

ESTUDIOS

## Enforcement privado, sanção reputacional e trabalho escravo

*Private enforcement, reputational sanctions and slave labor*

Oksandro Gonçalves

*Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Brasil*

Ricardo Murilo da Silva

*Universidade Regional de Blumenau, Brasil*

**RESUMO** Os sistemas de regulação vêm evoluindo, ganhando espaço aqueles ancorados em um regime de regulação privada. O modelo objeto do presente trabalho é da sanção reputacional e o objetivo é procurar demonstrar se o *enforcement* privado pode ser útil ou não para inibir a utilização do trabalho escravo em seu modelo produtivo. Para o alcançar o objetivo da pesquisa, foi realizada uma abordagem sobre a regulação e as formas de *enforcement* privado. Posteriormente o artigo aborda o sistema de punição informal baseado na reputação, e por fim traz a aplicação do sistema reputacional às empresas que violam os direitos humanos com a utilização do trabalho escravo. O método de pesquisa foi baseado em revisão bibliográfica aplicando-se o método hipotético-dedutivo.

**PALAVRAS-CHAVE** Direito econômico, regulação, concorrência, *enforcement* privado, reputação.

**ABSTRACT** Regulatory systems has evolved to gain space for those anchored in a private regulatory system. The objective of the present work is reputational sanction and the objective is to try to demonstrate if private enforcement can be useful or not to inhibit companies to use slave labor in their production model. To achieve the objective of the research, an approach was made on the institute of regulation and forms of private enforcement, classifying the regulation, the regulatory effect. Subsequently, the system of informal punishment based on reputation was approached, and finally the application of the reputational system to companies that violate human rights with the use of slave labor was specifically addressed. The research method was based on a bibliographic review applying the hypothetical-deductive method.

**KEYWORDS** Economic law, regulation, competition, private enforcement, reputation.

## Introdução

O artigo visa analisar a utilização e eficácia do *enforcement* privado para combater o uso de trabalho escravo por empresas.

Não há dúvida que o custo da mão-de-obra impacta sobre o custo da produção, o que leva à possibilidade de vender seus produtos por um preço mais baixo que o da concorrência e ainda aumentar o lucro.

Tradicionalmente, compete ao Estado regular a atividade econômica e exercer o poder de polícia formal, todavia, modernamente ganhou espaço uma nova forma de regulação baseada em um conjunto de ações coordenadas ou não, que são realizadas pela comunidade em geral.

Dessa maneira, o artigo tem como objetivo analisar a possível eficiência do sistema regulatório privado, aplicado através da sanção informal que atinge a reputação de empresas que violam os direitos humanos através do uso de trabalho escravo, a fim de impedir ou minimizar a sua reiterada prática.

O trabalho está estruturado em três partes, sendo a primeira para tratar da regulação pública e privada. Na segunda será abordado o sistema de punição baseado na reputação e, por fim, se o sistema proposto pode ser eficiente para promover o combate do uso de trabalho escravo no processo produtivo empresarial.

## Regulação e *enforcement* privado

A ordem econômica e financeira é regulada constitucionalmente e está fundada no valorização do trabalho humano e da livre iniciativa, as quais devem coexistir.<sup>1</sup> Embora o Brasil tenha adotado o sistema capitalista, não prescinde da regulação estatal que será indicativa para o setor privado.<sup>2</sup> Entretanto, o tema precisa ser analisado de forma sistêmica, pois a regulação em matéria trabalhista é indicativa e também determinante em certa medida, em especial no que tange o uso do trabalho escravo no processo produtivo. A premissa central, portanto, é a de que a livre iniciativa deve observar esse parâmetro fundamental no exercício da atividade econômica.

---

1. Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios.

2. Art. 174. Como agente normativo e regulador da atividade econômica, o Estado exercerá, na forma da lei, as funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para o setor privado.

Destaca-se o papel interventivo do Estado,<sup>3</sup> que o sistema precisa ser equilibrado para conjugar os interesses privados e públicos, especialmente para evitar a tirania do Estado em detrimento da atividade econômica. De outro lado, todavia, a intervenção é reclamada principalmente naqueles casos em que é preciso garantir o cumprimento de um *standard* mínimo de segurança, como é o caso das questões relacionadas à proteção dos direitos humanos, especialmente a valorização do trabalho (Moncada, 2003).

Não é possível delegar por completo ao mercado a sua auto regulação, mas de outro lado também não é possível admitir um nível de intervenção que possa comprometer o dinamismo que o exercício da atividade econômica exige. Assim, passa-se a discutir a possível ineficiência do sistema regulatório estatal e se a criação de sistemas regulatórios privados seria eficiente e capaz de substituí-lo.

A regulação é «o direcionamento ou mesmo o controle das condutas de um agente com o intuito de ser atingida determinada finalidade» o que pode ocorrer através de «proibições, restrições, disciplina, desincentivo, incentivo ou mesmo obrigação à prática de condutas específicas» (Travassos, 2015: 29). Nesse sentido, Baldwin e Martin Cave (1999) trazem três possíveis significados para o termo regulação: a) regulação como forma de governança, em um sentido específico, como o conjunto de regras de autoridade, frequentemente acompanhada por uma instituição administrativa para acompanhar e fiscalizar; b) regulação como governança; e a c) regulação como mecanismo de controle social.

O sentido que se adequa ao artigo é o de mecanismo de controle social, que permite a aplicação de um sistema baseado na reputação do agente econômico.

### **Classificação da regulação**

A regulação pode ser classificada segundo a origem do agente regulador e quanto à finalidade a ser atingida (Ragazzo, 2011) o que não impede uma cumulação do sistema regulador privado e público.

---

3. “A fonte da atividade econômica é a vontade privada e o seu critério o do interesse privado. A subordinação da actividade económica à vontade do Estado é, nesse enquadramento, algo que não faz sentido e que só poderia conduzir à tirania e ao irracionalismo, pois que substituir a vontade do Estado à vontade dos particulares no domínio da actividade económica, equivalia a retirar à esfera de liberdade individual um domínio de aplicação, a economia, essencial para a sua plena realização, suprimindo a liberdade individual em nome da arbitrariedade dos poderes públicos, cuja actuação, no domínio da economia, só poderia além do mais conduzir ao desperdício, dado que insensível a ideia de lucro, configurado este como o único critério racional da actividade económica. De facto, o interesse económico ou seja, o lucro, é considerado como totalmente estranho aos objetivos daqueles, configurando durante muito tempo a sua prossecução pelas autoridades um caso flagrante de ilegalidade dos actos administrativos” (Moncada, 2003: 20).

Sob a perspectiva do agente regulador, a doutrina classifica em regulação estatal e privada:

A «regulação estatal», como o nome antecipa, consiste na regulação cujo ente regulador é o próprio Poder Público, necessariamente pessoa distinta e que mantém relação de subordinação hierárquico-soberana sobre os agentes regulados. A regulação estatal, portanto, é necessariamente heterônoma. A «regulação privada», por sua vez, é aquela adotada no âmbito das relações mantidas entre os diversos agentes particulares no mercado. A regulação privada, ao contrário da regulação estatal, pode ou não ser heterônoma. Por um lado, a regulação privada pode significar o direcionamento ou o controle das condutas de agentes privados por outros agentes igualmente de natureza privada no mercado, havendo regulação privada heterônoma. Por outro, a regulação privada pode decorrer de deliberação livre e autônoma pelos próprios agentes regulados que se submeterão à mesma, constituindo «autorregulação privada» (Travassos, 2015 30).

Portanto, a diferença entre regulação privada e pública está relacionada ao agente regulatório e a atuação conjunta é possível. Todavia, para delimitar o trabalho, o foco estará na regulação privada.

A regulação privada pode ser de dois modelos distintos, a auto regulação, em que as próprias empresas e associações empresariais produzem e monitoram o cumprimento de normas e o respeito a certos valores, e a regulação realizada pelos *stakeholders*, como os sindicatos, as ONGs, empresas de certificação, consumidores, entre outros.

Flavia Maria de Mattos Donatelli (2011) sistematiza a regulação privada em gerações (**tabela 1**).

A tabela está organizada por gerações, exemplos de sua utilização, quais os atores envolvidos e os drivers que são responsáveis pelo *enforcement*. Na última coluna a autora avalia a eficiência do modelo de cada geração. O quadro indica que o modelo baseado em selos e códigos é o mais eficiente para o processo de criação e controle de reputação de um agente econômico. O modelo baseado em selos, como o ISO, são indicativos de uma reputação prévia, funcionando com base na teoria da sinalização, onde o agente econômico que o detém sinaliza para a comunidade em geral que atende os preceitos *standard* em vigor naquele determinado momento. Assim, a teoria da sinalização é útil em razão das informações assimétricas e contribui para reduzir os custos de transação, pois sinaliza ao mercado informações previamente levantadas retirando a necessidade de a contraparte buscar informações sobre aquele produto. A título de exemplo, tem-se a ISO 26000 que define parâmetros para reconhecimento da responsabilidade social de uma organização.

Portanto, ao se visualizar um selo, o consumidor daquele produto consegue saber previamente se aquela empresa é amigável ou não, no sentido de evitar o uso do

Tabela 1. Standards socioambientais

Geração	Exemplos	Atores	Drivers	Influência Em Comércio Internacional
Primeira Códigos de conduta de empresas	Nike, Reebok, Karstad – auto-obrigação das empresas junto aos fornecedores	Empresas e fornecedores	Empresas que organizam e lideram a cadeia de suprimentos	Baixa, muitos códigos de empresas com foco em marcas (consumidor) e em cadeias motivadas pelos compradores
Segunda Setores definem códigos e selos	ICC, Eco-tex, AVE	Empresas, associações empresariais e fornecedores	Associações empresariais	Baixa, com maior influência a depender do setor envolvido
Terceira Empresas definem Standards internacionais	ISO 14000 (Standards de gestão ambiental)	Entidades de normatização (ISO, ABNT)	Empresas e entidades de normatização	Média, com obrigações que reorientam os fluxos de comércio
Quarta Empresas e ONGs definem códigos e selos específicos ou por setor	Transfair, FSC, Rugmark, MSC – parceria entre empresas e ONGs com inclusão da sociedade civil	ONGs, associações religiosas, sindicatos, distribuidores, minorias étnicas e sociais	ONGs e movimentos sociais	Alta, porque define acesso a mercados e organiza ações de ONGs, empresas e distribuidores
Quinta Definição genérica de Standards de forma tripartite	AS 8000, FLA, ETI: harmonização de códigos e selos para dar legitimidade, transparência e rastreabilidade	ONGs, movimentos sociais, sindicatos, entidades certificadoras, governos	Setor público, ONGs, sindicatos e movimentos sociais	Alta, porque promove harmonização e consenso mínimo entre stakeholders

trabalho escravo em seu processo produtivo, sem que seja preciso ele próprio buscar informações a respeito.<sup>4</sup>

Segundo Philipi Pattberg (2005: 26), a regulação privada é feita também por empresas de governança privada, ou «Instituições de Governança Privada», em que se insere a economia da reputação, onde os utilizadores dos serviços e produtos relatam a experiência que tiveram, como é o caso dos aplicativos Uber, Cabify, Airbnb, entre tantos outros:

Reputação encontra-se relacionada à crença do público quanto às preferências dos *policymakers* e às expectativas que o público forma acerca das ações a serem tomadas pela autoridade monetária. A construção da reputação da autoridade monetária encontra-se relacionada à sua capacidade de cumprir seus anúncios, à sua capacidade de fazer convergir as expectativas formadas pelo público para um determinado objetivo e à imagem institucional que o público possui a seu respeito. Nesse sentido, a formação da reputação da autoridade monetária tem como fundamento a avaliação do seu desempenho (Montes e Feijó, 2007: 161).

O sistema de avaliações baseado na reputação está muito disseminado e relacio-

4. Para maior aprofundamento, recomenda-se Spencel (1973).

nado especialmente com a nova economia. Tome-se como exemplo a Uber. Ao selecionar uma viagem recebe-se a informação do motorista e quantas estrelas ele possui. Essas estrelas sinalizam a reputação do motorista. A partir dessa informação o passageiro pode decidir se aceita a viagem com aquele motorista ou se prefere outro. O passageiro pode decidir que somente aceitará motoristas com nota igual ou superior a 4.8, uma vez que o limite máximo é 5.0 na Uber. De outro lado, dada a dimensão do negócio executado pela Uber, torna-se impossível, além de economicamente inviável, promover um controle próprio da qualidade do serviço prestado. Por isso ela transferiu para o personagem que usa o serviço o trabalho, por assim dizer, de qualificar o motorista, atribuindo-lhe uma nota. Dessa forma, é como se a Uber ganhasse milhares de fiscais do serviço baseados na sua própria experiência, em um eficiente sistema de controle de qualidade muito apurada.

Se a avaliação do motorista for constantemente negativa, ele pode até mesmo ser desligado do sistema, o que se aplica ao usuário, pois o motorista também o avalia.

Outros exemplos do *enforcement* privado são dignos de nota. No âmbito público, a Lei 12.529/2011,<sup>5</sup> que regula a concorrência no Brasil, prevê, no seu artigo 38, inciso I, a publicação em jornal do extrato da decisão condenatória por até três semanas consecutivas e ainda a possibilidade da inscrição no Cadastro Nacional de Defesa do Consumidor. No âmbito privado, alguns fundos de investimento adotam sistemas de reputação, como é o caso do fundo de pensão norueguês KLP, que administra em torno de US\$ 77 bilhões, e que deixou de investir em empresas que não adotam práticas sustentáveis.<sup>6</sup>

A regulação privada, portanto, surge como alternativa ao sistema de regulação pública porque promove o acesso rápido a informações sobre a reputação, reduzindo em parte a assimetria informacional.

## Efeito regulatório

A regulação pressupõe que o agente regulador observe: a) a finalidade; b) as variáveis que serão reguladas (preço, qualidade, informação, entrada, quantidade); c) a edição de uma medida regulatória que imponha condutas aos agentes regulados (Walsh, Beatty e Shiu, 2009).

---

5. Brasil. Lei 12529, de 30 de novembro de 2011. Vigência Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. Brasília, 30 nov. 2011. Disponível em <https://bit.ly/2N6O3aR>.

6. Sveinung Sleire, «Fundo norueguês barra areias betuminosas e foca em energia verde», 14 de Dezembro de 2017, disponível em <https://bit.ly/2UMsFvK>.

No que tange às variáveis que serão reguladas, essas não encontram um limite e podem ser instituídas de acordo com a atividade econômica exercida, todavia duas são citadas pela literatura (Travassos, 2015) como de grande importância para o presente estudo: informação e banimento. Considerando a necessidade do controle e combate ao trabalho escravo, é possível regular o processo de disponibilidade das informações sobre a cadeia produtiva, de modo a controlar quem são os funcionários, quem os contrata, o salário médio, dentre outros aspectos que permitam verificar se não se trata de hipótese de trabalho escravo ou análogo a esse.

Quanto ao banimento, importante lembrar que a Constituição Federal veda penas como a de banimento (art. 5º, XLVII), todavia, nada impede que o próprio mercado de consumo aja para impedir que uma empresa envolvida com o trabalho escravo seja banida do mercado. Trata-se, contudo, de uma pena muito grave e que somente é cabível no âmbito privado.

De modo geral, a regulação se dá pelo mercado e, caso este não consiga regular de forma eficiente, surge a necessidade da regulação estatal o que também não é garantia de maior eficiência. Todavia, o Estado possui um conjunto de mecanismos para impor uma determinada conduta sob pena de sanções administrativas, algo que a regulação privada costuma não possuir como alternativa em caso de falhas de mercado:

Em um primeiro momento, portanto, objeto da ciência econômica consiste geralmente no estudo das leis que naturalmente regem o mercado, da lógica dos incentivos que impulsionam a adoção de condutas pelos agentes livres e (via de regra) racionais no mercado e de quais os resultados que serão naturalmente alcançados pelo mercado. Em um segundo momento, caso os resultados naturalmente alcançados pelo atuar dos agentes no mercado livre não se encontrem em conformidade com os objetivos de maximização da riqueza social e de maior somatório de satisfação, de interesses individuais (objetivos estes tomados como desejáveis por premissa pela maioria dos economistas, o objeto da ciência econômica passa a abranger igualmente o estudo das falhas de mercado e/ou das ações irracionais em heurística dos agentes bem como da necessidade de instrumentos capazes de corrigir o atuar dos agentes no mercado livre para fins de assegurar o atingimento dos objetivos-premissas desejados (Travassos, 2015: 60).

Daí porque dizer que a regulação é realizada com o intuito de corrigir falhas de mercado para promover a maximização da riqueza e da maior satisfação social, sem prejuízo de outras visões, como a de Amartya Sen (2010), o qual sustenta que, ao invés da busca pela riqueza social, a economia deveria buscar garantir as liberdades, enquanto a maximização da riqueza social seria apenas um instrumento para se alcançar o objetivo central. Seja como objetivo final, seja como instrumento, conclui-se que o ponto central da regulação é maximizar a riqueza e suas repercussões sociais.

A Teoria da Regulação Econômica possui duas premissas importantes: a) o recurso básico do Estado é o seu poder de coerção; e, b) o ser humano tende a tomar decisões racionais a seu favor. Disso decorre uma variação que é a Teoria da Captura, porque nas duas premissas anteriores é possível convencer o Estado a direcionar seu poder de coerção a favor de interesses e também buscar direcionar as decisões do regulador em favor da promoção da sua riqueza (Pinheiro, 2015). Essas considerações não descumram do fato de que a regulação vise proteger e beneficiar o público, ou seja, a sociedade.

E mais, a regulação também é uma espécie de demanda social para mitigar o sofrimento das pessoas em relação aos abusos praticados pelos regulados à procura do bem-estar maior social (Pinheiro, Peleias, Silva y Martins, 2015).

Por isso o combate ao trabalho escravo, pela sua repugnância, enseja a atuação mais aguda do regulador através de sanções que possam ser eficientes para evitar a sua ocorrência. Assim, o trabalho escravo é uma falha de mercado que afeta significativamente o bem-estar de outro agente econômico e esse efeito não é transferido em razão do preço, podendo tal externalidade ser positiva ou negativa (Silva, 2013).

A utilização do trabalho escravo, além da violação aos direitos humanos das pessoas que estão sendo escravizadas, também representa uma falha de mercado, pois acarreta uma vantagem econômica em face das demais empresas da mesma atividade, pois aquela que se utiliza do trabalho escravo tem um custo de produção inferior do que uma que não se utiliza.

De acordo com dados do Tribunal Regional do Trabalho da 15ª região (TRT15), quando analisadas as empresas no ramo da costura, verificou-se que o empregador que utiliza de mão-de-obra escrava ganha R\$ 2.300,00 (dois mil e trezentos reais) sobre cada funcionário escravizado.<sup>7</sup>

Assim, conclui-se que o efeito primordial da regulação no campo do trabalho escravo é o de incentivar uma prática desejável pela sociedade e, também, desestimular a prática desse tipo de ato que afeta não somente a atividade econômica, mas também a dignidade da pessoa humana, bem universal sujeito à proteção em prol de toda sociedade.

## **O sistema de punição informal baseado na reputação**

O *enforcement* é uma punição ou uma ação realizada a fim de que a prática de um determinado ato seja incentivada tanto para ser ou não praticada pelo agente. Assim, existem práticas de *enforcement* positivos e negativos. O positivo incentiva uma prática que gera como efeito um prêmio, por exemplo, caso adotada uma prática o tributo será inferior; o negativo é representado por uma sanção direta.

---

7. Tribunal Regional do Trabalho da Quinta Região, «Considerações finais da CPI do trabalho escravo na assembleia legislativa de São Paulo», disponível em <https://bit.ly/3eLSaFk>.



No caso da reputação, são vários os mecanismos vistos acima. Mesmo quando se tem um selo de qualidade, por exemplo, aquele que não o possui acaba também por ser punido, ainda que de forma indireta, pois a empresa que detiver o selo de qualidade gozará de maior confiança, como é o caso dos selos ISO.

Também pode ocorrer de o referido selo, ou por ser criado por uma instituição sem credibilidade, ou pouco reconhecida, possa não ter grande relevância para os consumidores daquele produto no mercado. Todavia, o importante nesse sistema é criar um conjunto de incentivos que promovam o respeito ao trabalho. Sobre o tema, colhe-se o seguinte comentário:

São as restrições que estruturam a interação humana. Elas são feitas de restrições formais (por exemplo: regras, leis, constituições), informais (por exemplo: normas de comportamento, convenções, códigos de conduta auto impostos) e suas características de reforço. Juntas, elas definem a estrutura de incentivos das sociedades (North, 1994: 360).

Portanto, o conjunto de normas informais de reputação é uma forma de sanção para o agente econômico que utiliza o trabalho escravo, certamente um comportamento indesejado neste quadrante do século XXI, incompatível com os valores da proteção à dignidade da pessoa humana.

Porém, os sistemas informais exigem uma maior participação social, seja pelo consumidor final que compra determinado produto ou utiliza-se de certo serviço, ou por organizações não governamentais (ONGs) que buscam minimizar ou até mesmo acabar com determinadas mazelas que atacam a sociedade.

A reputação pode ser representada por uma identidade corporativa, consistente num conjunto de símbolos representativos da cultura daquela empresa. Sob o ponto de vista dos *stakeholders*, cria-se uma reputação corporativa que possui valor (Philippe e Durand, 2011). Essa identidade corporativa corresponde a imagem passada pela corporação aos seus consumidores, à comunidade, ao investidor e ao empregado, resultando, dessa forma, na criação de uma boa reputação corporativa (Fombrun, 1996).

A reputação corporativa é uma avaliação geral de determinada organização ao longo do tempo feita por seus *stakeholders* (Gotsi e Wilson, 2001), tendo relação com seus atributos organizacionais conquistados durante o exercício da sua atividade e podem apresentar a empresa como uma boa cidadã corporativa (Roberts e Dowling, 2002).

Pode-se ter a reputação como um parâmetro de quão desejada é a organização, de acordo com valores estabelecidos por uma pessoa ou por um grupo externo à entidade, distinguindo-se da credibilidade, pois enquanto a credibilidade refere ao grau de confiança que o público possui em relação à determinação e habilidade de uma instituição; a reputação traz relação direta quanto à crença do público quanto às

preferências da instituição, e suas expectativas acerca das ações a serem tomadas pela instituição (Montes e Feijó, 2007).

A reputação tomou grande relevância diante do crescimento da capacidade e de adoção de novas estratégias de mobilização da sociedade civil, pois o intangível da reputação corporativa tornou-se muito mais vulnerável, pois estratégias denominadas de *naming and shaming*, podem ameaçar a reputação de grandes empresas focadas no mercado de consumo (Donadelli, 2011). Por isso, o marketing em torno de um produto deixou de ser importante e a reputação passou a ser mais relevante porque se associa com a confiança:

Há 40.000 produtos em exposição num supermercado e, em média, colocamos 250 produtos no carrinho. Isso significa que fazer compras é dizer 39.750 não! Na vida de hoje, temos que fazer tantas escolhas, tão rápidas, que uma escolha passou a ser algo perigoso. Só escolhemos o que confiamos. Qualquer arranhão e talvez nem consideremos uma opção. Não adianta apenas ser conhecido. É preciso ser respeitado, despertar confiança. Sem reputação, não há confiança. Sem confiança, não entramos no carrinho. A propaganda deixou de ser a alma do negócio. A alma agora é a reputação (Rosa, 2006: 130).

Tal fato não quer dizer que a reputação irá garantir a escolha eficiente, porém a sua ausência pode servir como um motivo para o descarte, razão pela qual é importante lutar pela reputação, defendê-la, protegê-la, e analisar o impacto que as várias estratégias e iniciativas que se toma terão sobre ela (Rosa, 2006).

A reputação pode destacar uma organização perante a concorrência, em que os clientes toleram pagar um maior preço por um produto associado a uma empresa que tenha elevada reputação, pois significa que possuem uma qualidade diferenciada e estão preocupadas com seus clientes (Wang e Head, 2007). De igual modo a reputação positiva pode ser um fator influente para que os clientes mantenham ou ampliem os relacionamentos com a empresa (Eberle, 2014).

Sobre a percepção reputacional que os clientes possuem de uma empresa, desenvolve-se uma escala para análise que é composta pelos seguintes itens: orientação para o cliente; bom empregador; empresa confiável e financeiramente forte; qualidade dos produtos/serviços e a responsabilidade social e ambiental (Rosa, 2006).

É possível enxergar que o ambiente de trabalho ganha relevância quando um dos elementos da escala envolve a noção de «bom empregador», ou seja, pressupõe-se que ele não terá escravos ou que seus fornecedores de seus insumos também não terão. Neste ponto, os *stakeholders* tendem a punir socialmente essas empresas e depositar sua confiança em empresas que implementam práticas socialmente responsáveis (Walsh, Beatty e Shiu, 2009).

Torna-se tão importante um sistema de reputação que, inclusive, há quem diga que as pessoas seguirão as regras, e se conformarão com os meios regulatórios for-

mais, tendo em vista a necessidade de manter uma boa reputação para realizar negociações futuras (Lobel, 2004).

Para mensurar a reputação de uma empresa, pode-se utilizar a metodologia do «Quociente de Reputação», que foi inventado com o intuito de estruturar uma escala que atendesse a diferentes culturas empresariais, e as dimensões que compõe referida escala são: desempenho, produtos/serviços, inovação, ambiente de trabalho, governança, cidadania e liderança (Gardberg e Formbun, 2002). Sobre a importância de adoção de condutas éticas por parte de organizações, extrai-se o seguinte:

Num momento em que a teia de tecnologia à nossa volta expõe líderes e organizações como nunca antes, a questão da ética deixou de ser apenas um imperativo moral. Idealmente, o melhor é que o respeito a determinados códigos de conduta seja determinado por um verdadeiro compromisso com valores legítimos e positivos.

Mas é preciso destacar que a ética não deve ser encarada mais apenas como um diferencial, mas como uma obrigação competitiva (Rosa, 2006: 173).

Arranhões éticos conquistam pesada exposição negativa, algo capaz de minar reputações e, por conseguinte, o ativo inestimável e indispensável da confiança. E sem confiança associada a uma imagem ela se torna candidata automática ao descarte:

O comportamento ético representa um valor da sociedade moderna; no entanto existe falhas no comportamento ético dos indivíduos, das organizações e das sociedades. Todos os desvios possíveis e conhecidos do comportamento humano podem estar presentes nas organizações, sejam elas empresas, sejam organizações não-governamentais, seja o próprio Estado (Zylbersztajn, 2002: 139).

Contribui para o fortalecimento do sistema de reputação o fato de que as empresas precisam humanizar-se, desassociando-se de uma figura inanimada. A humanização das marcas e das corporações atende à necessidade de criar uma comunicação mais próxima ao de um semelhante (Rosa, 2006). Certamente nenhuma empresa ou pessoa gosta de ser vinculada a utilização de trabalho escravo, e por isso outra dimensão surge neste ponto, qual seja, em alguns casos empresas podem não adotar condutas éticas por altruísmo, mas para manter o seu valor reputacional (Cardoso, Luca e Gallon, 2014), ou seja, a preocupação é puramente mercadológica e não algo sincero e preocupado com os valores que se espera no âmbito de uma sociedade evoluída.

Uma análise empírica permitiu verificar que a reputação gera valor para o acionista, ou seja, este se preocupa com o retorno do seu capital. Assim, empresas que detém padrão ético com a adoção de condutas de responsabilidade social corporativa trazem maiores retornos aos seus investidores (Encontro Internacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, 2013). O valor das marcas é medido há muito tempo e possuem expressiva representatividade, como é o caso do MacDonal'd's, em que a

marca chegou a valer 64%, a Disney com 61% e a Coca Cola com 59%. Assim, a preocupação com a reputação não se mostra uma perda de tempo, pois defender a marca e sua imagem é defender o próprio patrimônio que reflete sobre os resultados dos acionistas (Rosa, 2006).

Dessa maneira, um dano a marca, à imagem da empresa, pode acarretar um dano patrimonial muito elevado, pois a sua identidade pode representar a maior parte de seu capital, e qualquer informação que possa prejudicá-la, prejudica drasticamente o seu valor.

### **O sistema de sanções reputacionais para o trabalho escravo**

Atualmente a concorrência está baseada no acesso à informação, pois, de modo geral, é possível ao consumidor consultar várias informações a respeito de um determinado produto antes de adquiri-lo. Aliado a isso, existem as redes sociais que permitem divulgar informações de forma viral e muito dinâmica.<sup>8</sup>

No Brasil existem normas que se baseiam em sanções reputacionais, fruto da associação entre o poder estatal de fixar sanções formais associado com a dimensão que elas podem assumir no plano reputacional. Basicamente a aplicação de uma sanção formal pode não ser suficiente porque o âmbito de conhecimento é restrito, todavia, se a essa sanção formal é associada ao modelo reputacional a repercussão passa a ser maior e a sanção mais eficiente.

A Portaria Interministerial nº 2, de 12 de maio de 2011, do Ministério do Trabalho e Emprego e da Secretaria dos Direitos Humanos da Presidência da República, que enuncia regras sobre o cadastro de empregadores que tenham submetido trabalhadores a condições análogas à de escravo, criou o que ficou conhecida vulgarmente como «lista suja».<sup>9</sup> O objetivo da publicidade é declarado na própria página da internet do Ministério dos Direitos Humanos, e visa ampliar o controle social, conforme trecho adiante:

O cadastro de empregadores, popularmente conhecido como «lista suja», é um dos principais instrumentos da política pública de combate ao trabalho escravo. Primeiro, porque garante publicidade para casos que exploram trabalho em situação análoga à de escravidão, garantindo transparência e ampliando o controle social que ajuda a combater a prática do trabalho escravo contemporâneo.<sup>10</sup>

---

8. «Colocar a existência de efetiva concorrência como garantia institucional mínima do sistema econômico tem uma consequência muito relevante. A afirmação da concorrência como valor mínimo garante a liberdade de escolha e informação o mais abundante possível para o consumidor. A ele caberá descobrir a solução mais adequada para suas necessidades» (Filho, 2001: 125).

9. Conselho Nacional de Justiça. «CNJ Serviço: Conheça as punições para o trabalho escravo», disponível em <https://bit.ly/2UNmR4X>.

10. Brasil, Portaria interministerial MTPS/MMIRDH, 4 de 11 de maio de 2016. Dispõe sobre as regras

A Lei 12.527/2011,<sup>11</sup> chamada de lei de acesso à informação, determina que a regra padrão dirigida ao Estado é a de publicidade das informações. Por isso a Portaria Interministerial nº 4, de 11 de maio de 2016, realizada pelo Ministério do Trabalho e Previdência Social em conjunto com o Ministério dos Direitos Humanos, da Igualdade Racial, da Juventude e das Mulheres, também regula a matéria e estabelece que o nome do empregador permanecerá na lista por dois anos e a situação será monitorada para verificar se houve mudança nas condições do trabalho.<sup>12</sup>

Alguns números da referida lista mostram-se interessantes: a) o número de empregadores constante na atualização até abril de 2019 indicava 187 empregadores e atingiu 2.375 trabalhadores, principalmente em fazendas, bares e lanchonetes, e as demais ocorrências ficam divididas entre pedreiras, indústrias, embarcações, clube de futebol entre outras não identificadas.<sup>13</sup>

Assim, além das sanções tradicionais, como a impossibilidade de contratar financiamento público para o desenvolvimento de suas atividades, soma-se a divulgação do nome como empresa associada ao trabalho escravo. Desse modo, o objetivo é divulgar à sociedade em geral a informação para que ela adote suas próprias sanções, sendo a mais destacada deixar de consumir aquele produto, ou se for um fornecedor, deixar de usar os insumos oriundos daquela.

Interessante notar que a questão foi debatida sob o ângulo da constitucionalidade e, embora a relatora, Ministra Carmen Lúcia tenha julgado prejudicada a Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 5.209, do Distrito Federal, asseverou que todos os pontos alegados na inicial não seria argumentos aptos a dizer que a portaria seria inconstitucional.<sup>14</sup>

## As consequências reputacionais

A efetividade da sanção reputacional sobre as empresas envolvidas em práticas violadoras de direitos humanos no ambiente de trabalho, com a indicação do nome

---

relativas ao Cadastro de Empregadores que tenham submetido trabalhadores a condições análogas à de escravo. Disponível em <https://bit.ly/2N6R7DT>.

11. Brasil. Lei 12.527, de 18 de Novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências <https://bit.ly/2N7TMgk>.

12. Brasil, Portaria interministerial MTPS/MMIRDH, 4 de 11 de maio de 2016. Dispõe sobre as regras relativas ao Cadastro de Empregadores que tenham submetido trabalhadores a condições análogas à de escravo. Disponível em <https://bit.ly/2N6R7DT>.

13. Tribunal Regional do Trabalho da Quinta Região. s.d. Considerações finais da CPI do trabalho escravo na assembleia legislativa de São Paulo. Disponível em <https://bit.ly/3ddILVu>.

14. Supremo Tribunal Federal, Ação direta de constitucionalidade 5209 Distrito Federal. 16 de maio de 2016. Disponível em <https://bit.ly/2C6P6VQ>.

na «Lista Suja» pode ser questionada, pois o consumidor pode esquecer-se daquela sanção. Com efeito, não é comum um consumidor acessar a lista suja do trabalho escravo para definir a sua compra, mas sua reação imediata pode ser muito negativa como foi o caso, por exemplo, da Zara.<sup>15</sup>

O jornal O Globo (Sakamoto, 2013) informou que as empresas que tiveram seu nomes vinculados a trabalho escravo sofreram prejuízos econômicos: a) MRV Engenharia, um dia após ter o seu nome divulgado na “Lista Suja”, teve uma queda de 3,86% na bolsa de valores, e a Caixa Economica Federal suspendeu novos contratos com a empresa; b) A famosa marca Zara teve uma queda nas suas ações de 3,72% na bolsa de Madri, após ter vinculada ao seu nome o resgate de trabalhadores em condições análogas a escravidão em oficinas de costura que lhe forneciam produtos; c) Cosan, produtor de açúcar e álcool, teve uma queda de 5,32% na Bovespa após ter seu nome vinculado a utilização de trabalho escravo, e além disso o BNDES suspendeu em caráter preventivo todas as operações com a empresa, além da rede Wal-Mart e outros varejistas terem suspenso a compra de açúcar da referida empresa.

Mattioli (2003), ressalta que a reputação está associada à confiança e credibilidade perante a comunidade:

Muitas empresas têm sido alvo de litígios envolvendo questões de meio-ambiente, trabalho e direitos humanos. Litígios que provocam um sério risco ao seu gerenciamento e ao gerenciamento de sua reputação. Em casos como estes, algumas empresas têm preferido, simplesmente, manter-se silente. Isto porque, como as empresas comunicam seu impacto negativo na comunidade, é elemento chave na promoção de sua credibilidade como boas cidadãs corporativas. Aqui, certamente, a responsabilidade social da empresa é exposta ao consumidor, cuja imagem e reputação serão avaliadas no momento de aquisição de um produto.

Portanto, a punição envolvendo a reputação tem relevância para a empresa, no entanto, apenas se mostra eficaz quando o consumidor se mostra consciente a respeito da ilicitude praticada e deixa de adquirir os seus produtos ou seus serviços em razão daquela conduta. Isso pode levar aos chamados boicotes sociais, onde membros da população se organizam e realizam boicotes de compras de determinadas

---

15. Da decisão judicial que condenou a Zara por trabalho análogo à escravidão, destaca-se a menção à repercussão na mídia: «A celebração de TAC com o Ministério Público do Trabalho, embora louvável, foi posterior à autuação, não implicando, logicamente, nenhuma influência no resultado da lide, por não convalidar situação pretérita. Chega a ser insólito, de outra banda, o longo discurso derredor de conduta da entidade capitalista, igualmente posterior à lavratura dos Autos e igualmente desinfluyente para o deslinde desta contenda, no sentido de prática de ações de certa repercussão social, cujo objetivo primordial foi, sem dúvida, a recuperação da imagem da marca, imensamente desgastada pela repercussão dos resultados da fiscalização na mídia».

empresas, em razão do descumprimento dessas de condições de Responsabilidade Social Corporativa (Cruz, 2017).

Sobre a eficácia de tais boicote, o jornal inglês *The Guardian* questionou o professor Brayden King, da Escola de Gestão da Universidade de Northwestern, que ressaltou o papel da reputação dado o seu efeito imediato, com a diminuição instantânea das vendas. Os boicotes promovem muito mais que isso, pois acabam por conscientizar a população como um todo de que aquela conduta é irregular e, consequentemente, a própria empresa de que determinado tipo de conduta não coaduna com uma conduta moralmente ética, levando-as a altera-las, como, por exemplo, a Nike (Watson, 2015).

Além dos boicotes, a boa prática das empresas relacionadas ao ambiente do trabalho demonstrada de forma transparente é fator preponderante a ser avaliado para verificar se a empresa terá um bom rendimento no mercado financeiro, sendo comprovado que empresa que se preocupam com os seus trabalhadores, e mais do que isso, em divulgar tais condutas, acabam por ter rendimentos melhores na bolsa de valores (Cardoso, Luca e Gallon, 2014).

Diante de tudo o que foi analisado, pode-se dizer que uma empresa que se pauta pela ética é visualizada como uma empresa mais forte, que possui uma melhor reputação, e isso pode refletir diretamente nos seus ganhos, pois a sociedade vem buscando empresas que tenham produtos e serviços mais éticos (Bragato e Moro, 2016).

Dessa forma, a reputação da empresa pode influenciar em seus ganhos, assim, uma sanção reputacional baseada em listas ou selos pode influenciar na tomada de decisões das empresas em prol de condutas socialmente adequadas.

## **Conclusão**

O sistema de *enforcement* privado não afasta a necessidade da regulação baseada no *enforcement* público, todavia, seu impacto não deve ser desconsiderado, motivo pelo qual recomenda-se uma associação dos dois sistemas para uma melhor eficiência.

O impacto da internet também não deve ser desconsiderado, especialmente das redes sociais que promovem uma espécie de controle social sobre as condutas das empresas que oferecem bens e serviços junto ao mercado consumidor. Todavia, esse mesmo mercado precisa encontrar-se devidamente consciente da importância da adoção de boas práticas, dentre as quais inclui-se a de não aceitar produtos e serviços envolvidos com trabalho escravo.

No âmbito da concorrência, o uso do trabalho escravo distorce a competição entre as empresas, porque contrapõe aquelas que adotam boas práticas junto aos seus trabalhadores, contra aquelas que não o fazem e que adquirem um elemento de competitividade realmente diferenciado, pois conseguem produzir bens por valores inferiores e assim competir de forma desonesta.

Existem várias hipóteses de uso da sanção reputacional em nosso ordenamento jurídico, destacando-se o cadastro de empregadores vinculados ao trabalho escravo ou condições análogas que tem se ocupado de apontar quais empregadores estão descomprometidos com a observação dos mais comezinhos princípios relacionados à dignidade da pessoa humana, especialmente o da liberdade de trabalho.

Ao final, sugere-se que os dois sistemas sejam coordenados, associando-se sanções administrativas e penas formais, com medidas que promovam a divulgação das informações a respeito dos empregadores que utilizam, direta ou indiretamente, do trabalho escravo, para que possam sofrer o devido controle social e que, assim, possam sofrer sanções no plano do consumo que as induzam a mudar sua postura ou retirar-se do mercado.

## Referências

- BALDWIN, Robert e Martin Cave (1999). *Understanding Regulation: Theory, Strategy and Practice*. Oxford: Oxford University Press.
- BRAGATO, Adelita Aparecida Podadera Bechelani e Maite Cecília Fabbri Moro (2016). «O papel da ética empresarial (e da responsabilidade social) na promoção dos direitos humanos na empresa». Disponível em <https://bit.ly/37uTPwk>.
- CARDOSO, Vanessa Ingrid da Costa, Márcia Martins Mendes de Luca e Alessandra Vasconcelos Gallon (2014). «Reputação corporativa e disclosure socioambiental de empresas brasileiras». *Journal of Accounting, Management and Governance*, 17 (2): 26-44. Disponível em <https://bit.ly/2MZ1NUO>.
- CRUZ, Breno de Paula Andrade (2017). «Boicote social». *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 19 (63): 5-29. DOI [10.7819/rbgn.voio.2868](https://doi.org/10.7819/rbgn.voio.2868).
- DONADELLI, Flavia Maria de Mattos (2011). *A importância da governança privada para elevação de padrões de proteção ambiental: um estudo de caso*. Dissertação (Mestrado). Curso de Relações Internacionais, USP, São Paulo.
- EBERLE, Luciene (2014). *Valor percebido, reputação, confiança e custos de troca como determinantes da retenção de clientes*. Tese (Doutorado). Curso de Administração, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul.
- FILHO, Calixto Salomão (2001). *Regulação da atividade econômica: princípios e fundamentos jurídicos*. São Paulo: Malheiros.
- FOMBRUN, Charles (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.
- GARDBERG, Naomi e Charles Frombrun (2002). «The global reputation quotient project: first steps towards a cross-nationally valid measure of corporate reputation». *Corporate Reputation Review*, 4: 303-307.
- GOTSI, Manto e Alan Wilson (2001). «Corporate reputation: seeking a defini-



- tion». *Corporate Communications: An International Journal*, 6 (1): 24-30. DOI [10.1108/13563280110381189](https://doi.org/10.1108/13563280110381189).
- LOBEL, Orly (2004). «The renew deal: The fall of regulation and the rise of governance in contemporary legal thought». *Minnesota Law Review*, 89: 07-27. Disponível em <https://ssrn.com/abstract=723761>.
- MATTIOLI, Maria Cristina (2003). *Responsabilidade social da empresa e comunicação*. Centro de Estudos Internacionais. Cambridge: London School of Economics and Political Sciences.
- MONCADA, Luís S. Cabral de. (2003). *Direito Econômico*. 4.<sup>a</sup> ed. Coimbra: Coimbra.
- MONTES, Gabriel Caldas e Carmem Aparecida Feijó (2007). «Reputação, credibilidade e transparência da autoridade monetária e o estado de expectativa». *Economia e Sociedade*, 16 (2), 151-170. DOI: [10.1590/S0104-06182007000200002](https://doi.org/10.1590/S0104-06182007000200002).
- NORTH, Douglas C. (2010). «Desempenho econômico através do tempo». *Revista de Direito Administrativo*, dezembro: 13-30. DOI: [10.12660/rda.v255.2010.8428](https://doi.org/10.12660/rda.v255.2010.8428).
- PATTBERG, Philipp (2005). “What role for private rule-making in global environmental governance? Analysing the forest stewardship council (FSC)”. *International Environmental Agreements: Politics, Law and Economics*, 5, 175-189. DOI: [10.1007/s10784-005-0951-y](https://doi.org/10.1007/s10784-005-0951-y).
- PHILIPPE, Déborah e Rodolphe Durant (2011). «The impact of norm-conforming behaviors on firm reputation». *Strategic Management Journal*, 13 de janeiro: 939-969. DOI: [10.1002/smj.919](https://doi.org/10.1002/smj.919).
- PINHEIRO, Isabel Cristina Barbosa, Ivam Ricardo Peleias, Alvy Fernandes da Silva e Eliseu Martins (2015). «Efeitos da regulação econômico-financeira nas estratégias de financiamento das operadoras de planos de saúde». *Revista Universo Contábil*, 11 (2): 108-127. Disponível em <https://bit.ly/2UNDnCb>.
- RAGAZZO, Carlos Emmanuel Joppert (2011). *Regulação jurídica, racionalidade econômica e saneamento básico*. Rio de Janeiro: Renovar.
- ROBERTS, Peter W. e Grahame R. Dowling (2002). «Corporate reputation and sustained superior financial performance». *Strategic Management Journal*, 19 de setembro: 1077-1093.
- ROSA, Mario (2006). *A reputação na velocidade do pensamento*. São Paulo: Geração Editorial.
- SAKAMOTO, Leonardo (2013). *Investir em trabalho escravo: um mal negócio*. 30 de janeiro. Disponível em <https://glo.bo/3e8RWi>.
- SILVA, Leopoldina Maria (2013). «Quando o mercado não permite atingir a eficiência econômica: falhas de mercado: as externalidades». Disponível em <https://bit.ly/3e4Vsn1>.
- SPENCE, Michael (1973). «Job Market Signalin». *The Quarterly Journal of Economics*, 87 (3): 355-374.

- TRAVASSOS, Marcelo Zenni (2015). *A legitimação jurídico-moral da regulação estatal à luz da premissa liberal republicana: autonomia privada, igualdade e autonomia pública. Estudo de caso sobre as regulações paternalistas*. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
- WALSH, Gianfranco, Sharon E. Beatty e Edward M. K. Shiu (2009). «The customer-based corporate reputation scale: Replication and short form». *Journal of Business Research*, Outubro: 924-930.
- WANG, Fang e Milena Head (2007). «How can the Web help build customer relationships?: An empirical study on e-tailing». *Information & Management*, março: 115-230.
- WATSON, Bruce (2015). «The Boycotts Really Work?». *The Guardian*, disponível em <https://bit.ly/37zVEb6>.
- ZYLBERSZTAJN, Decio (2002). «Organização ética: um ensaio sobre comportamento e estrutura das organizações». *Revista de Administração Contemporânea*, 6 (2), 123-143. DOI: 10.1590/S1415-6552002000200008.

### **Sobre os autores**

OKSANDRO GONÇALVES é pós-doutorado na Faculdade de Lisboa (bolsa CAPES). Doutor em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Mestre em Direito Econômico pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Professor Titular na Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Professor do Programa de Pós-Graduação stricto sensu (Mestrado e Doutorado). Advogado. O seu endereço de correio electrónico é [oksandro.goncalves@pucpr.br](mailto:oksandro.goncalves@pucpr.br).

RICARDO MURILO DA SILVA é Mestre em Direito na Pontifícia Universidade Católica do Paraná, na área de concentração de Direito Socioambiental e sustentabilidade. Especialista em direito imobiliário pela Universidade do Vale do Itajaí. Especialista em direito processual civil pela Faculdade CESUSC. Advogado. O seu endereço de correio electrónico é [ricardo@florianiesilva.adv.br](mailto:ricardo@florianiesilva.adv.br).