível a atenuação de pena se constatada a existência do programa[447].

Caminha-se, então, para um maior controle e, aparentemente, as empresas que não se adequarem ou que tenham apenas um programa formal e não efetivo dificilmente conseguirão atingir a finalidade primordial, qual seja, a evitação de risco penal.

É verdade que "(...) nenhum certificado pode funcionar como uma espécie de 'bula papal' que garante a absolvição judicial de qualquer pecado da empresa, vez que o processo penal está regido pela livre valoração da prova"[448]. No entanto, parece inevitável a criação de programas de cumprimento, com códigos de conduta, canais de denúncias e monitoramento, para setores como o de vestuário dado suas peculiaridades e exposição à riscos, como se verá adiante.

4.1.1. *Criminal compliance* na lei anticorrupção

---

[446] BUSATO, Paulo César, O que não se diz sobre o criminal compliance, *in*: PALMA, Maria Fernanda; DIAS, Augusto Silva; MENDES, Paulo de Sousa (Orgs.), Estudos sobre law enforcement, compliance e direito penal, Coimbra: Almedina, 2018, p. 26.

[447] SIEBER, Ulrich, Programas de compliance en el derecho penal de la empresa. Una nueva concepción para controlar la criminalidad econónica, *in*: ARROYO ZAPATERO, Luis; NIETO MARTÍN, Adán (Orgs.), El derecho penal económico en la era compliance, Valencia: Tirant lo Blanch, 2013, p. 64.

[448] GONZÁLEZ FRANCO, J.A; SCHEMMEL, A.; BLUMENBERG, A., La función del penalista en la confección, implementación y evaluación de los progrmas de cumplimento, *in*: ARROYO ZAPATERO, Luis; NIETO MARTÍN, Adán (Orgs.), **El derecho penal económico en la era compliance**, Valencia: Tirant lo Blanch, 2013, p. 158. Neste sentido ponderam Araújo e Camargo que "(...) a responsabilidade criminal só pode ser imputada a quem poderia agir para evitar aquele resultado, e, ainda, que o administrador fez de tudo que estava ao seu alcance para evitar atos ilícitos sob sua gestão. E fazer tudo ao alcance pode significar trabalhar '*top to down*' na implantação de programas de *compliance* efetivos". Disponível em: <http://www.valor.com.br/legislacao/4449332/compliance-e-responsabilidade-do-administrador>. Acesso em: 28 abr. 2018.

Preliminarmente, antes da análise do *compliance* para a indústria da moda, importa recordar parte da lei anticorrupção que inovou ao abordar a existência de um programa de integridade como circunstância a ser sopesada na aplicação das sanções.

Nesse movimento legislativo de coibir à corrupção, em 2013, restou aprovada a Lei nº 12.846, fruto do Projeto de Lei nº 6.826/2010, alcunhada de "Lei Anticorrupção" ou "Lei da Empresa Limpa", com o propósito de responsabilizar objetivamente civil e administrativamente, essencialmente, os entes morais, embora não exclua as pessoas físicas[449], pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira, em seu interesse ou benefício, exclusivo ou não[450].

A legislação mostrou-se oportuna, não só por acompanhar o movimento internacional de repressão à corrupção e por ser uma novel iniciativa de se adequar aos compromissos assumidos em convenções internacionais como da Organização das Nações Unidas (ONU), Organização dos Estados Americanos (OAE) e, com maior destaque, Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), mas também por vislumbrar a responsabilização extrapenal, evitando-se o tão criticado alargamento do Direito Penal.

De acordo com a legislação, serão aplicadas as pessoas jurídicas consideradas responsáveis pelos atos lesivos multa no valor de 0,1% (um décimo por cento) até 20% do faturamento bruto do último exercício anterior ao da instauração do processo administrativo, excluídos os tributos. Ou, se não for possível utilizar tal critério, a multa será de R$ 6.000,00 a R$ 60.000.000,00 (sessenta milhões de reais) [451].

---

[449] Conforme alerta: SOUZA, **Crimes contra a administração pública**, p. 238.

[450] Dispõe o artigo 1º: "Esta Lei dispõe sobre a responsabilização objetiva administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira. Parágrafo único. Aplica-se o disposto nesta Lei às sociedades empresárias e às sociedades simples, personificadas ou não, independentemente da forma de organização ou modelo societário adotado, bem como a quaisquer fundações, associações de entidades ou pessoas, ou sociedades estrangeiras, que tenham sede, filial ou representação no território brasileiro, constituídas de fato ou de direito, ainda que temporariamente".

[451] Observe-se que, segundo dados da ABIT, 80% das confecções brasileiras são de pequeno e médio porte, ou seja, a depender da capacidade econômica do negócio, uma sanção pecuniária dessa natureza pode significar seu fechamento. Disponível em: <http://www.abit.org.br/adm/Arquivo/Publicacao/120429.pdf>. Acesso em: 17 set 2019.

Ainda, são previstas como sanções a restituição dos benefícios ilícitos obtidos, perda de bens, direitos ou valores, impossibilidade de recebimento de subsídios e financiamentos, suspensão ou interdição parcial das atividades e dissolução compulsória da empresa (artigo 19).

Neste aspecto, menciona-se leitura de Silveira e Saad-Diniz, que destacam que as referidas sanções, como aquela da suspensão da atividade empresarial, podem impactar no crescimento econômico e a capacidade de absorção do mercado de trabalho. Ainda, comprometer o crescimento econômico de determinados setores estratégicos[452].

De maneira inovadora, o artigo 22 da Lei 12.846/13 disciplinou acerca do Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), reunindo e dando publicidade às sanções aplicadas pelos órgãos ou entidades dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário de todas as esferas de governo[453]. Naturalmente, a medida, ao conferir o acesso a informações como a razão social e número de inscrição da pessoa jurídica no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), bem como o tipo de punição imposta e a data de aplicação, pode impactar na percepção dos agentes interessados sobre a empresa punida, inviabilizando, por exemplo, futuras relações contratuais.

Em que pese seus méritos, a lei contém falhas, como aquela levantada por Souza ao observar a redação dos artigos 3º e 30, oportunidade em que o autor ressalta que a norma abre espaço para a ocorrência de *bis in idem*, podendo ocorrer a responsabilização de pessoas físicas e jurídicas pela própria lei, bem como pela Lei de Improbidade Administrativa e Lei de Licitações[454].

---

[452] SILVEIRA; SAAD-DINIZ, **Compliance, direito penal e lei anticorrupção**, p. 319.

[453] Artigo 22. "Fica criado no âmbito do Poder Executivo federal o Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP, que reunirá e dará publicidade às sanções aplicadas pelos órgãos ou entidades dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário de todas as esferas de governo com base nesta Lei. § 1º Os órgãos e entidades referidos no caput deverão informar e manter atualizados, no Cnep, os dados relativos às sanções por eles aplicadas. § 2º O Cnep conterá, entre outras, as seguintes informações acerca das sanções aplicadas: I - razão social e número de inscrição da pessoa jurídica ou entidade no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ; II - tipo de sanção; e III - data de aplicação e data final da vigência do efeito limitador ou impeditivo da sanção, quando for o caso. Menciona-se que a CGU mantém banco de dados semelhante com o cadastro de empresas impedidas de participar de licitações, Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS).

[454] SOUZA, **Crimes contra a administração pública**, p. 239. Dispõe o artigo 3º que "A responsabilização da pessoa jurídica não exclui a responsabilidade individual de seus dirigentes ou administradores ou de qualquer pessoa natural, autora, coautora ou partícipe do ato ilícito. § 1º A pessoa

Por outro lado, a legislação, ainda que sem maior profundidade, foi a primeira norma nacional a tratar dos programas de *compliance*, estabelecendo, no artigo 7º, inciso VIII, como circunstância a ser considerada na aplicação das sanções: "a existência de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e a aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta no âmbito da pessoa jurídica".

Em 2015, o Decreto nº 8.420, tratou de regulamentar a Lei Anticorrupção a nível federal, compreendendo, conforme artigo 41, como programa de integridade o

> conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública, nacional ou estrangeira.

Especificamente no artigo 42, em dezesseis incisos, são insculpidos parâmetros para a avaliação do programa de integridade, tais como a existência de um código de conduta e políticas e procedimentos de integridade, treinamentos periódicos, canais de denúncia, registros contábeis que reflitam de forma completa e precisa as transações da pessoa jurídica e medidas disciplinares em caso de violação do programa de integridade[455].

---

jurídica será responsabilizada independentemente da responsabilização individual das pessoas naturais referidas no caput. § 2º Os dirigentes ou administradores somente serão responsabilizados por atos ilícitos na medida da sua culpabilidade". Conforme artigo 30, "A aplicação das sanções previstas nesta Lei não afeta os processos de responsabilização e aplicação de penalidades decorrentes de: I - ato de improbidade administrativa nos termos da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992 ; e II - atos ilícitos alcançados pela Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, ou outras normas de licitações e contratos da administração pública, inclusive no tocante ao Regime Diferenciado de Contratações Públicas - RDC instituído pela Lei nº 12.462, de 4 de agosto de 2011.

[455] Disciplina o artigo 42: "Para fins do disposto no § 4º do art. 5º, o programa de integridade será avaliado, quanto a sua existência e aplicação, de acordo com os seguintes parâmetros: I - comprometimento da alta direção da pessoa jurídica, incluídos os conselhos, evidenciado pelo apoio visível e inequívoco ao programa; II - padrões de conduta, código de ética, políticas e procedimentos de integridade, aplicáveis a todos os empregados e administradores, independentemente de cargo ou função exercidos; III - padrões de conduta, código de ética e políticas de integridade estendidas, quando necessário, a terceiros, tais como, fornecedores, prestadores de serviço, agentes intermediários e associados; IV - treinamentos periódicos sobre o programa de integridade; V - análise periódica de riscos para realizar adaptações necessárias ao programa de integridade; VI - registros contábeis que reflitam de forma completa e precisa as transações da pessoa jurídica; VII - controles internos que assegurem a pronta elaboração e confiabilidade de relatórios e demonstrações financeiros da pessoa jurídica; VIII - procedimentos específicos para prevenir fraudes e ilícitos no âmbito de processos licitatórios, na

Não obstante a legislação e sua respectiva norma regulamentadora não estejam infensas a críticas, como aquela de que "as regras são por demais abrangentes, podendo redundar em programas reveladores de mera carta de intenções, aptos à singela pretensão de redução de punição quando for o caso"[456], mostram-se como marco normativo voltado a estimular que empresas estruturem seus programas organizativos.

Por uma questão histórica, como visto, a correlação entre o *compliance* e a preocupação em evitar crimes de corrupção é bastante clara. No entanto, pela sua própria essência, ou seja, de observância das leis, regras e princípios vetores das atividades empresariais, o programa de integridade não se limita a coibir apenas o referido crime contra a administração pública. Assim, sob o espectro penal, estende-se à prevenção de crimes que tutelam outros bens jurídicos, como os de natureza ambiental.

Conforme observado, os programas tiveram sua origem nos Estados Unidos América, que, como se sabe, adota sistema *common law* e acolhe a responsabilidade penal da pessoa jurídica, ensejando uma reflexão da adoção de *compliance programs* por ordenamentos que adotam como estrutura jurídica o *civil law* e, no mais das vezes, são refratários a responsabilização penal diversa da individual[457]. Nesse esteio, "(...) somente se deveria imaginar uma responsabilidade individual se houvesse – ainda que em tese – a possibilidade de uma responsabilidade (penal ou administrativa) da pessoa jurídica"[458].

---

execução de contratos administrativos ou em qualquer interação com o setor público, ainda que intermediada por terceiros, tal como pagamento de tributos, sujeição a fiscalizações, ou obtenção de autorizações, licenças, permissões e certidões; IX - independência, estrutura e autoridade da instância interna responsável pela aplicação do programa de integridade e fiscalização de seu cumprimento; X - canais de denúncia de irregularidades, abertos e amplamente divulgados a funcionários e terceiros, e de mecanismos destinados à proteção de denunciantes de boa-fé; XI - medidas disciplinares em caso de violação do programa de integridade; XII - procedimentos que assegurem a pronta interrupção de irregularidades ou infrações detectadas e a tempestiva remediação dos danos gerados; XIII - diligências apropriadas para contratação e, conforme o caso, supervisão, de terceiros, tais como, fornecedores, prestadores de serviço, agentes intermediários e associados; XIV - verificação, durante os processos de fusões, aquisições e reestruturações societárias, do cometimento de irregularidades ou ilícitos ou da existência de vulnerabilidades nas pessoas jurídicas envolvidas; XV - monitoramento contínuo do programa de integridade visando seu aperfeiçoamento na prevenção, detecção e combate à ocorrência dos atos lesivos previstos no art. 5º da Lei nº 12.846, de 2013; e XVI - transparência da pessoa jurídica quanto a doações para candidatos e partidos políticos".

[456] SOUZA, **Crimes contra a administração pública**, p. 245.

[457] SILVEIRA; SAAD-DINIZ, **Compliance, direito penal e lei anticorrupção**, p. 114–115.

[458] *Ibid*., p. 133.

Na realidade brasileira, tendo em vista que a responsabilidade penal da pessoa jurídica ostenta previsão tão somente em relação aos crimes ambientais, a incorporação dos programas de *compliance* e uma responsabilização em termos penais dali decorrente se daria em relação à pessoa física, excetuado, como dito, a hipótese de crime ambiental que possibilitaria a responsabilização também do ente coletivo.

4.2. A PREVENÇÃO DE CRIMES NA INDÚSTRIA DA MODA

Denota-se do até aqui exposto que a ocorrência delitiva na indústria da moda, ademais de uma disfunção anticompetitiva e de todos os estigmas que acompanham a sanção penal, maculam sobremaneira a percepção social sobre determinado negócio, tornando-se forçoso a adoção de medidas estratégicas e antecipatórias para evitação de riscos criminais que possam friccionar a imagem corporativa.

É verdade que a dinâmica entre crime e empresa não é algo novo, mas o que se tem é a cada vez maior publicidade negativa desses eventos. Tanto é assim que, como ressalta Williams, uma das razões citadas por executivos para não relatar situações de irregularidades financeiras detectadas à polícia é o temor da publicidade negativa associada e esses incidentes[459].

Isto pois, uma vez levada ao conhecimento público, podem ter efeito devastador na reputação corporativa, no valor da empresa e na percepção da marca, o que é ainda mais sintomático se o negócio depende da confiança do público em relação integridade de seus controles e sistemas de gestão, como é o caso do setor bancário ou de seguros, situação ainda mais agravada se houver indícios de cumplicidade corporativa[460].

Neste ponto, destaca Nieto Martín que "a publicidade negativa altera o *good will* das empresas, o que pode afetar suas vendas na era do *consumer activism*, e

[459] WILLIAMS, James W., Reflections on the private versus public policing of economic crime, **British Journal of Criminology**, v. 45, n. 3, p. 316–339, 2005, p. 328.
[460] *Ibid*.

também retrair os possíveis sócios e afetar os contratos da empresa"[461]. Situação que é agravada quando se está diante de um setor que vive da imagem, tal como se dá na moda.

Associa-se a esse cenário, o absoluto descontrole acerca das informações na era digital. Isto pois, em razão da nova postura dos consumidores que compartilham informações, angústias e exigências por meios digitais, as empresas e as marcas são incapazes de controlar o diálogo social que se formam sobre elas, aumentando-se os riscos das percepções (reais ou manipuladas) construídas no âmbito digital[462].

Soma-se a isso o fato de que cada vez mais vem sendo utilizado o expediente de dar publicidade as infrações cometidas no âmbito empresarial, como forma, a princípio, de conferir transparência ou para desestimular a prática de novas irregularidades, tal como se vê na denominada "lista suja" ou no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) ou no cadastro de empresas impedidas de participar de licitações, Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS)[463].

Note-se que não se está a se falar de uma pena reputacional como sanção alternativa a pena de multa ou a prisão, conforme sustentado na doutrina norteamericana na década de 1970[464], mas sim em relação ao custo econômico para as empresas envolvidas em problemas penais, tendo em vista a maior a publicidade negativa, sobretudo se esses casos envolvem consumidores, credores e trabalhadores[465].

Ou seja, em uma postura racionalista, inexiste outro caminho para uma empresa além de conhecer seus riscos e tentar antecipá-los, daí se dizer que para as

---

[461] NIETO MARTÍN, Adan, **La responsabilidad penal de las personas jurídicas: um modelo legislativo**, Madrid: Iustel, 2008, p. 305.

[462] SAMPER, Luis Fernando, Incorporando los riesgos del siglo XXI en la valuación de marcas, **Revista la Propiedad Inmaterial**, n. 24, p. 27–51, 2017, p. 34.

[463] O objetivo do CEIS é o de consolidar a relação das empresas e pessoas físicas que sofreram sanções que restringiram o direito de participar de licitações ou de celebrar contratos com a Administração Pública. O CNEP, por sua vez, busca consolidar as sanções aplicadas a pessoas jurídicas, pela prática de atos lesivos, com base na Lei nº 12.846/2013. Disponível em: <https://ceiscadastro.cgu.gov.br/index.aspx?ReturnUrl=%2f>. Acesso em: 23 dez. 2019.

[464] NIETO MARTÍN, **La responsabilidad penal de las personas jurídicas: um modelo legislativo**, p. 304.

[465] *Ibid*., p. 305 e 306. No mesmo sentido, *vide*: ALEXANDER, Cindy R., On the nature of the reputational penalty for corporate crime: Evidence, **Journal of Law and Economics**, v. 42, n. 2, p. 489–526, 1999, p. 489.

empresas de moda, atuar de forma preventiva aos delitos, é imperioso para sustentar sua reputação corporativa diante da implacável avaliação social, sendo o *compliance* um importante instrumento para esse propósito[466].

Historicamente, na indústria da moda são considerados como fatores relevantes de competividade, dentre outros, a inovação, a velocidade da produção e a distribuição eficiente[467]. No entanto, nos últimos anos, a transparência empresarial, a responsabilidade socioambiental e a perenidade dos negócios passaram a se somar aos outros aspectos e, possivelmente, em poucos anos, não serão apenas critérios de competividade, mas critérios determinantes para a própria sobrevivência empresarial.

Neste sentido, menciona-se como justificativas pelas quais vem se ampliando o interesse empresarial pela ética: a busca por uma boa imagem pública e uma alta reputação corporativa; diminuição dos riscos de sanções e responsabilidades; antecipação dos riscos; criação da confiança frente a sociedade; fidelização dos clientes e maior capacidade para atrair investidores e, por fim, a melhora no posicionamento da empresa no mercado, diferenciando sua marca como uma vantagem competitiva[468].

Em uma via de mão dupla, o *compliance* tem um papel de prevenção, consistente na evitação da realização de condutas que atentem contra as normas, sejam elas cometidas individualmente por um funcionário ou derivadas do defeito na organização. Do mesmo modo, se os meios de prevenção não forem suficientes para coibir o ilícito, o *compliance* revela sua outra faceta, qual seja, de detecção e a tomada de postura, tal como a comunicação das autoridades competentes.

Neste sentido, a implementação de programas de *compliance* sinaliza-se como um dos instrumentos para dar claridade aos negócios. Busca-se, por meio do mapeamento de riscos, criação de códigos de condutas e políticas, treinamentos,

---

[466] A finalidade do *compliance* vai além da evitação de fatos delitivos, pois além dos riscos legais e reputacionais e geram valor para a empresa. GONZÁLEZ FRANCO, J.A; SCHEMMEL, A.; BLUMENBERG, A., La función del penalista en la confección, implementación y evaluación de los progrmas de cumplimento, *in*: ARROYO ZAPATERO, Luis; NIETO MARTÍN, Adán (Orgs.), **El derecho penal económico en la era compliance**, Valencia: Tirant lo Blanch, 2013, p. 155.

[467] CALOVI, Francesca; VETTORI, Barbara; YU, Jin, **I falsi di moda: le vunerabilità del mercato italiano della moda alla contraffazione**, Milano: Franco Angeli, 2008, p. 59.

[468] CALVO GALLEGO, Francisco Javier, **Códigos éticos y derechos de los trabajadores**, Albacete: Editorial Bomarzo, 2008, p. 6 e 7.

monitoramento e reprimendas, estar conforme com os regulamentos internos e externos à corporação[469].

Pontua Silva Sánchez que a autorregulação das pessoas jurídicas é um método pelo qual os Estados, pressionados, estão lidando com a gestão dos riscos da atividade econômica[470]. Isto é, propõe-se a "(...) evitar fatos delitivos como corrupção, lavagem de dinheiro, financiamento de terrorismo, delitos contra a livre concorrência, delitos contábeis e tributários, *insider trading*, delitos ambientais, entre outros"[471].

Especificamente na indústria da moda, ademais dos ilícitos apontados pelo autor espanhol, são preocupantes as condutas que expõe a saúde do consumidor, a vulneração dos direitos individuais, o assédio sexual e as violações de direitos humanos, como se dá no trabalho análogo ao de escravo, conforme analisado no capítulo 2.

Em relação a exploração laboral ou, como dito, a escravidão contemporânea, ao que parece, tem-se o que Samper identificou como "contágio intrasetorial".

O autor, analisando os casos de corrupção envolvendo a empresa Odebrecht, observa que esses episódios contribuíram para consolidar uma narrativa em torno desse crime no setor de infraestrutura "a corrupção como um tema central do diálogo social, levando as autoridades e os reguladores a buscar demonstrar ações a respeito"[472].

Ou seja, embora essas práticas ilícitas estejam presentes em diversos setores da economia, foi precipuamente por meio dos escândalos no âmbito de organizações voltadas à construção civil que se polarizou a discussão sobre formas de enfrentamento do delito de corrupção, aproximando-se olhares mais atentos a todas empresas de infraestrutura que se relacionam com o poder público.

---

[469] São consideradas como principais etapas de implementação de um programa de *compliance*: a identificação dos riscos; a definição dos requisitos; a estruturação de um projeto; o desenho dos processos e controles; a implementação dos processos e controles; a geração das evidências; a auditoria; os ajustes e o reteste. GIOVANINI, Wagner, **Compliance a excelência na prática**, São Paulo: [s.n.], 2014, p. 61.
[470] Cf. Jesús-María Silva Sánchez em prólogo elaborado na obra: SILVEIRA; SAAD-DINIZ, **Compliance, direito penal e lei anticorrupção**, p. 15.
[471] *Ibid*., p. 118 e 119.
[472] SAMPER, Incorporando los riesgos del siglo XXI en la valuación de marcas, p. 34.

Ainda como exemplo de "contaminação intrasetorial", relembra o autor sobre o que se deu no setor de bebidas açucaradas, afetando outras indústrias de alimentos, que passaram a passar a atenção nas condições nutricionais de seus produtos[473].

Como consequência, verifica-se que esse controle acaba por se espraiar também para outros segmentos, perfazendo-se, ademais do "contágio intrasetorial" também um "contágio intersetorial", ou seja, "afetando marcas e empresas de outras indústrias, incrementando seus riscos de operação e suas formas de fazer negócios"[474].

Conforme apontado anteriormente, pode não ser a indústria da moda a única a revelar casos de utilização de mão de obra análoga à de escravo, no entanto, dado a ocorrência de escândalos envolvendo confecções a serviço de grandes marcas, bem como a maior visibilidade das empresas de moda se comparadas com outros segmentos como o da construção civil ou do agronegócio, esta acabou sendo associada no diálogo social como uma das grandes responsável pela exploração do trabalho humano.

Em realidade, dificilmente essa dissociação ocorrerá, ao que tudo indica, caminha-se para a "contaminação intersetorial", isto é, no sentido de que empresas de outros setores passem também a ser vigiladas, mais transparentes e socialmente responsáveis pelas suas cadeias de fornecimento, movimento que vem sendo sentido com profundidade no mundo da moda, conforme se observará adiante.

Desta forma, dada as suscetibilidades das empresas de moda a ilícitos criminais que, ademais da estigmatização proporcionada pela sanção, geram custo reputacional, parece ser a prevenção de delitos imperativa para a preservação do patrimônio tangível e intangível. Vislumbra-se, assim, no *criminal compliance* um instrumento para tal finalidade.

---

[473] SAMPER, Incorporando los riesgos del siglo XXI en la valuación de marcas, p. 34.
[474] SAMPER, Luis Fernando, Incorporando los riesgos del siglo XXI en la valuación de marcas, **Revista la Propiedad Inmaterial**, n. 24, p. 27–51, 2017, p. 34.

4.2.1. *Criminal compliance* e o ideário de responsabilidade social corporativa na moda

A indústria da moda, em especial os setores têxtil e de confecção, já vivenciou inúmeros episódios de violações socioambientais. A título de exemplo, o crescimento nada planejado das fábricas têxteis, oportunizado pela revolução industrial veio acompanhado de precariedade das relações de trabalho e instalações.

Basta recordar, dentre os inúmeros casos que poderiam ser citados, aquele envolvendo a fabricante de camisas Triangle Shirtwaist, situada em Nova York. O prédio que funcionava a empresa, empregadora de mais de quinhentas pessoas, em sua maioria mulheres imigrantes, desabou, em 1911, após um incêndio que consumiu seus dez andares, levando à óbito 146 pessoas, das quais 123 mulheres.

Constatou-se que, ademais dos materiais têxteis inflamáveis, a falta de extintores e as saídas de emergências fechadas – em verdade, para obstar a saída dos funcionários no horário de trabalho – dificultaram a evacuação dos trabalhadores, sobretudo aqueles que estavam nos andares superiores e, conforme relatos históricos, a única escada de emergência colapsou[475].

Pois bem, já no século XXI outros episódios de mesma natureza marcariam tristemente a indústria da moda, agora não mais produto da revolução industrial, mas fruto da assunção de estratégias empresariais que demandam produção célere com baixo preço, recorrendo-se a países subdesenvolvidos, com legislações débeis e com alto índice de corrupção.

Relembre-se que, em setembro 2012, um incêndio em uma fábrica de produtos têxteis em Karachi, Paquistão, a serviço de uma empresa alemã, levou a morte

[475] Importa consignar que resta vigente o artigo 12-A da Lei do trabalho de Nova York exige que as empresas de vestuário ou contratantes de confecções devem estar devidamente registradas no "New York State Department of Labor", as empresas que contratam confecções que exploram a mão de obra de trabalho podem sofrer sanções cíveis, multas e a perda dos bens produzidos ilegalmente. Disponível em: <https://www.labor.ny.gov/workerprotection/laborstandards/workprot/sweatshp.shtm>. Acesso em: 10 dez. 2019.

de quase 300 pessoas, as quais tiveram dificuldade de sair do edifício, já que as saídas de emergência e as janelas estavam bloqueadas[476].

Ainda, o paradigmático caso ocorrido, em 24 de abril de 2013, na capital de Bangladesh, em que o prédio Rana Plaza, de oito plantas e construído para ser um centro comercial, mas que abrigava cinco fábricas têxteis, desabou deixando inúmeros feridos e ceifando a vida de mais de mil trabalhadores, os quais estavam a serviço de importantes marcas de moda internacionais[477].

Como se verá adiante, a diferença de outrora e os novos tempos é que as empresas, principalmente influenciadas pelo movimento internacional pela responsabilidade socioambiental, têm, paulatinamente, se preocupado com questões como a maior transparência na cadeia produtiva, tendo em vista que a produção "custe o que custar", pode custar a reputação corporativa e a própria perenidade do negócio.

Isto pois, a globalização apresentou uma ideia de "economia global, mas igualmente revelou o fenômeno de uma "sociedade civil global", preocupada com as dimensões sociais e ecológicas do comportamento corporativo[478]. Via de consequência, as empresas passaram a proativamente acomodar as preocupações e expectativas sociais.

A procura por padrões mínimos de segurança clamados pela globalização acabou por fomentar uma estandardização do próprio sistema penal, por conta disso é que se observa cada vez mais comum o socorro ao uso da *soft law*, ou seja, que não cria obrigações jurídicas, mas que confere certos efeitos concretos[479].

---

[476] Na época do episódio, o setor têxtil representava para o Paquistão 7,4% do seu produto interno bruto, empregando 38% da força de trabalho. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2012/09/13/world/asia/hundreds-die-in-factory-fires-in-pakistan.html>. Acesso em: 10 dez. 2019

[477] Em dezembro de 2019, um incêndio em um prédio em Nova Délhi levou a óbito mais de 43 pessoas, trabalhadores e operários que dormiam em fábricas clandestinas alocadas no edifício. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2019/12/08/india/india-delhi-fire-intl-hnk/index.html>. Acesso em: 10 dez. 2019.

[478] JACKSON, Kevin T, Global Corporate Governance: Soft Law and Reputational Accountability, **Brook. J. Int'l L.**, v. 35, n. 1, p. 43–106, 2010, p. 43.

[479] SILVEIRA, Renato de Mello Jorge; SAAD-DINIZ, Eduardo, **Compliance, direito penal e lei anticorrupção**, São Paulo: Saraiva, 2015, p. 45.

Em verdade, nota-se um comportamento global de tentativa de mudança e a implementação da denominada Responsabilidade Social Corporativa, cujas origens remontam os anos 50, com Howard Bowen, o qual, à época, sustentou os benefícios econômicos e sociais que teriam as empresas que introduzissem objetivos sociais mais amplos em seus processos decisórios[480].

Esse movimento permaneceu nas décadas seguintes e acabou por impulsionar as empresas dos mais variados setores ao desenvolvimento de estratégias e mecanismos para, ademais de coibir crimes de corrupção, evitar violações ambientais e de direitos humanos.

Neste sentido, menciona-se o Pacto Mundial das Nações Unidas (Global Compact), formalizado em 26 de julho de 2000, fruto de ideias lançadas no Fórum Econômico Mundial de Davos de janeiro de 1999, e importante marco da aproximação da ONU com as corporações, eis que as empresas, de maneira voluntária, comprometeram-se "a alinhar suas operações e estratégias com os dez princípios universalmente aceitos em matéria de direitos humanos, direitos trabalhistas, meio ambiente e anticorrupção"[481].

Igualmente, o Pacto, com mais de 8.000 entidades signatárias em 135 países[482], representou a passagem para uma nova era, qual seja, da Responsabilidade Social Corporativa (RSC)[483]. Não obstante interpretações mais ou menos restritivas sobre a compreensão do termo, parece ser aceita aquela oferecida pelo Green Book, da Comissão Europeia de em 2001, isto é, "a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas"[484].

---

[480] JACKSON, Global Corporate Governance: Soft Law and Reputational Accountability, p. 49.
[481] FORCADA BARONA, Ignacio, Derecho internacional, responsabilidad social corporativa y derechos humanos, *in*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.), **Derecho penal económico y derechos humanos**, Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 73.
[482] RUIZ, Mayra C.; ROMERO, Zilath, La responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada, **Saber, ciencia y libertad**, v. 7, p. 127–135, 2013, p. 128.
[483] FORCADA BARONA, Derecho internacional, responsabilidad social corporativa y derechos humanos, p. 75.
[484] Disponível em: <https://ec.europa.eu/growth/content/green-paper-entrepreneurship-europe-0_pt>. Acesso em: 29 ago. 2019.

No ano de 2011, restou aprovado pelo Conselho de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU) os princípios norteadores sobre empresas e direitos humanos, também conhecido como princípios Ruggie, tendo em vista ser de lavra do Representante Especial do Secretário Geral das Nações Unidas, professor John Ruggie.

O trabalho tem como base três princípios que reforçam o papel do Estado em prevenir, respeitar e reparar violações de direitos humanos, bem como que as empresas respeitem tais diretrizes[485]. São eles:

> proteger: a obrigação dos Estados de proteger os direitos humanos; respeitar: a responsabilidade das empresas de respeitar os direitos humanos; reparar: a necessidade de que existam recursos adequados e eficazes, em caso de descumprimento destes direitos pelas empresas[486].

O documento, sem caráter obrigatório e vinculante, aborda a responsabilidade do Estado[487], a obrigação da empresa em abster-se de violar direitos humanos e lidar com as consequências negativas se a infração se produziu[488]. Embora não aquém de críticas, tendo em vista suas formulações abstratas ainda representa um marco na aproximação entre empresas e direitos humanos[489].

Nesse aspecto, tal como nota Nieto Martín, a certificação de qualidade, como a International Organization for Standardization (ISO)[490], apresenta-se como um fenômeno dentro do entorno do *compliance*. São normas que delineiam

---

[485] CENTRO DE DIREITOS HUMANOS E EMPRESAS, Reflexões sobre o Decreto 9571/2018 que estabelece Diretrizes Nacionais sobre empresas e Direitos Humanos, **Caderno de Pesquisa Home**, v. 1, n. 7, p. 1–18, 2018, p. 10 e 11.

[486] Disponível em: <https://www.conectas.org>. Acesso em: 29 ago. 2019.

[487] Dentre outros princípios relacionados ao papel do Estado na observância dos direitos humanos, destaca-se o princípio 1, que dispõe que "Os Estados devem proteger contra violações dos direitos humanos cometidas em seu território e/ou sua jurisdição por terceiros, inclusive empresas. Para tanto, devem adotar as medidas apropriadas para prevenir, investigar, punir e reparar tais abusos por meio de políticas adequadas, legislação, regulação e submissão à justiça".

[488] De acordo com o princípio 11: "as empresas devem respeitar os direitos humanos. Isso significa que devem se abster de infringir os direitos humanos de terceiros e enfrentar os impactos negativos sobre os direitos humanos nos quais tenham algum envolvimento". Sobre o temário, *vide:* CARO CORIA, Dino Carlos, Derechos humanos, compliance e industrias extractivas en América Latina, *in*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.), **Derecho penal económico y derechos humanos**, Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 376.

[489] SAAD-DINIZ, Eduardo, **Vitimologia corporativa**, São Paulo: Tirant lo blanch, 2019, p. 185.

[490] A sigla ISO (International Organization for Standardization) ou Organização Internacional de Padronização é um meio para promoção e normalização de produtos e serviços, com base em determinadas normas para que a qualidade seja melhorada.

“responsabilidades, tarefas e funções dentro das organizações com o fim de cumprir os mais diversos objetivos, prevenção de riscos médio-ambientais, trabalhistas, políticas de segurança ou da informação, inclusive de responsabilidade social corporativa”[491].

Em novembro de 2010, foi publicada a norma internacional ISO 26000, traçando as diretrizes e orientando os negócios e organizações a adotarem as melhores práticas sobre responsabilidade social, isto é:

> se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Isso implica um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, que esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento[492].

Já em seu introito, a ISO 26000 ressalta que a responsabilidade social da organização pode influenciar: i) na vantagem competitiva; ii) na reputação corporativa; iii) na capacidade de atrair e manter funcionários e outros *stakeholders*, tais como acionistas e clientes; iv) na manutenção da moral, do compromisso e produtividade dos empregados; v) na percepção de investidores, proprietários, doadores, patrocinadores e a comunidade financeira; vi) na relação com empresas, governos, mídia, fornecedores, concorrentes, clientes e comunidade.

De acordo com a padronização referida, são considerados princípios orientadores da responsabilidade social i) *accountability*; ii) transparência; iii) comportamento ético; iv) respeito aos interesses das partes interessadas; v) respeito pelo estado de direito; vi) respeito pelas normas internacionais de comportamento; vii) respeito aos direitos humanos.

---

[491] Segundo o autor, “as normas de estandardização têm contribuído para aclarar notavelmente o sistema de delegação de funções dentro da empresa; para implantar sistemas documentais encarregados de mostrar a rastreabilidade das decisões e informar o funcionamento do sistema; para estabelecer fluxos de comunicação horizontal e verticais; deveres de supervisão; para destacar a importância da formação e a necessidade de envolver os colaboradores e especialmente os diretores (*tone from the top*); para implantar a necessidade de uma revisão externa em matérias que vão além da auditoria contábil, etc. E mais, têm conseguido que tudo isso se plasme em ‘Manuais’ de empresa, que são um modelo a seguir para quem quer confeccionar um ‘Manual de C*ompliance*’”. NIETO MARTÍN, Adan, El cumplimiento normativo, *in*: NIETO MARTÍN, Adan *et al* (Orgs.), **Manual de cumplimiento penal en la empresa**, Valencia: Tirant lo blanch, 2015, p. 37.

[492] A versão em português da norma, a ABNT NBR ISO 26000, foi divulgada em dezembro de 2010 em evento realizado na Fiesp. Informações disponíveis em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 29 ago. 2019.

O princípio "a*ccountability*"[493] orienta no sentido de que uma organização deve prestar contas e se responsabilizar pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade, na economia e no meio ambiente, bem como que a organização deve ser responsiva e adotar medidas para mitigar erros e prevenir para que não mais aconteçam.

No que tange ao princípio da "transparência", a ISO 26000 dispõe que uma organização deve divulgar de forma clara, precisa e completa suas políticas, decisões e atividades que impactam a sociedade e o meio ambiente. As informações devem estar disponíveis e acessíveis, mas o princípio não requer a divulgação de dados confidenciais ou informações privilegiadas que violem obrigações legais, comerciais, de seguranças ou privacidade individual.

É recomendável que a organização seja transparente quanto: i) ao propósito e natureza e localização de suas atividades; ii) na identificação de qualquer controle acionário na atividade da organização; iii) na tomada de decisões, definições de papeis e responsabilidades; iv) nos padrões e critérios para avaliar seu próprio desempenho em relação à responsabilidade social; v) no seu desempenho em questões importantes sobre responsabilidade social; vi) na origem, montante e aplicação de seus recursos financeiros; vii) nos impactos conhecidos e prováveis de suas decisões e atividades para suas partes interessadas, na sociedade, economia e meio ambiente e, por fim, viii) nas suas partes interessadas e critérios e procedimentos adotados para identificá-los, selecioná-los e engajá-los.

Extrai-se do terceiro princípio, denominado "comportamento ético", que o comportamento da organização deve se pautar em valores como honestidade, equidade e integridade, revelados na preocupação com as pessoas, animais e meio ambiente, bem como com o compromisso de lidar com o impacto de suas atividades e decisões no interesse das partes interessadas.

Para a consecução desse princípio, ou seja, para a promoção de um comportamento ético, convém que a organização: i) identifique e declare seus valores e

[493] Em que pese a expressão inglesa não ter uma tradução literal para o português, pode ser definida como "responsabilização".

princípios; ii) desenvolva e utiliza estruturas de governança; iii) identifique, adote e aplique padrões de comportamento ético; iv) estimule e promova a observância de tais padrões; v) defina e comunique os padrões para os *stakeholders*; vi) previna e solucione conflitos de interesses que poderiam levar a um comportamento antiético; vii) crie e mantenha mecanismos de supervisão e monitoramento; viii) crie e mantenha canais de denúncias; ix) reconheça e enfrente situações que não haja leis e regulamentos locais ou que estejam conflitantes com o comportamento ético; x) adoção e aplicação de normas de comportamento ético reconhecidas internacionalmente; xi) respeite o bem-estar dos animais quando suas vidas e existências forem afetadas.

Como quarta viga mestra, a ISO 26000 destaca que uma organização deve respeitar, considerar e responder aos interesses de suas partes interessadas, ou seja, além dos interesses dos seus proprietários, conselheiros e clientes, outros indivíduos e grupos podem ter direitos, reivindicações e interesses que devem ser levados em consideração, ainda que não tenham um papel formal na governança da organização.

Compõe o rol de princípios da ISO de 2010 o "respeito pelo estado de direito" ou princípio da legalidade, que pressupõe que nenhuma organização deve estar acima da lei, devendo obedecer todas legislações e regulamentos aplicáveis.

Ainda, em complemento ao princípio anterior, o "respeito pelas normas internacionais de comportamento" integra a relação da ISO 26000, recomendando que nas hipóteses em que a legislação local não prece salvaguardas socioambientais adequadas, a organização deve empreender esforços para respeitar no mínimo as normas internacionais de comportamento.

Do mesmo modo, sugere que em situações que a lei ou sua implementação seja conflitante com as normas internacionais e o descumprimento acarreta consequências consideráveis, convém que a organização, conforme viável e apropriado, reveja a natureza de suas relações e atividades naquela jurisdição. Igualmente, ressalta que a organização deve evitar ser cúmplice das atividades de outra organização que não sejam consistentes com as normas internacionais de comportamento.

Por fim, como sétimo princípio, a ISO dispõe acerca do “respeito pelos direitos humanos”, isto é, uma organização deve promover os direitos previstos na Carta Internacional dos Direitos Humanos e evitar beneficiar-se de situações em que os direitos humanos não estejam adequadamente protegidos e, ante o vazio legislativo sobre a proteção desses direitos, a corporação deve respeitar as normas internacionais de comportamento.

Além disso, no ano de 2015, os países-membros da Nações Unidas aprovaram uma agenda sustentável, representando os interesses e esforços voluntários e comuns de nações, corporações e sociedade civil na promoção do crescimento sustentável e da cidadania. Denominada de Agenda 2030, a iniciativa tem como principal pilar os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Os objetivos de Desenvolvimento Sustentável são: i) erradicação da pobreza; ii) fome zero e agricultura sustentável; iii) saúde e bem-estar; iv) educação e qualidade; v) igualdade de gênero; vi) água potável e saneamento; vii) energia acessível e limpa; viii) trabalho decente e crescimento econômico; ix) indústria, inovação e infraestrutura; x) redução das desigualdades; xi) cidades comunitárias sustentáveis; xii) consumo e produção responsáveis; xiii) ação contra a mudança global do clima; xiv) vida na água; xv) vida terrestre; xvi) paz, justiça e instituições eficazes e xvii) parcerias e meios de implantação.

No esquadro brasileiro, oportuno mencionar que, em novembro de 2018, foi publicado o Decreto 9.571/2018, isto é, as Diretrizes Nacionais sobre Empresas e Direitos Humanos, visando a implementação e fomento de princípios de direitos humanos tanto para o Estado quanto para empresas nacionais e multinacionais que exerçam atividades no Brasil, além de criar critérios de fiscalização, responsabilização e reparação.

Inspirada nos princípios Ruggie, os eixos orientadores são: i) a obrigação do Estado com a proteção dos direitos humanos em atividades empresariais; ii) a responsabilidade das empresas com o respeito aos direitos humanos; iii) o acesso aos mecanismos de reparação e remediação para aqueles que, nesse âmbito, tenham seus direitos afetados; e iv) a implementação, o monitoramento e a avaliação das Diretrizes.

Embora não livre de críticas, dentre elas, a ausência de consulta à sociedade civil para o debate[494], bem como a utilização de expressões "impacto" e "abuso" no lugar de "violações", o que transmitira a sensação de tentativa de "harmonização entre os interesses empresariais e o espectro de proteção dos Direitos Humanos e não inaugurar uma lógica de supremacia dos últimos" [495], mostra-se como iniciativa pioneira em aproximar as empresas brasileiras a necessidade de observância dos direitos humanos e ao criar o selo "Empresa e Direitos Humanos" como premiação pela adoção de boas práticas.

Tendo em vista ser de adesão voluntária, como estratégia para incentivar a observância das diretrizes, a norma prevê a criação pelo Ministro de Estado dos Direitos Humanos, doravante denominado Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, de um selo "Empresa e Direitos Humanos" para as corporações que atendam ao seu conteúdo.

Dentre as orientações previstas no Decreto para as empresas, disciplina o artigo 5º, inciso V, a necessidade de redação de um "código de conduta publicamente acessível, aprovado pela alta administração da empresa, que conterá os seus engajamentos e as suas políticas de implementação dos direitos humanos na atividade empresarial".

Menciona-se que, paralelamente, foi editada a Portaria Ministerial nº 350, de 20 de novembro de 2018, responsável por instituir o Código de Conduta e de Respeito aos Direitos Humanos para Fornecedores de Bens e Serviços do Ministério dos Direitos Humanos, fundado em três pilares: pleno respeito aos Direitos Humanos como guia norteador dos negócios e contratos; ética e integridade; e sustentabilidade, tendo como escopo

[494] Neste sentido, menciona-se dura crítica do Homa – Centro de Direitos Humanos e Empresa, da Faculdade de Direito da UFJF: "A elaboração do Decreto não fez parte de um processo transparente ou de consulta à sociedade civil e aos atingidos e atingidas por violações de Direitos Humanos cometidas por empresas, assim como ignorou, e ajudou a invisibilizar, todo um debate já em curso na sociedade brasileira". CENTRO DE DIREITOS HUMANOS E EMPRESAS, Reflexões sobre o Decreto 9571/2018 que estabelece Diretrizes Nacionais sobre empresas e Direitos Humanos, p. 6.
[495] *Ibid*., p. 7.

> estimular a iniciativa privada a promover uma gestão de negócios socialmente responsável e atenta aos direitos humanos e aos critérios de sustentabilidade e, inclusive, que se estimule, no espaço privado, uma cultura de ética, de respeito e de valorização da diversidade e da igualdade de oportunidades[496].

Inicialmente, a ideia de responsabilidade social estava bastante atrelada a atividades filantrópicas como doações para instituições beneficentes, mas com o passar dos anos foram sendo atrelados questões como condições de trabalho, direitos humanos, proteção do consumidor e anticorrupção[497].

Nesse sentido, de maneira oportuna, estudiosos do tema compreendem que a Responsabilidade Social Corporativa deve ser vista como "práticas empresariais responsáveis", pois refletem as expectativas da sociedade conforme o contexto em que se observa. Essa percepção, permite a apropriação e a reconstrução do seu conteúdo conforme as mudanças e desafios futuros. No atual contexto, estão presentes na agenda da RSC, além das questões já mencionadas, preocupações como as mudanças climáticas, consumo imoderado de álcool e obesidade[498].

A adoção de políticas e medidas de responsabilidade social corporativa forma parte do processo decisório e voluntário de cada empresa, no entanto, embora não impositivo, verifica-se que há uma preocupação global, sobretudo em relação a empresas listadas em bolsas de valores.

---

[496] Artigo 1º: "Instituir o Código de Conduta e de Respeito aos Direitos Humanos para Fornecedores de Bens e de Serviços do Ministério dos Direitos Humanos, conforme Anexo desta Portaria, com a finalidade de esclarecer o que o Ministério dos Direitos Humanos considera conduta ética, com ênfase no respeito aos Direitos Humanos, nas relações contratuais com empresas fornecedoras de serviços e produtos e com entidades que desenvolvem parcerias com esta Pasta. Parágrafo único. O Código também abrange as empresas e entidades que eventualmente prestem serviços e forneçam bens às empresas contratadas e parceiros institucionais".
Artigo 2º: "É obrigatória a adoção dos princípios, diretrizes e responsabilidades contidos no Código por ocasião da publicação de editais, e a inclusão de cláusulas nos contratos, convênios e instrumentos congêneres, a fim de orientar empresas e entidades no cumprimento das exigências nele previstas. § 1º Cada instrumento contratual e de parceria preverá requisitos para a adoção do Código pelas empresas e parceiros, observadas as especificidades de cada uma delas, tais como porte, número de empregados ou colaboradores e capacidade organizativa. § 2º Os contratos e termos de parceria exigirão a apresentação, com 90 (noventa) dias de antecedência da data de eventual prorrogação, de relatório por parte dos contratados e parceiros sobre a implementação do Código nas respectivas empresas ou entidades".

[497] *Vide*: ABNT NBR ISO 26000.

[498] AMAESHI, Kenneth; NNODIM, Paul; OSUJI, Onyeka, **Corporate social responsibility, entrepreneurship, and innovation**, London-New York: Routledge Studies in Business Ethics, 2013, p. 14.

Neste sentido, menciona-se que, em fevereiro de 2015, a Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) da Espanha, publicou recomendações para a governança corporativa de sociedades cotadas na bolsa de valores (Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas), conforme o princípio "*comply or explain*"[499], sendo uma das principais inovações o papel do Conselho de Administração em matéria de responsabilidade social corporativa. Dispõe que:

> a sociedade promoverá uma política adequada de responsabilidade social corporativa, como poder não delegável do conselho de administração, oferecendo de forma transparente informação suficiente sobre seu desenvolvimento, aplicação e resultados[500].

No Brasil, pela instrução nº 480, de 07 de dezembro de 2009 da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), alterada pela CVM nº 586, de 08 de julho de 2017, as companhias devem descrever os fatores de riscos que possam influenciar a decisão de investimento, em especial, "questões socioambientais". Devendo indicar as políticas adotadas: a) se o emissor divulga informações sociais e ambientais; b) a metodologia seguida na elaboração dessas informações; c) se essas informações são auditadas ou revisadas por entidade independente; d) a página na rede mundial de computadores onde podem ser encontradas essas informações.

Extrai-se do exposto que, embora não obrigatória, a responsabilidade social corporativa "permite gerar uma melhor valoração da empresa, uma consolidação de sua reputação, a qual favorece a sobrevivência da empresa porque a torna mais competitiva e uma melhor opção para os consumidores"[501].

Importante mencionar, tal como descreve Nieto Martín que conceitos como autorregulação, ética empresarial, código de conduta, responsabilidade social e normas ISO estão umbilicalmente relacionados em uma relação de simbiose ou retroalimentação. Se a ética empresarial é fundamental para conformar a

---

[499] MUNGUIRA GONZÁLEZ, Juan, La arquitectura financiera internacional: situación europea y reflexiones en torno a la tipicidad penal, *in*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.), **Derecho penal económico y derechos humanos**, Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 435.

[500] Disponível em: <https://www.cnmv.es/portal/Publicaciones/CodigosGovCorp.aspx>. Acesso em: 31 ago. 2019.

[501] APARICIO TOVAR, Joaquín; VALDÉS DE LA VEGA, Berta, Sobre el concepto de responsabilidad social de las empresas: un análisis europeo comparado, **Cuadernos de Relaciones Laborales**, v. 27, n. 1, p. 53–75, 2009, p. 57.

responsabilidade social, o cumprimento normativo é instrumental para ambos objetivos, ainda, a autorregulamentação, gestão de riscos, estandardização e auditoria são ferramentas imprescindíveis para sua concretização[502].

Nota-se do até aqui explanado que a Responsabilidade Social Corporativa, como ato voluntário da empresa, visa "contribuir para uma sociedade mais justa em todos os parâmetros e a conservação do meio ambiente", enquanto que os programas de *compliance* objetivam prevenir a prática de crimes, dentre os quais, a lavagem de dinheiro, corrupção e violações de direitos humanos. Note-se, então, que são programas aderentes, tendo ambos como pedra angular os valores éticos[503].

Em outras palavras, ao que tudo indica, caminha-se para aderência da responsabilidade social corporativa e do *criminal compliance* como plataformas a serem adotadas por empresas de moda, sobretudo em razão do cada vez maior movimento pela transparência, conforme será analisado adiante.

4.2.2. O movimento pela transparência na indústria da moda

A fomentar a adoção de medidas preventivas para a evitação de ilícitos na indústria da moda, verifica-se um movimento global pela observância da transparência empresarial, mormente o que se refere a cadeia de produção e a observância da ética e o respeito aos direitos humanos.

Consoante se destacou anteriormente, a veiculação negativa de episódios envolvendo a exploração laboral na produção de artigos de moda deu ensejo a criação de importantes movimentos para a maior transparência na indústria, bem como serviu como catalizador para a incorporação da ética como um dos pilares das estratégias empresariais, sendo, neste aspecto, o *criminal compliance* um importante instrumento para a concretização desse propósito.

---

[502] NIETO MARTÍN, El cumplimiento normativo, p. 35.

[503] MANCINI, Cristiane, Responsabilidade social corporativa como instrumento de compliance, *in*: BECHARA, Fábio Ramazzini; FLORÊNCIO FILHO, Marco Aurélio Pinto (Orgs.), **Compliance e direito penal econômico**, São Paulo: Almedina, 2019, p. 278.

Neste sentido, menciona-se episódio ocorrido, em 1996, o qual foi especialmente relevante para a regulamentação voluntária na indústria da moda. Isto pois, naquele ano o nome da apresentadora norteamericana Kathie Lee Gifford, do programa televisivo "Live With Regis e Kathie Lee", restou associado a exploração laboral. Isto pois, Charles Kernaghan, diretor executivo da National Labor Committee Education Fund in Support of Worker and Human Rights in Central America, expôs relatório que indicava que a linha de roupas da apresentadora estava sendo feita por pessoas com idades de 13 e 14 anos, que trabalhavam 20 horas por dia em fábricas em Honduras[504].

Não obstante a responsabilidade pela produção das peças fosse do Wal-Mart, a apresentadora foi escrutinada publicamente e, ademais de pedir desculpas em rede televisiva, em 1997, ao lado de outros executivos da indústria de vestuário e o secretário do trabalho dos EUA, Robert Reich, fundaram a Apparel Industry Partnership to End Sweatshop Practice – API que, ao depois, viria a se tornar a Fair Labor Association (FLA)[505].

Posteriormente, seria redigido um código de conduta para a indústria do vestuário, definindo normas de trabalho que visam alcançar condições de trabalho dignas e humanas, baseadas nas normas da Organização Internacional do Trabalho e em boas práticas de trabalho internacionalmente aceitas. São pilares do código: a relação de trabalho; não discriminação; assédio ou abuso; trabalho forçado; trabalho infantil; liberdade de associação e negociação coletiva; saúde, segurança e ambiente; horário de trabalho e compensação[506].

Essa foi uma importante ação pela transparência e ética na indústria, isto pois, as empresas que aderem o Fair Labor Association (FLA) se comprometem em cumprir o quanto descrito no código de conduta e a desenvolver práticas e políticas

---

[504] Disponível em: <https://www.nytimes.com/1996/06/27/business/a-sweetheart-becomes-suspect-looking-behind-those-kathie-lee-labels.html>. Acesso em: 21 jul. 2019.
[505] HERMAN, Andrew, Reassessing the role of supplier codes of conduct: closing the gap between aspirations and reality, **Virginia Journal of International Law**, v. 52, n. 2, p. 445–481, 2012, p. 449.
[506] *Ibid*. Disponível em: <http://www.fairlabor.org/our-work/code-of-conduct>. Acesso em 21 jul. 2019.

convergente com aqueles postulados, buscando o melhor desempenho social das cadeias de fornecimento[507].

No mesmo influxo, menciona-se iniciativa dinamarquesa que, em 2012, por meio do NICE (Nordic Initiative Clean and Ethical), elaborou o NICE Code of Conduct and Manual for the Fashion and Textile Industry. Formulado com base em dez capítulos que versam sobre as seguintes temáticas: direitos humanos, relações trabalhistas, saúde e segurança ocupacional, meio ambiente, combate à corrupção, relações éticas, monitoramento e avaliação[508].

Observa-se um grande esforço internacional nas últimas décadas para coibir as violações de direitos humanos e fomentar a maior transparência nas cadeias de fornecimento, sobretudo após a ocorrência de episódios marcantes como o desabamento do Rana Plaza em Bangladesh, em 24 de abril de 2013, que redundou em inúmeros feridos e na morte de mais de mil trabalhadores do setor de confecção, os quais estavam a serviço de uma série de empresas estrangeiras, trabalhando entre 18 a 20 horas recebendo remuneração de US$ 2,00 (dois dólares).

A tragédia sensibilizou pessoas do mundo inteiro, ensejando na criação de importantes movimentos, como o *Fashion Revolution*, grupo formado por designers, acadêmicos, escritores, líderes empresariais, formuladores de políticas, marcas, varejistas, comerciantes, produtores, fabricantes, trabalhadores e entusiastas da moda, que intentam "mudar radicalmente a maneira como nossas roupas são adquiridas, produzidas e consumidas, para que nossas roupas sejam feitas de maneira segura, limpa e justa"[509].

Durante o ano o grupo busca conscientizar os cidadãos sobre os custos da moda e os seus impactos e, especificamente, no dia 24 de abril, celebra-se o *Fashion*

[507] Dentre outras marcas de moda aderentes ao FLA, destaque-se Adidas, Nike e Patagônia.
[508] Disponível em: <http://ethics.iit.edu/codes/NICE2012.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2019.
[509] O movimento está presente no Brasil desde 2014. Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/>. Acesso em: 10 dez. 2019.

Revolution Day[510], data em que são realizadas uma série de atividades por núcleos voluntários em mais de cem países.

Ainda como iniciativa do movimento, desde 2017, é lançado o índice de transparência mundial e, em 2018, foi criado o primeiro Índice de Transparência Brasil, cuja segunda edição, 2019, apresenta a análise de trinta das maiores marcas e varejistas de moda presentes no país, sendo as melhores pontuadas: C&A, Malwee, Renner, Osklen e Havaianas[511].

O acontecimento em Bangladesh levou à criação de duas importantes inciativas no ano de 2017, o The Bangladesh Accord on Fire and Building Safety, acordo vinculativo entre marcas e sindicatos em prol de uma indústria de vestuário e têxtil segura, voltado a inspeções de fábricas, monitoramento de adequação e treinamento de segurança[512], e a Alliance for Bangladesh Work Safety, compromisso de cinco anos para a melhoria da segurança das fábricas[513].

Ainda, o episódio serviu como catalisador para a movimentação internacional no sentido de desenvolver estratégias para que empresas mapeiem riscos e criem mecanismos para erradicar violações de direitos humanos. Do mesmo modo, para que rastreiem e monitorem os fornecedores subcontratados, garantindo a preservação de direitos e liberdades fundamentais, tais como saúde e segurança no ambiente de trabalho.

Neste sentido, menciona-se a lei de transparência da Califórnia, California Transparency in Supply Chain Act (2012), que visa fornecer aos consumidores acesso a informações sobre o emprenho das empresas no sentido de prevenir e erradicar o tráfico de pessoas e o trabalho análogo ao de escravo nas suas cadeias de fornecimento de produtos, tanto internamente quanto no exterior.

---

[510] O *Fashion Revolution Day* tornou-se a Semana *Fashion Revolution.* Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/>. Acesso em: 10 dez. 2019.
[511] Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/>. Acesso em: 10 dez. 2019.
[512] Disponível em: <https://bangladeshaccord.org/>. Acesso em: 10 dez. 2019
[513] As atividades da Alliance for Blangladesh foram, planejadamente, interrompidas após a conclusão do mandato de cinco anos. Disponível em: <http://www.bangladeshworkersafety.org/>. Acesso em: 10 dez. 2019. Sobre as diferenças entre o Acordo e a Aliança *vide*: SALMINEN, Jaakko, The accord on fire and building safety in Bangladesh: A new paradigm for limiting buyers' liability in global supply chains?, **American Journal of Comparative Law**, v. 66, n. 2, p. 411–451, 2018, p. 416–421.

Estão sujeitos à regulamentação qualquer empresa que estabeleça negócios na Califórnia e que ostente receita brutas anuais de mais de US$ 100 milhões e que se identifique como vendedor ou fabricante de varejo em sua declaração de impostos da Califórnia.

As empresas devem divulgar em seus websites informações relativas a cinco frentes, quais sejam: i) verificação: avaliação dos riscos da ocorrência de trabalho escravo ou tráfico de pessoas; ii) auditorias: supervisão de fornecedores; iii) certificação iv) responsabilidade interna: procedimentos adotados para responsabilizar funcionários ou contratados que não observem os padrões da empresa na coibição do trabalho escravo e tráfico de pessoas e v) treinamento.

Do mesmo modo, é o U.K. Modern Slavery Act Statement, de 2015, que dispõe acerca da proibição da utilização do trabalho escravo, forçado ou compulsório, servidão e tráfico de seres humanos. Ademais da imposição de gravíssimas penas, como a prisão perpetua, dispõe na parte VI, seção 54, sobre a "transparência nas cadeias de fornecimento".

Dispõe a legislação que uma organização comercial a cada ano financeiro deve preparar e divulgar em um local de destaque em seu *website*[514] uma declaração sobre suas iniciativas para coibir o trabalho escravo e tráfico de pessoas. A obrigação se aplica a todas empresas que forneçam, no todo ou em parte, bens ou serviços no Reino Unido e que tenham um volume de negócios total superior a £ 36 milhões[515].

Dentre outros elementos, a declaração deve conter: i) a estrutura da organização, seus negócios e suas cadeias de fornecimento; ii) políticas em relação à escravidão e ao tráfico de pessoas; iii) seus processos de *due diligence* em relação à escravidão e ao tráfico humano em seus negócios e cadeias de fornecimento; iv) avaliação e gestão de riscos; v) principais indicadores de desempenho para medir a

[514] A exemplo do que ocorre na California Transparency in Supply Chain Act, as organizações que não tenham *website* devem fornecer, em trinta dias, as informações a quem as solicitar.
[515] Disponível em: <https://www.gov.uk/guidance/publish-an-annual-modern-slavery-statement> Acesso em: 24 ago. 2019.

eficácia das medidas tomadas e vii) treinamento para evitação da escravidão moderna e tráfico.

Em que pese não ter o Modern Slavery Act poder coercitivo, este vem sendo compreendido como um bom início para a adoção de boas práticas no setor de moda. Ademais, a exigência da divulgação do relatório anual fomenta a que as organizações façam auditorias periódicas e que estas questões cheguem a alta direção[516].

Já a França, reconhecida mundialmente pela sua tradição na moda e que, de acordo com dados oferecidos pela Union des Industries Textiles – UIT, em 2017, empregou mais de 60.000 pessoas, gerando um volume de negócios de 13,4 milhões de euros[517], também ostenta legislação pela transparência e por medidas de vigilância da cadeia de produção, qual seja, a French Duty of Vigilance.

Dispõe a lei francesa nº 2017-399 sobre o dever de cuidado de empresas e suas subsidiárias, estabelecendo que, ao final de dois exercícios consecutivos, aquelas que empreguem pelo menos cinco mil funcionários internamente e em suas subsidiárias diretas ou indiretas, com sede em França, ou pelo menos dez mil funcionários e suas subsidiárias diretas ou indiretas, com sede na França ou no exterior, devem criar e implementar efetivamente um plano de vigilância.

O plano inclui medidas de *due diligence* para identificar riscos e prevenir violações graves dos direitos humanos e liberdades fundamentais, saúde e segurança humana e meio ambiente como resultado das atividades da sociedade.

O planejamento de vigilância e o relatório de sua implementação devem ser públicos e englobar: i) um mapa de risco para sua identificação, análise e priorização; ii) procedimentos para avaliar regularmente a situação de subsidiárias, subcontratadas ou fornecedores com os quais mantêm uma relação comercial estabelecida, com relação ao mapeamento de riscos; iii) ações apropriadas para mitigar riscos ou prevenir danos graves; iv) um mecanismo de alerta e a coleta de relatórios relacionados à existência ou

[516] BURBIDGE, Rosie, **European fashion law**, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2019, p. 385.
[517] Disponível em: <http://www.textile.fr/wp-content/uploads/2018/06/chiffres_cles.pdf>. Acesso em: 26 set. 2019.

realização de riscos, estabelecidos em consulta com as organizações sindicais representativas da referida empresa; v) um dispositivo para monitorar as medidas implementadas e avaliar sua eficácia.

Ainda, em vez mais a sinalizar o movimento internacional para a transparência e coibição da exploração labora, em 2018, sobreveio a Australia Modern Slavery Act, com entrada em vigor em 01 de janeiro de 2019, estabelece que as empresas com faturamento correspondente a $ 100 milhões de dólares australianos devem informar suas iniciativas para prevenir e coibir o trabalho escravo.

Nota-se idêntico movimento, por exemplo, no Canadá que, por meio do projeto de lei Bill C-423, também denominado de Canada's Modern Slavery Act, prevê que determinadas organizações tenham a obrigação de informar, até o dia 31 de maio de cada ano, as medidas adotadas durante o ano anterior para prevenir e reduzir o risco de trabalho forçado ou trabalho infantil, na fabricação, produção, cultivo, extração de alimentos em bens no Canadá ou importados para aquele país.

Ainda, de forma pioneira se comparada com as demais legislações de mesma natureza, proíbe a importação de bens manufaturados ou produzidos com trabalho forçado ou infantil.

Uma vez aprovada, estão submetidas à legislação as entidades que estão listadas em uma bolsa de valores do Canadá, bem como as empresas com sede ou que possuam negócios ou ativos no país que satisfaçam ao menos dois dos seguintes requisitos: ter US$ 20 milhões em ativos; ter gerado pelo menos US$ 40 milhões em receita ou empregar uma média de pelo menos 250 funcionários.

O relatório deve conter: i) a estrutura da entidade e os bens que fabrica, produz, cultiva, extrai ou processa no Canadá ou que importa para o país; ii) as políticas da organização em relação ao trabalho forçado e infantil; iii) quais as medidas aditadas para remediar a questão e iv) o treinamento fornecido aso empregados sobre trabalho forçado e infantil.

O projeto ainda inova ao exigir que o relatório seja acompanhado de atestado firmado por um diretor de que as informações oferecidas são verídicas, precisas e completas.

O descumprimento do quanto estabelecido pode resultar em multa de US$ 250.000. Do mesmo modo, a organização que oferecer informações falsas ou enganosas é passível de multa superior a US$ 250.000.

No mesmo esteio, o projeto de lei estabelece a responsabilização dos diretores e alta liderança. Isto é, se uma pessoa ou uma entidade violou a lei e qualquer diretor, agente ou mandatário da pessoa ou entidade que dirigiu, autorizou, consentiu ou participou de sua comissão é uma parte responsável e está sujeita a condenação à pena prevista pelo delito.

Do mesmo modo, é considerado como prova suficiente da ofensa se a conduta foi cometida por um empregado, agente ou mandatário do acusado, seja ou não o empregado ou agente ou mandatário identificado ou se foi processado pelo delito, a menos que o acusado estabeleça que ele exerceu a devida diligência para impedir sua comissão.

Verifica-se do quadro esposado que diuturnamente a transparência na indústria da moda ganha espaço no debate púbico, vem sendo parte de políticas públicas e há uma clara tendência de que assumam contornos globais, exigindo que as empresas de moda se adequem a nossa nova realidade.

Neste escopo, a criação de códigos de condutas em empresas de moda pode servir como um dos instrumentos a dar claridade aos negócios e um importante passo para a concretização da transparência empresarial.

4.2.3. Código de conduta e políticas em empresas de moda

Considera-se como marco da criação dos códigos de conduta a *Sarbanes-Oxley-Act* (Ley Sox) de 2002, visto que passou a impor a criação de controles internos nas empresas cotizadas para melhorar a transparência e a confiabilidade dos informes

financeiros de empresas norte-americanas, bem como das filiais que cotizam nos Estados Unidos, protegendo-se, assim, os investidores contra irregularidades contábeis, bancária e da criminalidade econômica[518].

Verifica-se, por outro lado, a superveniência dos códigos de conduta em multinacionais no setor de vestuário já nos anos 90, há notícias de que os primeiros deles teriam partido da Levi Strauss[519] e Nike, sobretudo com escopo de dar uma resposta rápida aos consumidores e organizações não governamentais após escândalos de exploração laboral.

O código de conduta é formado por diretrizes que norteiam a atividade de determinada empresa, ou seja, seus princípios, valores e missão, os comportamentos esperados, os canais de comunicação, bem como as responsabilidades e reprimendas previstas em caso de inobservância de tais regramentos, regime disciplinar que, obviamente, deve ser proporcional e seguir os valores que inspiram o programa de integridade[520].

Ressalta Grieser que um código de conduta figura como instrumento para informar aos consumidores quais são as prioridades e esforços da empresa para melhorar o desempenho social. Complementarmente, nota-se que é por meio do código de conduta que a empresa adequará suas atividades aos postulados de boa governança corporativa, fomentando entre seus sócios, diretores e empregados uma atitude interna de respeito as exigências legais[521].

---

[518] BACIGALUPO, Enrique, **Compliance y derecho penal**, Navarra: Editorial Aranzandi, 2011, p. 122.
[519] A Levi Strauss criou, em 1992, o Sourcing and Operating Guidelines. HERMAN, Reassessing the role of supplier codes of conduct: closing the gap between aspirations and reality, p. 449.
[520] BLUMENBERG, Axel-Dirk; GÁRCIA-MORENO, Beatriz, Retos prácticos de la implementación de programas de cumplimento normativo, *in*: HORTAL IBARRA, Juan Carlos; VALIENTE IVAÑEZ, Vicente (Orgs.), **Responsabilidad de la empresa y compliance: programas de prevención, detección y reacción penal**, Montevideo-Buenos Aires: BdeF, 2014, p. 288.; NIETO MARTÍN, Adan, Código ético, evaluación de riesgos y formación, *in*: NIETO MARTÍN, Adan *et al* (Orgs.), **Manual de cumplimiento penal en la empresa**, Valencia: Tirant lo blanch, 2015, p. 144.
[521] GÓMEZ MARTÍN, Víctor, Compliance y derechos de los trabajadores, *in*: HORTAL IBARRA, Juan Carlos; IVAÑEZ VALIENTE, Vicente (Orgs.), **Responsabilidad de la empresa y compliance**, Montevideo-Buenos Aires: BdeF, 2014, p. 427.

Aliado a um programa de *compliance*, o código de conduta pode auxiliar as empresas a controlar suas operações, evitando escândalos, responsabilizações e crises reputacionais[522].

O código de conduta, instrumento pelo qual a empresa se compromete a defender princípios éticos, ambientais e sociais, vem se mostrando como importante forma de regulamentação voluntária para a indústria do vestuário [523]. Sua origem está bastante associada a pressão de Organizações não Governamentais (ONGs), dos consumidores e da sensibilidade de algumas empresas quanto a necessidade de uma tomada de postura diferente, sobretudo em matéria ambiental e de direitos humanos.

A este respeito tergiversa Murray que os códigos, sejam eles, morais, religiosos e políticos, que moldam o comportamento do empregador em relação aos funcionários datam do início da produção industrial. Segundo o autor, os primeiros códigos foram criados pela International Chamber of Commerce – ICC, em 1937, sobre práticas publicitárias, dando ensejo, em 1974, ao Código Internacional de Marketing[524].

Descreve o autor que, pelo histórico de códigos, pode-se identificar três momentos, quais sejam: o período logo após a Segunda Guerra Mundial; a década e 1970 e, particularmente importante para a presente análise, o final dos anos 80 até os dias atuais[525].

Os códigos de ética, quando refletem uma cultura positiva corporativa, dentre outros, melhoram a reputação empresarial, transmite a mensagem a terceiros, como fornecedores, sobre a necessidade de respeitar aquele conjunto de regras[526] e fomenta o maior engajamento dos empregados, fortalecendo o espírito de pertencimento a um grupo, pois "quando os subordinados sabem que quem detém o poder tem

---

[522] GRIESER, Aaron, Defining the outer limits of global compliance programs: emerging legal & eeputational liability in corporate supply chains much has been written on corporate codes of conduct in the last decade as such codes have risen to an important, **Oregon Review of int'l law**, v. 10, p. 285–325, 2008, p. 310.

[523] BARTLEY, Tim, Corporate accountability and the privatization of labor standards: struggles over codes of conduct in the apparel industry, **Polities and the Corporation Research in Political Sociology**, v. 14, p. 211–244, 2005, p. 218.

[524] MURRAY, Jill, Corporate codes of conduct and labor standards, **International Labour Organization - ILO**, March, 1998.

[525] *Ibid*.

[526] NIETO MARTÍN, Código ético, evaluación de riesgos y formación, p. 137.

interesse concreto em evitar uma sanção, considerará que as medidas adotadas não são mera 'cosmética'"[527].

Por se tratar de um documento claro e objetivo, aborda genericamente temas relevantes que são relevantes para a empresa, funcionários, clientes e terceiros que de algum modo se relacionam com o ente coletivo. Desta forma, ao servir como informação para diversos destinatários, não é possível versar em minúcia sobre as múltiplas e complexas questões de interesse de todas. Por essa razão, os códigos de conduta, em geral, são complementados por políticas empresariais, estas sim com riqueza de detalhes e direcionadas para os profissionais ou para a áreas específicas mais sensíveis a determinados riscos[528].

Assim, por exemplo, para um operador de máquinas que atua diretamente "no chão de fábrica", parece fundamental que este conheça as políticas relativas à segurança e saúde para a prevenção de riscos laborais, por outro lado, não identifica-se qualquer necessidade de que este conheça em detalhes as políticas relacionadas a distribuição de amostras grátis, de presentes e de brindes para funcionários públicos ou, ainda, sobre a relação com a concorrência, temas delicados para aqueles que figuram, por exemplo, como representantes comerciais.

As políticas, embora também versem sobre valores e tragam definições, condutas e sujeitos obrigados, ostentam características mais operacionais se comparadas com o teor dos códigos de conduta, como, por exemplo, a determinação de responsabilidades, descrições das funções, obrigações de documentação e procedimentos internos[529].

Como conteúdo mínimo a integrar um código de conduta e a ser complementado por políticas, parece razoável os destaques feitos por Bacigalupo, isto é, deve abordar sobre o conflito de interesses; o crime de corrupção, estelionato e fraudes; o direito da concorrência; a observância dos direitos humanos; a ética e proteção contra

---

[527] NIETO MARTÍN, Adan, **La responsabilidad penal de las personas jurídicas: um modelo legislativo**, Madrid: Iustel, 2008, p. 47.
[528] NIETO MARTÍN, Código ético, evaluación de riesgos y formación, p. 141.
[529] As infrações às políticas de empresa podem ser compreendidas como violações ao próprio código de conduta, visto que umbilicalmente relacionados. *Ibid*., p. 141 e 142.

a discriminação; confidencialidade e proteção de dados; correção da contabilidade; segurança das informações; proteção do meio ambiente e saúde e regulação das denúncias internas (*whistleblowing*)[530].

Adiciona-se as diretrizes lembradas pelo autor espanhol, sem prejuízo da necessária customização caso a caso, isto é, consoante o segmento mercadológico e a etapa da cadeia produtiva em que se situa o ente coletivo, o código de conduta de uma empresa de moda deve ter como pano de fundo a ideia de preservação da reputação corporativa, por essa razão deve tratar também sobre os direitos intelectuais; direitos da personalidade; apropriação cultural; assédio moral e sexual.

Ainda, verifica-se que para uma empresa atuante no varejo de moda, ou seja, aquela que compra e revende produtos acabados, é fundamental a adoção de políticas sobre contratação de fornecedores, como parte da estratégia para prevenir a ilícitos como aquele da exploração laboral.

Neste particular aspecto, como bem pontua Nieto Martín, deve-se observar as três fases contratuais: pré-contratual, contratual e pós-contratual. A primeira, tida como a essência do procedimento de *due diligence*, visa conhecer todas as informações do parceiro comercial, avaliando-se os riscos que estará sujeito o ente coletivo em uma eventual contratação.

Esse procedimento preliminar pode se dar com o preenchimento de um formulário pelo fornecedor (*checklist*) no que toca as suas práticas empresariais e, complementarmente, com a coleta de informações disponíveis de consultas livres na *internet*, registros públicos, câmaras de comércio, clientes, associações empresariais, listas sancionadoras organizações governamentais nacionais e internacionais[531], registros de antecedentes penais e base de dados de jurisprudências[532].

Essas informações preliminares permitem a identificação de fatores de riscos, denominados "*red flags*".

---

[530] BACIGALUPO, **Compliance y derecho penal**, p. 115.
[531] Como exemplo, a lista suja e o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP).
[532] NIETO MARTÍN, Adan, La prevención de la corrupción, *in*: NIETO MARTÍN, Adan *et al* (Orgs.), **Manual de cumplimiento penal en la empresa**, Valencia: Tirant lo Blanch, 2015, p. 362.

A segunda etapa, dita contratual, contém estipulações que possam garantir ao contratante a possibilidade de rescindir o quanto celebrado se não observado o código de ética e as políticas para fornecedores. Estabelecendo-se para isso cláusulas que vão desde a obrigação do fornecedor em dar conhecimento aos seus empregados e subcontratados sobre o conteúdo do código de conduta da contratante, até aquelas que viabilizem a supervisão da atividade do fornecedor, como, por exemplo, se está respeitando todos os princípios éticos[533].

Por fim, como terceira etapa, pós-contratual, visa-se a supervisão do comportamento do fornecedor, trabalho constante para identificação de eventuais gargalos e mitigação de vulnerabilidades. Ou seja, prática de monitoramento do contratado para averiguar se aquilo estabelecido no início da relação contratual segue sendo observado consoante as diretrizes do código de conduta.

Ainda, tendo em vista que uma das tendências que moldam a indústria da moda é a da transformação digital, as empresas varejistas de moda cada vez mais se aproveitam do *big data* e *machine learning* para coletar e analisar dados dos consumidores. Isto pois, com essas facilidades tecnológicas podem identificar com maior clareza os interesses do público alvo e, via de consequência, implementar ações assertivas e que gerem resultados.

Essas informações tradicionalmente eram obtidas, no mais das vezes, a partir do convencional e consentido fornecimento de dados pessoais do consumidor para cadastro em loja (física e *e-commerce*), mas, com as novas tecnologias, essas informações agora podem ser coletadas, dentre outros, a partir do reconhecimento facial, análise de *big data*[534] e tecnologias vestíveis (*weareable technologies*)[535].

---

[533] *Ibid*., p. 361.

[534] Neste sentido, menciona-se que empresas como a sueca H&M tem feito uso de tecnologias e *big data* para mapear o comportamento e as preferências do consumidor. Isto é, na Alemanha, "por meio de dados de geolocalização e análise de cookies, a marca está produzindo coleção de roupas contendo estampas, cores, materiais e modelos que os usuários da localidade se interessam". Disponível em: < https://www.morebrandsandfashion.com/single-post/2019/10/25/fashion-law-e-a-lgpd-o-uso-da-tecnologia-e-do-big-data-como-estrat%c3%89gia-comercial>. Acesso em: 16 dez. 2019.

[535] A moda está cada vez mais afeta ao uso de tecnologias e as empresas buscam desenvolver produtos revestidos de alta tecnologia, como são as *wearebles technology* (roupas vestíveis) que já sinalizam ser as roupas do futuro. Isto é, os têxteis muito mais do que elementos de proteção contra as intemperes, forma de distinção social ou mero ornamento acabaram assumindo novas funções. Ou seja, desde os tecidos para

Inegável as vantagens desses instrumentos para os negócios de moda, no entanto, ao tatear direitos da intimidade e privacidade do consumidor, deixam de ser apenas uma estratégia empresarial, mas tornam-se também fontes de risco, como aqueles da exposição indevida de dados pessoais.

Ou seja, as empresas de moda, sejam elas físicas ou virtuais, que lidam diretamente com dados de clientes, devem se atentar para o desenvolvimento de políticas sobre proteção de dados pessoais, sobretudo em razão do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014), bem como após a sanção de Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, com vigência a partir de 16 de fevereiro de 2020[536].

Compreende-se por dado pessoal, de acordo com o artigo 5º, inciso I, da LGPD, a informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável[537]. Vislumbra-se com a proteção dessas informações a tutela de direitos como o da liberdade, emprego, livre expressão, crédito ao consumo de bens e serviços e participação política[538].

Assim, não há dúvidas de que as empresas que façam uso desses expedientes devem ter uma especial atenção na coleta, manutenção e remoção desses dados pessoais, ponto bastante relevante para a indústria da moda que tem, sistematicamente, se apropriado dessas facilidades para robustecer o negócio.

---

práticas esportivas que diminuem odores ou a sudorese até aqueles que repelem insetos, diminuem celulites, amenizam dores de queimaduras, dentre outros. Esses novos produtos, podem, ademais de sua funcionalidade técnica, serem receptores de informações dos seus usuários, daí a natural preocupação para o *compliance* digital.

[536] O advento da legislação tem como marco a entrada em vigor da General Data Protection Regulation (GPDR).

[537] De acordo com o artigo 4º da GDPR, entende-se por dados pessoais: "informação relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável ('titular dos dados'); é considerada identificável uma pessoa singular que possa ser identificada, direta ou indiretamente, em especial por referência a um identificador, como por exemplo um nome, um número de identificação, dados de localização, identificadores por via eletrônica ou a um ou mais elementos específicos da identidade física, fisiológica, genética, mental, económica, cultural ou social dessa pessoa singular".

[538] ARTESE, Gustavo, Compliance digital: proteção de dados pessoais, *in*: CARVALHO, André Castro *et al* (Orgs.), **Manual de compliance**, Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 501.

Nesta senda, fundamental a criação de políticas de privacidade que assegurem o uso ético desse material, bem como que estabeleça as responsabilidades pelo controle e as medidas de remediação em eventual escape dessas informações[539].

Extrai-se do exposto que o código de conduta e as políticas são alguns dos instrumentos que podem ser utilizados para conferir transparência para uma empresa de moda, devendo ser customizados conforme o segmento, o tamanho e estrutura empresarial, as necessidades e os riscos do negócio. Destacando-se como pontos sensíveis para indústria da moda: i) a responsabilidade social; ii) a responsabilidade com o meio ambiente; iii) a preservação da imagem corporativa; iv) o zelo com informações confidencias; v) a proteção de dados de terceiros; vi) a responsabilidade frente aos consumidores; vii) a relação com fornecedores; e viii) o repúdio as práticas delitivas como corrupção e lavagem de dinheiro.

Do exposto, verifica-se que o novo contexto social fomenta um olhar estratégico e preventivo para a evitação de delitos, os quais, além dos impactos comuns a todos os negócios, em particular para a indústria da moda pode macular a imagem e a reputação empresarial, ativos intangíveis que diuturnamente são alçados como igualmente relevantes ao patrimônio corpóreo.

Desta forma, para a evitação de riscos criminais na indústria da moda e a ocorrência de uma crise reputacional, identifica-se no *criminal compliance programs* um instrumento de suma importância para a concretização desse *mister*.

---

[539] Neste sentido, menciona-se que a Netshoes foi alvo de ataca cibernético que levou a exposição de dados pessoais de aproximadamente 2 milhões de clientes. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/netshoes-no-brasil-confirma-que-sofreu-ataque-cibernetico-e-dados-de-clientes-foram-revelados.ghtml>. Acesso em: 16 dez. 2019. No mesmo esteio, o Ministério Público do Distrito Federal deflagrou inquérito policial para apurar o possível vazamento de 2 milhões dados de clientes da C&A Modas, após o sistema ter sido *hackeado*. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/09/ministerio-publico-vai-apurar-vazamento-de-dados-de-clientes-da-ca.shtml>. Acesso em: 16 dez. 2019.

CONCLUSÃO

1. O *fashion law*, direito aplicado à indústria da moda, passou a ser descortinado com maior afinco na última década, sobretudo com o protagonismo das pesquisas e análises de casos emblemáticos, sobretudo em matéria de propriedade intelectual, pela autora norteamericana Susan Scafidi.

2. Alguns trabalhos anteriores podem ser verificados, tais como o de Belhumeur e Bertrand, ambos também sob uma perspectiva da moda com a propriedade intelectual. No entanto, foi por meio da designação de um nome para esse fenômeno que a temática ganhou projeção e capilaridade, sendo nos dias atuais, por motivos diversos, objeto de estudo em diversos países.

3. O etiquetamento levado a efeito com a expressão "*fashion law*" possibilitou o florescer de vozes em variados continentes no sentido de que essa indústria reúne peculiaridades que merecem um olhar diferenciado do jurista.

4. É verdade que o direito da moda flerta com os mais diversos ramos jurídicos, dentre outros, o direito dos contratos, o direito do trabalho, o direito ambiental e o direito penal. Por outro lado, as características da indústria em foco e os problemas dali decorrentes despontam a necessidade de um aperfeiçoamento jurídico compatível com suas complexidades e particularidades. E, no caminho futuro, ao que tudo indica, do reconhecimento de autonomia do *fashion law* como campo de estudo jurídico.

5. Dentre outras especificidades, mencionam-se as relações profissionais estabelecidas entre os mais diversos atores que atuam no setor, como modelos, estilistas, fotógrafos e *digital influencers*; as coleções por temporada; o complexo processo produtivo do setor têxtil e de confecção; o exponencial número de produtos contrafeitos como bolsas, roupas, óculos e sapatos e as medidas adotadas para combate à pirataria e às falsificações; o uso de peles e testes em animais; e a expansão de grandes companhias reunindo em um só grupo marcas icônicas de moda e luxo.

6. Ainda, a diferenciar a moda de outros setores da economia e a necessária apuração particular desse segmento, nota-se a exponencial importância dada aos valores

intangíveis, dentre eles, a imagem corporativa e a marca. Isto é, fatores fundamentais para competividade, permanência e perenidade do negócio nesse concorrido mercado.

7. Verifica-se, neste contexto, que a grande oferta de produtos similares, fenômeno que se justifica, inclusive, pela massificação e pela necessidade de produção célere, inibindo a criatividade e a maior diversidade daquilo que é oferecido ao mercado, provocou a maior atribuição de valor aos aspectos intangíveis. Isto é, em um universo de abundância de mercadorias, as quais pouco ou nada se diferenciam, cada vez mais influi na decisão do consumidor o fator incorpóreo embutido em determinado produto.

8. Acresce-se a isso o fato que nos últimos anos formou-se um novo contexto social, composto por consumidores questionadores e sensíveis a questões como ética, diversidade e responsabilidade socioambiental. Assim, os valores imateriais que acompanham um produto de moda ganham maior relevância e, igualmente, as marcas que se atentam a essas questões fomentam seu ativo intangível tonando-se mais atrativas e competitivas.

9. A *contrario sensu* as empresas que descuidam da proteção de seu patrimônio incorpóreo estão mais suscetíveis a serem impactadas por danos reputacionais, nem sempre corrigíveis. Realidade essa que ficou ainda mais exposta com o advento da *internet* e, sobretudo, das redes sociais que contribuíram para desvelar as informalidades praticadas pela indústria, vale dizer, problemas presentes desde a sua formação, mas agora escancarados, não só pela mídia, mas pelos compradores investigativos, *sleuthy shoppers*, que julgam as empresas como amiga ou inimiga de suas causas.

10. Em um mundo globalizado e de amplo acesso à informação, a imagem empresarial tornou-se significativo fator de diferenciação e, diuturnamente, atribui-se maior valor a reputação corporativa. Desta forma, a reputação corporativa figura como um importante princípio para o *criminal fashion law*.

11. As empresas de moda que vigilam pela integridade e transparência da organização, além de evitar riscos na cadeia de fornecimento como aqueles relativos as

violações a direitos humanos, evitando-se responsabilidades criminais, impactos financeiros e sociais, podem fomentar políticas corporativas pró-ativas, tal como a responsabilidade socioambiental, recurso a ser explorado positivamente e não mais identificado como um centro de custo.

12. Desta forma, o direito, que ao longo dos anos foi visto pela indústria da moda como área periférica e, portanto, quase sempre acionado apenas para a resolução de conflitos já postos, passou a ganhar maior importância, sobretudo no sentido de prevenção de riscos jurídicos.

13. Neste esteio, extrai-se como uma faceta do direito da moda o *criminal fashion law*, ou seja, o direito penal aplicado à moda. Isto pois, ademais de algumas questões penais serem bastante aguçadas nessa indústria, dentre eles, os crimes contra a propriedade imaterial; o trabalho análogo ao de escravo; o assédio sexual; os crimes ambientais; e o crime de lavagem de dinheiro, verifica-se que o delito gera, além de consequências estigmatizantes ensejadas pela sanção, um dano reputacional à empresa.

14. Isto é, ademais das citadas infrações serem significativamente perceptíveis na indústria em comento, o que por si só, já justificaria um olhar de forma destacada, verifica-se que as consequências em razão de suas ocorrências proporcionam impactos suficientemente negativos a demandar assunção de peculiares posturas preventivas para a evitação.

15. As crises corporativas podem parecer surgir de forma sub-reptícia, no entanto, problemas reais, ainda que aparentemente isolados, sinalizam-se como alertas da iminência de um colapso ou escândalo. Particularmente na indústria da moda, então, diversos são os sinais que vem sendo dados para que suas empresas passem a se preocupar com entorno como um todo e não só com a fabricação de produto.

16. Verificou-se na presente análise que um desses alertas diz respeito à observância das relações éticas laborais na cadeia de fornecimento, dado sobretudo a ocorrência de escândalos envolvendo confecções a serviço de grandes marcas de moda. Exposição essa ainda mais agravada dada a visibilidade das empresas desse setor se comparadas com outros segmentos, como o da construção civil ou do agronegócio,

visibilidade que levou a indústria da moda a ser interpretada no diálogo social como uma das grandes responsável pela exploração do trabalho humano, mormente o trabalho análogo ao de escravo.

17. Vivencia-se, assim, o contágio intrasetorial, ou seja, empresas flagradas utilizando esse tipo de mão de obra e que padeceram com os impactos negativos dessas condutas, como aqueles de ordem financeira, de imagem e de estigmatização, estão servindo como instrumento para a identificação da necessidade de mudanças e a consequente reformulação de posturas informais arraigadas.

18. Ainda como sinal a ser interpretado e a servir de catalisador para a promoção de mudança na cultura negativa de informalidade instalada desde os tempos coloniais, nota-se um emblemático movimento de intensificação de medidas pela transparência, pelas certificações e pela responsabilidade socioambiental, tidos constantemente como verdadeiros critérios para perenidade do negócio, demandando das corporações a assunção de uma nova postura, isto é, pautada em valores éticos, identificação de riscos, sobretudo aqueles de natureza penal, monitoramento e claridade nas relações estabelecidas ao longo da cadeia de produção.

19. Desta forma, observar os gatilhos de crise são fundamentais para a criação de estratégias preventivas para a evitação de delitos. O conhecimento dos riscos, das vulnerabilidades e a criação de planejamento estratégico permitem que em uma situação de anormalidade, se não evitável, a empresa possa conduzi-la e não ser conduzida por ela, ou seja, ter que lidar de assoberbo com o imprevisto e, por vezes, incorrer na impossibilidade de não reversão do dano negativo.

20. Vê-se, assim, no *criminal compliance* para a indústria da moda um instrumento fundamental para evitação de riscos penais nas empresas que atuam nesse segmento. Isto é, em que pese não se tratar de um setor regulado, em razão da superexposição das marcas, implementá-lo significa antecipar-se a uma tendência que vem se firmando, sobretudo, como já destacado, pelos movimentos pela transparência na indústria.

21. Por meio do código de conduta e políticas, transmite-se a cultura de integridade da organização não só internamente, mas aos fornecedores e outras partes interessadas. Ainda, com o monitoramento pode-se evitar que violações criminais ocorram, bem como mitigar falhas identificadas e corrigir gargalos, afastando-se, consequentemente, danos reputacionais.

22. Do mesmo modo, comunica-se aos *stakeholders* os esforços empreendidos e os resultados alcançados, gerando a percepção de que determinada organização possui uma consciência de integridade e responsabilidade com o entorno social, reforçando, consequentemente, a reputação corporativa positiva, capital simbólico igualmente importante aos ativos tangíveis, bem como fator que pode ser um diferencial para o enfrentamento de uma crise.

23. É verdade a informalidade acompanha a indústria da moda desde o seu embrionário surgimento, no entanto, como visto, caminha-se em um movimento de correção dos equívocos do passado, o que, paulatinamente, vem se espraiando como uma tendência, mas que em pouco tempo será realidade, vez que um caminho sem volta.

24. Trata-se, por outro lado, como dito, de uma mudança de cultura e, portanto, a ser atingida a passos lentos, mas que, pela dor sentida, vem dando demonstrativos de que a sobrevivência de um negócio de moda demandará uma postura proativa corporativa preocupada com o todo e que tenha na prevenção de ilícitos, mormente penais, um pilar rígido e necessário.

BIBLIOGRAFIA

ABREU, Lígia Carvalho. Moda e direitos humanos. *In*: BELLO KNOLL, Susy Inés; ECHEVERRÍA, Pamela; MENDES, Andre Mendes (Orgs.). **Moda, luxo e direito**. Buenos Aires: Editoral Albremática, 2016, p. 14–21.

_____. Os princípios do direito da moda e sua relevância na construção e autonomia de uma nova disciplina jurídica. *In*: ABREU, Lígia Carvalho; COUTINHO, Francisco Pereira (Orgs.). **Direito da moda: vol I**. Lisboa: CEDIS, 2019, p. 11–32.

ALEXANDER, Cindy R. On the nature of the reputational penalty for corporate crime: Evidence. **Journal of Law and Economics**, v. 42, n. 2, p. 489–526, 1999.

ALVES, Elvisney Aparecido. Desafios de governança da responsabilidade social na cadeia produtiva: o caso da indústria calçadista de franca. **REAd - Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 5, p. 1–14, 2005.

AMAESHI, Kenneth; NNODIM, Paul; OSUJI, Onyeka. **Corporate social responsibility, entrepreneurship, and innovation**. London-New York: Routledge Studies in Business Ethics, 2013.

APARICIO TOVAR, Joaquín; VALDÉS DE LA VEGA, Berta. Sobre el concepto de responsabilidad social de las empresas: un análisis europeo comparado. **Cuadernos de Relaciones Laborales**, v. 27, n. 1, p. 53–75, 2009.

ARGENTI, Paul A. **Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**. Trad. Paulo Roberto de MIGUEL. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

ARTESE, Gustavo. Compliance digital: proteção de dados pessoais. *In*: CARVALHO, André Castro *et al* (Orgs.). **Manual de compliance**. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 495–519.

ASCARELLI, Tulio. **Teoría de la concurrencia y de los bienes inmateriales**. Trad.

Evelio VERDERA; Luis SUÁREZ- LLANOS. Barcelona: BOSCH, Casa Editorial, 1970.

AVELAR, Suzana; VICENTINI, Claudia Garcia. Moda contemporânea: algumas considerações iniciais sobre moda, cultura digital e indústria 4.0. *In*: **Fashion law: direito da moda**. São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 347–354.

AVENTIN, Mercè. La leggi suntuaria in Spagna: stato della questione. *In*: MUZZARELLI, Maria Giuseppina; CAMPANINI, Antonella (Orgs.). **Disciplinare il lusso: la legislazione suntuaria in Itália e in Europa tra medievo ed età moderna**. Roma: Carocci, 2003, p. 109–120.

BACIGALUPO, Enrique. **Compliance y derecho penal**. Navarra: Editorial Aranzandi, 2011.

BADARÓ, Gustavo Henrique; BOTTINI, Pierpaolo Cruz. **Lavagem de dinheiro: aspectos penais e processuais penais. Comentários à Lei 9.613/1998, com as alterações da Lei 12.683/2012**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

BADARÓ, Jennifer Falk. **Dolo no crime de lavagem de dinheiro**. Belo Horizonte: D'Plácido, 2018.

BARBOSA, Julianna Nunes Targino. **A culpabilidade na responsabilidade penal da pessoa jurídica**. Universidade de São Paulo, 2014.

BARRÈRE, Christian; DELABRUYÈRE, Sophie. Intellectual property rights on creativity and heritage: The case of the fashion industry. **European Journal of Law and Economics**, v. 32, n. 3, p. 305–339, 2011.

BARTLEY, Tim. Corporate accountability and the privatization of labor standards: struggles over codes of conduct in the apparel industry. **Polities and the Corporation Research in Political Sociology**, v. 14, p. 211–244, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos Editora, 1995.

BELHUMEUR, Jeanne. **Droit international de la mode**. Padova: Canova Treviso, 2000.

BELLEGO, Christophe. Reshoring: a multifaceted decision involving much more than just labour costs. **Direction générale de la competitivité de l'industrie et des services**, n. 30, p. 1–4, 2014.

BENDIXEN, Michael; ABRATT, Russell. Corporate identity, ethics and reputation in supplier-buyer relationships. **Journal of Business Ethics**, v. 76, n. 1, p. 69–82, 2007.

BERTOCCELLI, Rodrigo de Pinho. Compliance. *In*: CARVALHO, André Castro *et al* (Orgs.). **Manual de compliance**. Rio de Janeiro: Forense, 2019, p. 37–54.

BERTRAND, André. **Le droit d'auteur et les droits voisins**. Paris: Dalloz, 1999.

BITENCOURT, Cezar Roberto. **Tratado de direito penal: parte especial - crimes contra a pessoa**. São Paulo: Saraiva, 2016.

BLANCO CORDEIRO, Isidoro. La prevención del blanqueo de capitales. *In*: NIETO MARTÍN, Adan *et al* (Orgs.). **Manual de cumplimiento penal en la empresa**. Valencia: GARCÍA MORENO, Beatriz, 2015.

BLUMENBERG, Axel-Dirk; GÁRCIA-MORENO, Beatriz. Retos prácticos de la implementación de programas de cumplimento normativo. *In*: HORTAL IBARRA, Juan Carlos; VALIENTE IVAÑEZ, Vicente (Orgs.). **Responsabilidad de la empresa y compliance: programas de prevención, detección y reacción penal**. Montevideo-Buenos Aires: BdeF, 2014, p. 273–300.

BONATTI, Gisele Alves. A logística reversa como instrumento da redução dos impactos ambientais da indústria da moda. *In*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.). **Fashion law: direito da moda**. Belo Horizonte: D'Plácido, 2019, p. 189–212.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas: Papirus Editora, 2008.

_____. **Sobre o Estado: cursos no Collège de France (1989-92)**. Trad. Rosa Freire AGUIAR. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2011.

BRISCOE, Dennis R; SCHULER, Randall S. **International human resource management: policy and practice for the global enterprise**. New York: Routledge, 2004.

BROMLEY, Dennis B. Relationships between personal and corporate reputation. **European Journal of Marketing**, v. 35, n. 3/4, p. 316–334, 2001.

BRUNO, Flavio da Silveira. **A quarta revolução industrial do setor têxtil e de confecção: a visão de futuro para 2030**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

BUECHLER, Simone. Sweating it in the Brazilian garment industry: Korean and Bolivian immigrants and global economic forces in São Paulo. **Latin American Perspectives**, v. 31, n. 3, p. 99–119, 2004.

BURBIDGE, Rosie. **European fashion law**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2019.

BUSATO, Paulo César. O que não se diz sobre o criminal compliance. *In*: PALMA, Maria Fernanda; DIAS, Augusto Silva; MENDES, Paulo de Sousa (Orgs.). **Estudos sobre law enforcement, compliance e direito penal**. Coimbra: Almedina, 2018, p. 21–55.

CALOVI, Francesca; VETTORI, Barbara; YU, Jin. **I falsi di moda: le vunerabilità del mercato italiano della moda alla contraffazione**. Milano: Franco Angeli, 2008.

CALVO GALLEGO, Francisco Javier. **Códigos éticos y derechos de los trabajadores**. Albacete: Editorial Bomarzo, 2008.

CAMPBELL, Greg. **Blood Diamonds: tracing the deadly path of the world's most**

precious stones. Cambridge: Basic Books, 2004.

CAMPO, Antonella di. Innovación y tecnología en la moda: análisis desde la perspectiva del fashion law. *In*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.). **Fashion law: direito da moda**. São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 355–373.

CARDIA, Wesley. **Crise de imagem: os conceitos e os meios necessários para compreender os elementos que levam às crises e como administrá-las**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

CARO CORIA, Dino Carlos. Derechos humanos, compliance e industrias extractivas en América Latina. *In*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.). **Derecho penal económico y derechos humanos**. Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 365–389.

CARVAJAL GÓMEZ-CANO, Fernando; PÉREZ GARCÍA, Esther. Responsabilidad social corporativa en el sector de la moda y el lujo. *In*: ORTEGA BURGOS, Enrique (Org.). **Fashion law (derecho de la moda)**. Pamplona: Aranzadi, 2018, p. 445–465.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. São Paulo: Paralela, 2016.

CAVALCANTI, Nireu. **O Rio de Janeiro Setecentista: a vida e a construção da cidade da invasão francesa até a chegada da corte**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CENTRO DE DIREITOS HUMANOS E EMPRESAS. Reflexões sobre o Decreto 9571/2018 que estabelece Diretrizes Nacionais sobre empresas e Direitos Humanos. **Caderno de Pesquisa Home**, v. 1, n. 7, p. 1–18, 2018.

CHAVES, Antônio. As obras de arte aplicada no direito brasileiro. **Revista de Informação legislativa**, v. 21, n. 83, p. 401–410, 1984.

CHI, Jung Yun. Imigrantes coreanos na formação do polo atacadista de moda feminina

de pronta-entrega no bairro do Bom retiro, São Paulo. **Pós**, v. 23, n. 41, p. 90–107, 2016.

CHUN, Rosa. Corporate reputation: Meaning and measurement. **International Journal of Management Reviews**, v. 7, n. 2, p. 91–109, 2005.

CIETTA, Enrico. **A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

COMISSÃO EXECUTIVA TÊXTIL. **Indústria Têxtil Algodoeira**. Rio de Janeiro: Ministério do Trabalho Indústria e Comércio, 1946.

COSTA, Patricia Trindade Maranhão. Fighting forced labour: the example of brazil. **International Labour Office**, p. 1–122, 2009.

COSTA, Helena Regina Lobo da. **Proteção penal ambiental: viabilidade, efetividade, tutela por outros ramos do direito**. São Paulo: Saraiva, 2010.

CUNHA, Luiz Antônio. **O ensino de ofícios nos primórdios da industrialização**. Brasília: Editora Unesp, 2000.

CURY, Maria Fernanda C. A. R. **Fashion law: a proteção à propriedade intelectual na indústria criativa da moda**. Curitiba: Brazil Publishing, 2019.

_____. Mecanismos de transferência da identidade criativa da marca em aquisição. *In*: ROSINA, Mônica Steffen Guise; CURY, Maria Fernanda C. A. R (Orgs.). **Fashion law: direito da moda no Brasil**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018, p. 105–127.

DIAS, Silvia Eleni Vechim; CARLONI, Alessandro Ramos; MELO JÚNIOR, Tadeu Artur de. Resíduos e efluentes gerados pelos curtumes de franca: uma análise considerando as novas exigências internacionais. **Revista Eletrônica "Diálogos Acadêmicos"**, v. 7, n. 2, p. 49–66, 2014.

DURAND, José Carlos. **Moda, luxo e economia**. São Paulo: Editora Babel Cultural,

1988.

EDMUNDO, Luiz. **O Rio de Janeiro no tempo dos vice-reis (1763-1808)**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1932.

ENGELS, Friedrich. **A situação da classe trabalhadora em Inglaterra**. Trad. B.A SCHUMANN. São Paulo: Boitempo, 2010.

FASSON LLOSA, Annalucia. Moda sostenible o sustentable. *In*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.). **Fashion law: direito da moda2**. São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 213–224.

FITTANTE, Aldo. **Brand, industrial design e made Italy: la tutela giuridica: lezioni de diritto della proprietà industriale**. Milano: Giuffrè Editore, 2015.

FOMBRUN, Charles. **Reputation: realizing value from the corporate image**. Massachusetts: Harvard Business School Press, 2018.

FORCADA BARONA, Ignacio. Derecho internacional, responsabilidad social corporativa y derechos humanos. *In*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.). **Derecho penal económico y derechos humanos**. Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 53–85.

FORNI, João José. **Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas**. São Paulo: Atlas, 2017.

GAMA CERQUEIRA, João da. **Tratado da propriedade industrial - volume 1**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1982.

GARCÍA CAVERO, Percy. Compliance y lavado de activos. *In*: CALCINA HANCCO, Aldo (Org.). **Responsabilidad de la empresa y compliance**. Santiago-Chile: Ediciones Olejnik, 2018.

GARCÍA CAVERO, Percy. **Criminal compliance: en especial compliance anticorrupción y antilavado de activos**. Lima: Instituto Pacífico, 2017.

GASMAN, Lydinéa. **Documentos históricos brasileiros**. Rio de Janeiro: Fename, 1976.

GIOVANINI, Wagner. **Compliance a excelência na prática**. São Paulo: [s.n.], 2014.

GODOY, Mariana Hamar Valverde; COSTA, Michelle Hamuche. Direito de imagem e sua evolução com o mercado da moda no Brasil. *In*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.). **Fashion law: direito da moda**. São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 151–163.

GOMES, Mariângela Gama de Magalhães. **Teoria geral da parte especial do direito penal**. São Paulo: Atlas, 2014.

GÓMEZ MARTÍN, Víctor. Compliance y derechos de los trabajadores. *In*: HORTAL IBARRA, Juan Carlos; IVAÑEZ VALIENTE, Vicente (Orgs.). **Responsabilidad de la empresa y compliance**. Montevideo-Buenos Aires: BdeF, 2014, p. 421–458.

_____. Penas para las personas jurídicas: ¿ovejas con piel de lobo? *In*: CALCINA HANCCO, Aldo (Org.). **Responsabilidad penal de las empresas y compliance program**. Santiago-Chile: Ediciones Olejnik, 2018, p. 17–61.

GÓMEZ RIVERO, Maria del Carmen. **Los delitos contra la propiedade intelectual e industrial: la tutela penal de los derechos sobre bienes inmateriales**. Valencia: Tirant lo blanch, 2012.

GÓMEZ TOMILLO, Manuel. **Compliance penal y política legislativa: el deber personal y empresarial de evitar la comisión de ilícitos en el seno de las personas jurídicas**. Valencia: Tirant lo blanch, 2016.

GONZÁLEZ FRANCO, J.A; SCHEMMEL, A.; BLUMENBERG, A. La función del penalista en la confección, implementación y evaluación de los progrmas de

cumplimento. *In*: ARROYO ZAPATERO, Luis; NIETO MARTÍN, Adán (Orgs.). **El derecho penal económico en la era compliance**. Valencia: Tirant lo Blanch, 2013.

GRAÇA, João Carlos. Werner Sombart y el hombre económico moderno. **Elementos de metapolítica para una civilización europea**, n. 38, p. 30–53.

GRIESER, Aaron. Defining the outer limits of global compliance programs: emerging legal & eeputational liability in corporate supply chains much has been written on corporate codes of conduct in the last decade as such codes have risen to an important. **Oregon Review of int'l law**, v. 10, p. 285–325, 2008.

GRUMBACH, Didier. **History of international fashion**. Massachusetts: Interlink Books, 2014.

HENNINGER, Claudia E.; ALEVIZOU, Panayiota J.; OATES, Caroline J. What is sustainable fashion? **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 20, n. 4, p. 400–417, 2016.

HERMAN, Andrew. Reassessing the role of supplier codes of conduct: closing the gap between aspirations and reality. **Virginia Journal of International Law**, v. 52, n. 2, p. 445–481, 2012.

HERZECA, Lois F.; HOGAN, Howard S. **Fashion law and business: brands & retailers**. New York: Practising Law Institute, 2013.

HOLANDA, Sérgio Buarque de (Org.). **História geral da civilização brasileira: a época colonial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

HONNETH, Axel. Observações sobre a reificação. **Civitas-Revista de Ciências Sociais**, Trad. Emil. A SOBOTTKA; Giovani Agostini SAAVEDRA. v. 8, n. 1, p. 68–79, 2008.

IRAN, Samira. Sustainable fashion: from production to alternative consumption. *In*: SCHNEIDER, Anna-Maria; JASTRAM, Sarah Margaretha (Orgs.). **Sustainable**

fashion: governance and new management approaches. Cham: Springer Nature, 2018, p. 139–159.

JACKSON, Kevin. Natural law, human rights and corporate reputational capital in global governance. **Corporate Governance**, v. 8, n. 4, p. 440–455, 2008.

_____. Global Corporate Governance: Soft Law and Reputational Accountability. **Brook. J. Int'l L.**, v. 35, n. 1, p. 43–106, 2010.

JIMENEZ, Guillermo C.; KOLSUN, Barbara. **Fashion law: a guide for designers, fashion executives and attorneys**. New York: Fairchild Books, 2013.

KANT, Immanuel. **Antropología**. Trad. José GAOS. Madrid: Alianza Editorial, 1991.

KEWELL, Beth. Linking Risk and Reputation: A Research Agenda and Methodological Analysis. **Risk Management**, v. 9, n. 4, p. 238–254, 2007.

KOHLER, Josef. **Manuale delle privative industriali: lehrbuch des Deutschen patentrechts**. Mannheim: J. Bensheimer, 1900.

KONTIC, Branislav. **Inovação e redes sociais: a indústria da moda em São Paulo**. Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2007.

LEAL, Maria das Graças de. **A arte de ter um ofício: liceu de artes e ofícios da Bahia (1872-1996)**. Salvador: Fundação Odebrecht; Liceu de Artes e Ofícios da Bahia, 1996.

LEWANDOWSKA, Anna; WITCZAK, Joanna; KURCZEWSKI, Przemysław. Green marketing today – a mix of trust, consumer participation and life cycle thinking. **Management**, v. 21, n. 2, p. 28–48, 2017.

LIMA, Camila Rodrigues Neves de Almeida. **Escravos da moda: análise da interveção jurídica em face da exploração em oficinas-moradia de costura paulistana**. São Paulo: Lumen Juris, 2016.

LUCENTE, Giovanna Corrias. La tutela penal della moda made in Italy e le strategie di contraffazione. *In*: LICHERI, Annaluce; MASSARO, Cristiana (Orgs.). **Il codice moda**. Roma: Amon, 2015, p. 71–103.

LÜTTENBERG, Thomas. Sempre un passo indrietro rispetto alla moda. *In*: MUZZARELLI, Maria Giuseppina; CAMPANINI, Antonella (Orgs.). **Disciplinare il lusso: la legislazione suntuaria in Itália e in Europa tra medievo ed età moderna**. Roma: Carocci, 2003, p. 145–160.

MAGAGNOLI, Stefano. Made in Eataly: identidà e falsificazione. *In*: **Contraffazione e cambiamento economico: marche, imprese, consumatori**. Milano: Egea, 2013, p. 71–97.

MAIETTA, Angelo. **Il diritto della moda**. Torino: G. Giappichelli Editore, 2018.

MANCINI, Cristiane. Responsabilidade social corporativa como instrumento de compliance. *In*: BECHARA, Fábio Ramazzini; FLORÊNCIO FILHO, Marco Aurélio Pinto (Orgs.). **Compliance e direito penal econômico**. São Paulo: Almedina, 2019, p. 277–294.

MANZINI, Vincenzo. **Trattato di diritto penale italiano**. Torino: Unione Tipografico - Editrice Torinese, 1951.

MARQUES, Rafael. **Diamantes de sangue: corrupção e tortura em Angola**. Lisboa: Tinta da China, 2011.

MARTÍN DE CASTRO, G.; NAVAS LÓPEZ, J. E. La importancia de la reputación empresarial en la obtención de ventajas competitivas sostenibles. **Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa**, v. 12, n. 1991, p. 29–39, 2006.

MAYOL, Diógenes. Reputación corporativa y ventaja competitiva. Ensayo a propósito de las cuatro propiedades de Jay Barney. **Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura**, v. XVII, 2011.

MENDES, Paulo de Sousa. Law enforcement & compliance. *In*: **Estudos sobre law enforcement, compliance e direito penal**. Coimbra: Almedina, 2018, p. 11–20.

MITCHELL, Mark L. The impact of external parties on brand-name capital: the 1982 tylenol poisonings and subsequent cases. **Economic Inquiry**, v. 27, n. 4, p. 601–618, 1989.

MONTANER FERNÁNDEZ, Raquel. **Gestión empresarial y atribución de responsabilidad penal: a propósito de la gestión medioambiental**. Barcelona: Atelier Libros Jurídicos, 2008.

MUNGUIRA GONZÁLEZ, Juan. La arquitectura financiera internacional: situación europea y reflexiones en torno a la tipicidad penal. *In*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.). **Derecho penal económico y derechos humanos**. Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 420–443.

MURRAY, Jill. Corporate codes of conduct and labor standards. **International Labour Organization - ILO**, n. March, 1998.

MUZZARELLI, Maria Giuseppina. **Guardaroba medievale: vesti e società dal XIII al XVI secolo**. Bologna: Il Mulino, 1999.

MYERS, Erika. Justice in fashion: cheap chic and the intellectual property equilibrium in the United Kindom and the United States. **AIPLA Quarterly Journal**, v. 37, n. 1, p. 47–81, 2009.

NEVES, Roberto de Castro. **Crises empresariais com a opinião pública: como evitá-las e administrá-las**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

NIETO MARTÍN, Adan. Código ético, evaluación de riesgos y formación. *In*: NIETO MARTÍN, Adan *et al* (Orgs.). **Manual de cumplimiento penal en la empresa**. Valencia: Tirant lo blanch, 2015, p. 135–163.

_____. El cumplimiento normativo. *In*: NIETO MARTÍN, Adan *et al* (Orgs.). **Manual**

de cumplimiento penal en la empresa. Valencia: Tirant lo blanch, 2015, p. 25–48.

_____. Empresas, víctimas y sanciones restaurativas: ¿como configurar un sistemas de sanciones para personas jurídicas pensando en sua víctimas? *In*: SAAD-DINIZ, Eduardo; LAURENTIZ, Victoria Vitti (Orgs.). **Corrupção, direitos humanos e empresa**. Belo Horizonte: D'Plácido, 2018, p. 31–47.

_____. La prevención de la corrupción. *In*: NIETO MARTÍN, Adan *et al* (Orgs.). **Manual de cumplimiento penal en la empresa**. Valencia: Tirant lo Blanch, 2015, p. 307–371.

_____. **La responsabilidad penal de las personas jurídicas: um modelo legislativo**. Madrid: Iustel, 2008.

OLIVEIRA, Ana Carolina Carlos de. **A responsabilidade por omissão dos sujeitos sensíveis à lavagem de dinheiro: o dever de informar**. Universidade de São Paulo, 2016.

PACCIONE, Anais V. On trend: continuing the effort to inspire fashion industry reform and protect underage fashion models. **Seton Hall Legislative Journal**, v. 41, n. 2, p. 413–436, 2017.

PACHECO, José Wagner Faria. **Curtumes**. São Paulo: CETESB- Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental, 2005.

PATROCINIO POLO, Hugo de. **Tauromaquia y propiedad intelectual**. Madrid: REUS S.A, 2014.

PERINI, Chiara. La tutela penale del lavoratore e del prodotto nella moda. *In*: **Fashion Law: le problematiche giuridiche della filiera della moda**. Milano: Giuffrè Editore, 2016, p. 181–207.

POLLINI, Denise. **Breve história da moda**. São Paulo: Editora Claridade, 2007.

POMARES CINTAS, Esther. El delito de trata de seres humanos con finalidad de

explotación laboral. **Revista Electronica de Ciencia Penal y Criminologia**, v. 15, n. 13, p. 1–31, 2011.

PRADO, Luiz Regis. **Curso de direito penal brasileiro**. São Paulo: Thomson Reuters, 2018.

PRADO, Luís André do; BRAGA, João. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. São Paulo: Disal Editora, 2011.

RAGUÉS I VALLES, Ramon. ¿Héroes o traidores? La protección de los informantes internos (whistleblowers) como estratégia político-criminal. **Indret: Revista para el Análisis del Derecho**, n. 3, p. 1–19, 2006.

RAHMAN, Imran; PARK, Jeongdoo; CHI, Christina Geng-qing. Consequences of "greenwhashing": consumers' reactions to hotels green initiatives. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 27, n. 6, p. 1054–1081, 2015.

REALE JÚNIOR, Miguel. Art. 149. *In*: **Código penal comentado**. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 442–449.

REALE JÚNIOR, Miguel. O escravo como não sujeito de direitos. **Revista da Faculdade de Direito da Universidade do Porto**, v. 8, p. 179–196, 2011.

RIEL, Cees B.M. van; BALMER, John M.T. Corporate identity: the concept, its measurement and management. **European Journal of Marketing**, v. 31, n. 5/6, p. 340–355, 1997.

ROCK, Michael T. Public disclosure of the sweatshop practices of american multinational garment/shoe makers/retailers: impacts on their stock prices. **Competition & Change**, v. 7, n. 1, p. 23–38, 2003.

RODRÍGUEZ MORO, Luis. **Tutela pena de la propiedad intelectual**. Valencia: Tirant lo blanch, 2012.

ROJAS RIVERO, Gloria P. Códigos de buenas práticas contra el acoso sexual y acoso moral (artículo 48 LO 3/2007). *In*: GOÑI SEIN, José (Org.). **Ética empresarial y códigos de conducta**. [s.l.]: La Ley, 2011, p. 459–486.

RUIZ, Mayra C.; ROMERO, Zilath. La responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada. **Saber, ciencia y libertad**, v. 7, p. 127–135, 2013.

SAAD-DINIZ, Eduardo. Tutela penal das liberdades pessoais: o tipo penal de redução a condição análoga à de escravo no Brasil. *In*: SILVEIRA, Renato de Mello Jorge; SALVADOR NETTO, Alamiro Velludo; SOUZA, Luciano Anderson de (Orgs.). **Direito penal na pós-modernidade: escritos em homenagem a Antonio Luis Chaves Camargo**. São Paulo: Quartier Latin, 2015, p. 159–170.

SAAD-DINIZ, Eduardo. **Vitimologia corporativa**. São Paulo: Tirant lo blanch, 2019.

SALMINEN, Jaakko. The accord on fire and building safety in Bangladesh: A new paradigm for limiting buyers' liability in global supply chains? **American Journal of Comparative Law**, v. 66, n. 2, p. 411–451, 2018.

SALVADOR NETTO, Alamiro Velludo. **Responsabilidade penal da pessoa jurídica**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018.

SAMPER, Luis Fernando. Incorporando los riesgos del siglo XXI en la valuación de marcas. **Revista la Propiedad Inmaterial**, n. 24, p. 27–51, 2017.

SÁNCHEZ TOMÁS, José. ¿Porqué le llaman trata cuando quieren decir explotación? *In*: ALCÁCER GUIRAO, Rafael; MARTÍN LORENZO, María; VALLE MARISCAL DE GANTE, Margarita (Orgs.). **La trata de seres humanos: persecución penal y protección de las víctimas**. Madrid: Edisofer, S. L, 2015, p. 13–18.

SANCTIS, Fausto Martin de. **Lavagem de dinheiro por meio de obras de arte: uma perspectiva judicial criminal**. Belo Horizonte: Del Rey, 2015.

SCAFIDI, Susan. F.I.T.: Fashion as information technology. **Syracuse Law Review**, v. 59, p. 69–90, 2008.

_____. Fashion law: diseñando una nueva disciplina. *In*: BELLO KNOLL, Suzy Inés; ECHEVERRÍA, Pamela (Orgs.). **Derecho y moda**. Buenos Aires: Marcial Pons, 2015, p. 17–26.

_____. Intellectual property and fashion design. **Intellectual Property and Information Wealth**, v. 115, p. 115–131, 2006.

_____. Introduction: fashion law triumphant - designing sucess in a new legal field. *In*: **Navigation fashion law: leading lawyers on developing client brands in a changing market and monitoring key legal developments**. [s.l.]: Thomson Reuters/Aspatore, 2015.

_____. Towards a jurisprudence of fashion. **Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal**, v. XXIX, p. 429–434, 2019.

SEGADE GÓMEZ, José Antonio. **El Secreto industrial (know-how): concepto y protección**. Madrid: Editorial Tecnos, 1974.

SEGNALINI, Silvia. **Le leggi della moda: guida al diritto per il mondo della moda**. Milano: Skira editore, 2012.

SEMPRINI, Andrea. **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. Trad. Elisabeth LEONE. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

SENNA, Claudio J. D. **Gerenciamento de crises: usando mapas críticos para organizar o que é complexo e caótico**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

SETHI, S. Prakash. **Setting Global Standards: guidelines for creating codes of conduct in multinational corporations**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2003.

SHAPIRO, Michelle J.; PATEL, Kiran. Anti-corruption compliance lessons from the Avon settlements. **The FCPA report**, v. 4, n. 1, p. 1–5, 2015.

SIEBER, Ulrich. Programas de compliance en el derecho penal de la empresa. Una nueva concepción para controlar la criminalidad econónica. *In*: ARROYO ZAPATERO, Luis; NIETO MARTÍN, Adán (Orgs.). **El derecho penal económico en la era compliance**. Valencia: Tirant lo Blanch, 2013, p. 63–109.

SILVA, Camila Borges da. **O símbolo indumentário: distinção e prestígio no Rio de Janeiro (1808-1821)**. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, 2010.

SILVA SÁNCHEZ, Jesús-María. Expansión del derecho penal y blanqueo de capitales. *In*: CALCINA HANCCO, Aldo (Org.). **Responsabilidad penal de las empresas y compliance program**. Santiago-Chile: Ediciones Olejnik, 2018, p. 177–185.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial e abuso de patentes**. Barueri: Manole, 2014.

SILVEIRA, Renato de Mello Jorge. **Crimes sexuais: bases críticas para a reforma do direito penal sexual**. São Paulo: Quartier Latin, 2008.

_____. Dimensão penal do trabalho escravo: proteção integral ou evidência de insegurança jurídica. *In*: SILVEIRA, Renato de Mello Jorge; GOMES, Mariângela Gama de Magalhães (Orgs.). **Estudos em homenagem a Ivette Senise Ferreira**. São Paulo: LiberArs, 2015, p. 425–449.

_____. **Direito penal empresarial: a omissão do empresário como crime**. Belo Horizonte: D'Plácido, 2018.

_____. SAAD-DINIZ, Eduardo. **Compliance, direito penal e lei anticorrupção**. São Paulo: Saraiva, 2015.

SOMBART, Werner. **Lujo y Capitalismo**. [s.l.]: Coleccion Crisis y Soluciones, 1958.

SOUCHAUD, Sylvain. A confecção: nicho étnico ou nicho econômico para a imigração latino-americana em São Paulo? *In*: BAENINGER, Rosana (Org.). **Imigração**

Boliviana no Brasil. Campinas: Núcleo de Estudos de População (Nepo) - Unicamp, 2012, p. 75–92.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Schwarcz, 1984.

SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira. Crimes contra a propriedade industrial. *In*: SOUZA, Luciano Anderson de; ARAÚJO, Marina Pinhão Coelho (Orgs.). **Direito penal econômico: leis penais especiais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 176–237.

_____. **Crimes de ódio: racismo, feminicídio e homofobia**. Belo Horizonte: D'Plácido, 2018.

_____. Direito da moda: o lado oculto da etiqueta. *In*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.). **Direito da moda: fashion law**. Minas Gerais: D'Plácido, 2019, p. 9–21.

_____. Moda e direito penal: a construção da legislação brasileira sobre joias e a influência de Portugal. *In*: **Direito da moda: vol I**. Lisboa: CEDIS, 2019, p. 139–155.

SOUZA, Deborah Portilho Marques de. **A propriedade intelectual na indústria da moda: formas de proteção e modalidades de infração**. Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 2015.

SOUZA, Luciano Anderson de. **Crimes contra a administração pública**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018.

_____. **Direito penal: parte especial - arts. 121 a 154-B do CP**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

_____. **Direito penal: parte geral**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

_____. SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira. Tratamento penal da violação de direito

autoral e o caso da indústria da moda. **Revista Fórum de Ciências Criminais - RFCC**, v. 4, n. 8, p. 33–48, 2017.

STEIN, Stanley Stein. **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil - 1850/1950**. Trad. Jaime Larry BENCHIMOL. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1979.

TEIXEIRA, Patrícia B. **Caiu na rede. E agora? Gestão e gerenciamento de crises nas redes sociais**. São Paulo: Évora, 2013.

TERRADILLOS BASOCO, Juan María. Explotación laboral, trabajo forzoso, esclavitud ¿Retos político-criminales para el siglo XXI? *In*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.). **Derecho penal económico y derechos humanos**. Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 215–243.

TIMÓTEO, Gabrielle Louise Soares. **Os trabalhadores bolivianos em São Paulo: uma abordagem jurídica**. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2011.

_____. Trabalho em condições análogas à escravidão e a indústria da moda. *In*: SOUZA, Regina Cirino Alves Ferreira (Org.). **Fashion law: direito da moda**. São Paulo: D'Plácido, 2019, p. 167–188.

TRUZZI, Oswaldo Mário Serra. Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo. **Estudos Históricos**, v. 27, n. 27, p. 143–166, 2001.

_____. SACOMANO NETO, Mário. Economia e empreendedorismo étnico: balanço histórico da experiência paulista. **RAE**, v. 47, n. 2, p. 37–48, 2007.

VANCE, Patricia de Salles. Reputação corporativa: uma revisão teórica. **Revista de Gestão USP**, v. 14, n. 4, p. 93–108.

WHYTE, Joana. Direito da concorrência à la mode. *In*: ABREU, Lígia Carvalho; COUTINHO, Francisco Pereira (Orgs.). **Direito da moda: vol I**. Lisboa: CEDIS, 2019, p. 199–227.

WILLIAMS, James W. Reflections on the private versus public policing of economic crime. **British Journal of Criminology**, v. 45, n. 3, p. 316–339, 2005.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos: arte e comunicação**. Trad. Maria João FREIRE. Rio de Janeiro: Edições 70, 1989.

WRIGHT, S L *et al*. Atmospheric microplastic deposition in an urban environment and an evaluation of transport. **Environment International**, n. September, p. 1–7, 2019.

ZÚÑIGA RODRÍGUEZ, Laura. Responsabilidad penal de las personas jurídicas y derechos humanos: una valoración desde la reforma de 2015 de la legislación española. *In*: DEMETRIO CRESPO, Eduardo; NIETO MARTÍN, Adan (Orgs.). **Derecho penal económico y derechos humanos**. Valencia: Tirant lo blanch, 2018, p. 87–110.

Americans on globalization: a study of US public attitudes. **Program on International Policy Attitudes**, 2000.

Contrefaçon & terrorisme: rapport 2016. **Union des fabricants - UNIFAB**, p. 1–30, 2016.

Corruption & labor trafficking in global supply chains. **White Paper**, p. 1–8, 2013.