

ISSN 2675-9934

Boletim de Políticas Públicas

Observatório Interdisciplinar
de Políticas Públicas «Prof. Dr. José
Renato de Campos Araújo» (EACH/USP)

№ 41 maio/junho de 2024

O I P P

Boletim de Políticas Públicas

Observatório Interdisciplinar
de Políticas Públicas «Prof. Dr. José
Renato de Campos Araújo» (OIPP)

Conselho editorial

Agnaldo Valentin
Alexandre Ribeiro Leichsenring
André Gal Mountian
Cristiane Kerches da Silva Leite
Graziela Serroni Perosa
José Carlos Vaz
Ursula Dias Peres
Valeria Barbosa de Magalhaes
Vivian Grace Fernández-Dávila Urquidi

Editor

André Gal Mountian

Vice-editor

Agnaldo Valentin

Produção e divulgação

Manuella Viveiros Leite

Contato

E-mail: boletimoipp@gmail.com

Rua Arlindo Bettio, 1000

03828-000

São Paulo/SP



Sumário

Tratando as coisas como elas são. Considerações sobre a regulação das redes sociais abertas no Brasil5

Carlos Cinquegrana Jr., Alessandro Soares da Silva

O paradoxo do *Fast Fashion*: impactos sociais e trabalhistas da moda..... 17

Cristiane Kerches da Silva Leite, Cintia Sayumi Ii, Hugo Ventura Moreira, Marcos Yutoh Mori, Mayra dos Santos Silva, Pamela Cristina Sansalone Pereira, Rafaella Oliveira Xavier, Samuel Lisboa Martins, Yago de Lima Silveira

Considerações sobre a Tabela Mensal do Imposto de Renda Pessoa Física 25

Marcelo Arno Nerling , Maria Eduarda Romero Brocca

Tratando as coisas como elas são. Considerações sobre a regulação das redes sociais abertas no Brasil

Carlos Cinquegrana Jr.¹, Alessandro Soares da Silva²

Nas primeiras décadas do século XX, o mundo assistiu assombrado a expansão de um novo meio de difusão da informação, com consequências políticas, sociais, culturais e comportamentais de múltiplas camadas, as quais afetaram e influenciam nossas vidas até hoje. As transmissões eletromagnéticas começaram com sinais codificados de telegrafia para rapidamente trazer voz e, posteriormente, voz e imagens. Isso abriu um leque de múltiplas aplicações cuja ponta visível foi a era da comunicação de massas.

Desde o final da década de 1910, quando surgiram as invenções, patentes e chegaram ao país os primeiros dispositivos, o Brasil levou 30 anos até que os legisladores conseguissem compreender os aspectos técnicos e estratégicos dos novos meios de comunicação, adotando a regulação da radiodifusão. O espectro eletromagnético foi inserido nas sucessivas Constituições Federais, desde 1937 até 1988³, como de propriedade da União, a qual

¹ Consultor em planejamento estratégico de marketing e mídia.

Consultor em marketing e psicologia política.

Produtor Cultural.

Bacharel em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela FAAP - SP

Bacharel em Comunicação Social (Rádio e Televisão) pela FAAP - SP

Graduando em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade de São Paulo.

Mestrando em Estudos Culturais pela Universidade de São Paulo.

Membro do Grupo de Estudos em Psicologia Política, Políticas Públicas e Multiculturalismo da Universidade de São Paulo.

² Livre-docente em Gestão Economia e Políticas Públicas pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo; Editor da Revista Gestão & Políticas Públicas; líder do Grupo de Estudos em Psicologia Política, Políticas Públicas e Multiculturalismo; docente no bacharelado de Gestão de Políticas Públicas e no Programa de Pós-Graduação em Estudos culturais da Universidade de São Paulo.

³ Ver Art. 21, XII, a, e Art. 22, IV, da Constituição de 1988.

reteve para si a exclusividade em sua ordenação, uso e concessão para os entes privados.

Leis e códigos foram sendo aprimorados, versando sobre praticamente todos os aspectos que envolvem a atividade, desde a propriedade dos veículos até a responsabilização sobre os conteúdos veiculados, passando por tempos de exploração comercial, modelos de participação societária e percentuais de participação estrangeira.

Temas como percentuais de produção nacional, classificações etárias de conteúdo, direitos autorais e fonomecânicos, reservas de mercado para determinadas categorias profissionais foram sendo incorporados à medida em que a tecnologia se tornava mais usual e parte da vida cotidiana. Do surgimento dessa tecnologia até o presente vemos um processo de revolução comunicacional nomeada como 2.0 (Fernandes, 2016).

No século XXI, um novo desafio se impõe com o surgimento de um novo meio de difusão de informação e de entretenimento, a Internet. Potencializada pela expansão exponencial da telefonia móvel celular, ela pôs nas mãos de cada indivíduo um terminal ativo e mudou radicalmente as formas de conectividades. Os legisladores buscam regular as múltiplas aplicações, as quais contêm implicações políticas e sociais de potencial revolucionário. De tudo se trafega no novo meio, com uma diferença fulcral; rompeu-se a “quarta parede” da transmissão. Enquanto, até o advento da internet, o fluxo da informação de massas se deu em via única, emissor-receptor, no novo modelo cada receptor é também um emissor, de dados e conteúdo, intencional ou não (Machado, 2016).

Assim, discutimos alguns aspectos importantes para a conceituação das redes sociais abertas como veículos de comunicação comerciais. No país, existe farta legislação em vigor que pode contribuir para um melhor controle social das redes. Ainda que esse seja um ambiente dinâmico, de difícil domínio em função dos avanços, tanto tecnológicos quanto dos modelos empresariais, a velocidade é maior que aquela necessária para o processo de discussão entre a sociedade, seus representantes e os interesses econômicos e geopolíticos envolvidos.

Nesse processo regulatório há um conjunto de elementos objetivos e processuais que são atravessados pelas dinâmicas que a usabilidade e a criatividade dos usuários impõem. Regular um universo em constante modificação sem impor balizas que afetem o seu desenvolvimento é um desafio que está, não poucas vezes, em oposição aos interesses corporativos, mas também individuais. Cabe ao legislador encontrar um ponto de equilíbrio entre as demandas particulares e o regramento que visa o bem comum.

Audiência, o produto da mídia

Num modelo capitalista de mercado, as mass media comerciais são empresas privadas que se utilizam de um determinado meio de difusão de informação para veicular conteúdo. Buscam obter audiência, seu único produto, cujo volume será oferecido ao mercado anunciante, que pagará por propaganda de produtos e ou serviços, procurando a sustentabilidade financeira do negócio e a remuneração de seus acionistas investidores. Para Ferraretto (2009), os meios midiáticos passam “a oferecer, como produto aos anunciantes, percentuais de audiências, mensurados cientificamente e especificados quantitativa e qualitativamente. Deste modo, quanto maior o número

de ouvintes aferidos [...] em um programa ou horário específico, tanto mais caro este custará ao anunciante.” (pp. 106-07).

Nos meios de difusão eletrônicos fora da internet, essas empresas investem na estrutura técnica e nos recursos humanos necessários para a produção de um conteúdo que, ao mesmo tempo, desperte o interesse e seja consumido com regularidade pelo maior número de pessoas possível, dentro de sua área de atuação e de seus públicos-alvo previstos em seus business plans. É um negócio caro que, apesar de subsidiado por mecanismos de pesquisa de opinião e mercado, apresenta um alto risco e um retorno financeiro demorado e duvidoso, daí restrito a grandes grupos.

No caso das redes sociais abertas, Facebook, Instagram, X, Youtube e Tik Tok, por exemplo, o modelo de negócio é semelhante: utilizando-se da internet tem-se um conteúdo gerador de grande volume de audiência que é oferecido por elas ao mercado anunciante. Apesar de expressivos investimentos técnicos, as redes sociais não investem em produzir conteúdo. É o próprio usuário que não somente o produzirá e publicará de graça, mas o divulgará na rede escolhida num ciclo interminável. A publicidade também é mais sofisticada.

Nas redes sociais abertas o conjunto de informações e dados pessoais fornecidos pelo próprio usuário, de forma intencional ou não, é trabalhado com suas publicações e consumo do veículo, por mecanismos de programação comumente chamados de algoritmos. Estes, proporcionam a “propaganda ideal”, detectando um interesse e apresentando, no ato, o produto de forma personalizada e os meios de compra e pagamento no mesmo ambiente.

Um aspecto a ser considerado é a curadoria interna das redes sociais abertas. Ela faz dos conteúdos oferecidos ao usuário,

mesmo produzidos por terceiros, uma oportunidade de vinculação da audiência. A frequência de consumo do veículo é afetada de modo a atender aos interesses comerciais. Em comum com qualquer veículo de comunicação está a ideia de que ninguém irá consumir por muito tempo aquilo que não seja de seu gosto ou interesse ou que avilte suas crenças e valores.

A responsabilização do veículo

Em todo o arcabouço regulador das comunicações e da mídia no Brasil, desde suas primeiras inserções, há em comum o fato jurídico de que o veículo é o responsável por todos os aspectos legais envolvendo o conteúdo trafegado. O veículo, seja um hebdomadário impresso distribuído numa pequena cidade do interior, seja a Rede Globo de Televisão, responde cível e criminalmente pelas inconformidades, técnica, fiscal e de conteúdo. Isso se dá por meio de sua pessoa jurídica, assim como de suas pessoas físicas plenipotenciárias, sócios acionistas e diretores editores responsáveis, cujas indicações são obrigatórias ainda nas etapas preliminares de seus registros.

No tocante à empresa gestora do veículo, a legislação exige que a participação societária majoritária seja exercida por brasileiros natos e que a sede seja em território nacional. Para jornais, se quiserem registro oficial e o gozo das prerrogativas legais e comerciais, conforme Lei 2.083 (1953), é preciso também a publicização de seus responsáveis.

No capítulo V da Constituição Federal de 1988, se introduziram as linhas gerais que balizaram as legislações complementares sobre conteúdo na mídia eletrônica. Estabelece-se ali as finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, bem como a promoção da cultura nacional e regional e o estímulo à produção independente.

Com relação ao conteúdo, a Lei 5.250 (1967), muito anterior à criminalização dos discursos racista, homofóbico (Silva; Ortolano, 2015) ou das discussões relativas às chamadas *fake news* aponta que, embora seja “livre a manifestação do pensamento e a procura, o recebimento e a difusão de informações ou ideias, por qualquer meio, e sem dependência de censura, respondendo cada um, nos termos da lei, pelos abusos que cometer (...), não será tolerada a propaganda de guerra, de processos de subversão da ordem política e social ou de preconceitos de raça ou classe”, constituindo crime na exploração ou utilização dos meios de informação e divulgação “publicar ou divulgar notícias falsas ou fatos verdadeiros truncados ou deturpados (...), incitar à prática de qualquer infração às leis penais, (...) caluniar alguém”.

Quanto à responsabilização daquilo que é publicado, a mesma lei determina que: “O escrito publicado em jornais ou periódicos sem indicação de seu autor considera-se redigido (...) pelo redator da seção em que é publicado, pelo diretor ou redator-chefe, ou pelo gerente ou pelo proprietário”. Apesar da tipificação do que pode e deve cumprir uma empresa comunicacional, ainda é demasiado frágil sua aplicação à cena digital.

Neste cenário, é ilustrativo que mais de 150 empresas como Unilever, Ford e Adidas tenham boicotado *Facebook* deixando de anunciar na plataforma em julho de 2020 por causa da leniência da rede que lhes permitia ‘lucrar com o ódio’. A atuação das redes é um ponto fulcral no debate sobre sua regulação. Deveria se ter critérios que lhes impusesse a adoção de uma postura mais ativa no combate às publicações que veiculam discurso de ódio ou *fake News*, por exemplo. Apesar do boicote sofrido, a rede mostrou-se resistente a excluir conteúdo sob o argumento de que isso cercearia a liberdade de expressão.

As brechas existentes na regulação seguem presentes no debate sobre qual seria o limite da regulação estatal dos meios de comunicação, em particular dos digitais (Braga, 2023). É nossa posição que transferir para as redes sociais o poder de decidir sobre o que deve ou não nelas permanecer seria um erro e afetaria de modo grave seu papel para a democracia enquanto instrumentos de circulação de informação ao mesmo tempo que desresponsabiliza o Estado de seu papel regulador das relações sociais.

Cortinas de fumaça

Embora no Brasil a legislação sobre o tema tenha avançado, casos como do Marco Civil da Internet - Lei nº 12.965 (2014), e da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - Lei nº 13.709 (2020), a discussão sobre a responsabilização pelos conteúdos veiculados pelas empresas proprietárias de veículos comerciais que se utilizam do meio de difusão internet ainda está embrionária (Machado, 2016; Braga, 2023).

Há, nesse processo, um forte *lobby* das chamadas *big techs* para que essa responsabilização, se houver, fique restrita ao usuário produtor de conteúdo. Não se trata de uma má vontade específica com a legislação brasileira, mas de uma tentativa de que não se abram precedentes que exijam a fragmentação da curadoria dos conteúdos. Além disso, os interesses comerciais são afetados pelo atendimento às leis que normatizam a comunicação social em cada um dos países que fazem parte da área de cobertura do veículo. Tal processo exigiria a manutenção de equipes locais e novos modelos de programação, o que representaria despesas adicionais num negócio de expressiva lucratividade. O poder de mobilização dessas redes, inclusive eleitoral, que dá visibilidade a pessoas, grupos e ideias que doutro modo

não teriam é fator importante na equação e tem afetado a maneira como são conduzidas as agendas relativas à regulação das redes (Teffé; Moraes, 2017).

Coloca-se para uma sociedade que se informa significativamente por meio das redes sociais uma narrativa que ignora a legislação codificada minuciosamente no Brasil. É falso o dilema moral que opõe o direito à expressão e regulação de mídias digitais.

O produto Direito à Expressão

Uma ação de comunicação bem-sucedida levada a cabo pelas redes sociais abertas é baseada na narrativa cuidadosamente construída segundo a qual em suas programações cada usuário poderia se expressar do modo como lhe aprouver. Essa postura promoveria a democratização no acesso à mídia pelo cidadão. Garantida na Constituição, a liberdade de expressão é relativa. Ela está sujeita à legislação e, portanto, exercida dentro de determinados marcos instituídos.

Todavia, se confunde, deliberadamente, “liberdade de” com “direito de”. *Instagram* e *X* são plataformas de empresas privadas, veículos, que podem, a seu exclusivo critério, publicar ou não o que for de seu interesse. Distribuem conteúdo a usuários de forma discricionária, conforme suas regras e objetivos comerciais.

Participar, fornecendo gratuitamente para uma empresa de tecnologia, imagens, sons ou opiniões, para que um veículo mantenha e aumente sua audiência e os valores cobrados por anúncios está muito longe do que qualquer indivíduo possa reivindicar como direito. Mas é o que ocorre amiúde. Não sendo um serviço público, a discricionariedade com que os conteúdos são tratados precisa ser regulada para a proteção do usuário e da

sociedade. Como pontuou o ministro Luiz Roberto Barroso (STF), “*A liberdade de expressão não é o único valor que deve prevalecer numa sociedade civilizada, e toda pessoa, inclusive pessoa jurídica, pode ser responsabilizada por comportamento doloso, por má-fé ou por grave negligência.*” (STF, 30/11/2023)

Considerações finais.

São inúmeras as regulações existentes sobre como devem ser constituídas e como devem operar as empresas que fazem Comunicação Comercial no Brasil. Problematizamos a necessidade de regulação das Redes Sociais: questões relativas à propriedade, à responsabilização e ao conteúdo. Não era o foco debater a legislação em si, mas suas implicações na cidadania.

A existente legislação tem um efeito transversal e pode ser aplicada à mídia digital e a empresa proprietária. Ela aborda aspectos fiscais, tributários, trabalhistas e eleitorais; o direito de grupos vulneráveis enquanto direitos humanos; combate a apologia a crimes; publicidade enganosa e notícias falsas etc. Não vemos, portanto, motivos para que essa legislação, válida para qualquer veículo, seja simplesmente ignorada. A novidade de um meio de difusão não o retira, em princípio, do rol das competências regulatórias da União, uma vez que isso afeta a soberania nacional.

Nosso sistema de regulação da internet (Brasil, 2014) não define claramente os limites e consequências para as redes quando nelas se posta um conteúdo ilegal *online*. Em casos assim, uma rede social só é responsabilizada caso deixe de cumprir uma decisão judicial que determinasse a exclusão de dado conteúdo, guardadas exceções. Em sistemas mais rigorosos que o

nosso, redes sociais tendem a remover discricionariamente conteúdos, uma vez que focam naqueles que destoam de sua política interna, apesar de muitas milionárias poderem ser aplicadas.

Nesse sentido, é visível a concentração de poder nas mãos dos provedores de redes. É preciso que se deixe claro que a elas não cabe um papel levítico, de intérpretes da lei. Para isso está o Poder Judiciário.

Destarte, ao impor limites às controladoras do setor é necessário chamar as coisas como elas realmente são: negócios.

Referências.

ANATEL – Agência Brasileira de Telecomunicações. Regulação Rádio e Televisão. Brasília.

BREGA, Gabriel. A regulação de conteúdo nas redes sociais: uma breve análise comparativa entre o NetzDG e a solução brasileira. Revista Direito GV, 19, e2305, 2023.

BRASIL. Constituição Dos Estados Unidos Do Brasil, De 10 De Novembro De 1937. Brasília.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988. Brasília.

BRASIL. CÂMARA DOS DEPUTADOS. Emenda 36. Brasília.

BRASIL. SENADO FEDERAL, Lei 2.083 de 12 de novembro de 1953. Brasília.

BRASIL. SENADO FEDERAL. Lei 5.250 de 9 de fevereiro de 1967. Brasília.

CINQUEGRANA JUNIOR, Carlos. A. A nova mídia e a política. Boletim de Políticas Públicas, 15, 33-38, 2021.

CINQUEGRANA JUNIOR et al. Rádio e Televisão no Brasil: uma visão constitucional. Boletim de Políticas Públicas, 21, 37-44. 2022.

FERNANDES, Euclécio. (2016). A evolução da comunicação impactada pela tecnologia. Ideias e Inovação-Lato Sensu, 3(2), 93-102.

FERRARETTO, Luiz. Rádio e capitalismo no Bra-sil: uma abordagem histórica. In: HAUSSEN, Doris Fagundes; BRITTOS, Valério (Org.). Economia política, comunicação e cultura: aportes teóricos e temas emergentes na agenda política brasileira. 93-112. Porto Alegre: EdPUCRS, 2009.

MACHADO, Jorge. Políticas Públicas para o Conhecimento Aberto. Tese de Livre-Docência. EACH-USP. 2016.

RANGEL, J. M. M. Rádio e televisão no Brasil: uma visão constitucional. Boletim de Políticas Públicas, 1, 37-44, 2022.

SILVA, Alessandro, & ORTOLANO, Fábio. Narrativas psicopolíticas da homofobia. Trivium, 7(1), 01-18. 2015. <https://doi.org/10.18370/2176-4891.2015v1p1>

STF - Supremo Tribunal Federal. Presidente do STF reitera posição do Tribunal de respeito à liberdade de imprensa e de expressão. Portal STF, Notícias. <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=521065&ori=1#:~:text=%E2%80%9CA%20liberdade%20de%20express%C3%A3o%20n%C3%A3o,f%C3%A9%20ou%20por%20grave%20neglig%C3%Aancia%E2%80%9D>.

TEFFÉ, Chiara Spadaccini de; MORAES, Maria Celina Bodin de. Redes sociais virtuais: privacidade e responsabilidade civil. Análise a partir do Marco Civil da Internet. Pensar, 22(1), 108-146, 2017.

O paradoxo do *Fast Fashion*: impactos sociais e trabalhistas da moda.

Cristiane Kerches da Silva Leite⁴, Cintia Sayumi Ii⁵, Hugo Ventura Moreira⁶, Marcos Yutoh Mori⁷, Mayra dos Santos Silva⁸, Pamela Cristina Sansalone Pereira⁹, Rafaella Oliveira Xavier¹⁰, Samuel Lisboa Martins¹¹, Yago de Lima Silveira¹²

Na sociedade contemporânea, a moda vai além do simples ato de se vestir, servindo como forma de expressão de valores culturais e socioeconômicos. Um dos aspectos mais marcantes da moda atual é a velocidade com que as tendências se transformam. O que é considerado “da moda” hoje, pode facilmente tornar-se obsoleto amanhã. Essa mudança de tendências é impulsionada por diversos fatores, como avanços tecnológicos, globalização (MacLuhan e a Bzezinski, 1980) e a influência das redes sociais (Lipovetsky, 1987)

No final dos anos 1980, o jornal The New York Times cunhou o termo "Fast Fashion" (Carvalho et al. 2023). A “moda rápida” é um modelo de negócio que se destaca pela produção rápida e em grande escala de roupas e acessórios, a preços baixos, utilizando

⁴ Docente de graduação do curso de Gestão de Políticas Públicas e da pós-graduação do PROMUSP.

⁵ Discente da Escola de Artes Ciências e Humanidades-USP.

⁶ Discente da Escola de Artes Ciências e Humanidades-USP.

⁷ Discente da Escola de Artes Ciências e Humanidades-USP.

⁸ Discente da Escola de Artes Ciências e Humanidades-USP.

⁹ Discente da Escola de Artes Ciências e Humanidades-USP.

¹⁰ Discente da Escola de Artes Ciências e Humanidades-USP.

¹¹ Discente da Escola de Artes Ciências e Humanidades-USP.

¹² Discente da Escola de Artes Ciências e Humanidades-USP.

da exploração do trabalho nos marcos do século XIX. Essas peças são fabricadas em ambientes de trabalho intensivos e com materiais de qualidade baixa. Seu propósito principal é oferecer produtos da moda a preços acessíveis, responder às demandas do mercado e manter um fluxo constante de novidades, as quais incentivam a compra pelos consumidores com frequência para acompanhar as tendências lançadas.

No entanto, o fast fashion tem sido alvo de críticas devido aos seus impactos negativos no meio ambiente e na sociedade, como o desperdício de recursos, a poluição, a elitização e as condições precárias de trabalho, que podem ser entendidas como “externalidades negativas”. Dessa forma, enquanto aumenta o acesso às tendências da moda com produtos acessíveis e rotatividade rápida, também alimenta uma “cultura de ostentação” (Veblen, 1899), em que a posse das peças se torna símbolo de status, homogeneizando o estilo pessoal e perpetuando a ideia de que a moda é exclusiva para quem pode acompanhar as tendências. Assim, o fast fashion cria ambiente complexo de aspirações, desigualdades e exploração na indústria da moda contemporânea.

No aspecto trabalhista, um dos pilares desse modelo é a exploração da mão de obra barata, especialmente em países em desenvolvimento. Disparidades socioeconômicas entre os trabalhadores dessas regiões são reforçadas, em condições de trabalho precárias, enquanto consumidores de maior poder aquisitivo se beneficiam dos preços acessíveis das roupas produzidas - “benefícios privados, vícios públicos” -, invertendo a máxima de Bernard Mandeville, no poema “A Fábula das Abelhas: Vícios Privados, Benefícios Públicos” (Gala, 2023).

Assim, o objetivo deste texto é problematizar o fenômeno fast fashion, trazendo essa agenda para o campo das políticas públicas a partir de perspectiva interdisciplinar. Dessa forma, nesse trabalho faremos recorte histórico se estendendo até os dias atuais, abordando diversos conceitos, como a classe ociosa de Veblen, suas ideias acerca do capitalismo e a elitização da moda. A metodologia se baseia em pesquisa de dados qualitativos e quantitativos, de forma exploratória, com foco na literatura histórica e sociológica da moda e da indústria têxtil e materiais de divulgação científica da Universidade de São Paulo. Esse texto é o resultado do trabalho de um grupo na disciplina ACH 0041 Resolução de Problemas, do Ciclo Básico da EACH, em 2024, sob a orientação da profa. Cristiane Kerches da Silva Leite.

O setor têxtil é um ramo que sofreu diversas alterações ao longo do tempo. No fim do século XVIII, a Grã-Bretanha detinha a liderança dos meios de produção por conta de seu grande avanço durante a Primeira Revolução Industrial (Hobsbawm, 1962). Antes do surgimento das máquinas a vapor, as mercadorias e roupas eram feitas por artesãos, tendo um preço mais alto, devido à melhor qualidade dos produtos. Contudo, com o surgimento das indústrias com produção mecanizada, sobretudo no mundo eurocêntrico, a velocidade e escopo produtivo passou a ser definido pela máquina, às custas da energia humana empregada no processo.

Em decorrência, os custos da produção caíram em contexto de trabalho mal pago, utilização de matérias primas mais baratas e intensificação da velocidade de produção, permitindo aumento da oferta de roupas manufaturadas. Entretanto, as classes mais abastadas, também chamadas de “classe ociosa” por Veblen, ostentavam suas vestimentas artesanais, de melhor qualidade e acabamento, continuando a ditar as tendências da

moda. Assim, configurou-se um paradoxo: aumentou o acesso às roupas, mas intensificou o processo de distinção social por meio da moda - os mais pobres consumiam roupas manufaturadas de pior qualidade e os mais ricos, roupas feitas sob medida, nos marcos da Alta Costura (Oliveira, 2009), sobretudo a partir do século XIX.

Esse mecanismo de distinção social permanece durante os séculos XVIII e XIX, adentrando o século XX, com mudanças dignas de nota. Durante a década de 1950 o Prêt-à-porter (Weil, 1948, apud Avelar 2011; p. 61) passou a produzir industrialmente roupas em série, de boa qualidade e assinadas por estilistas da moda. Em 1980, com a consolidação do Prêt-à-porter, essa força tornou-se dominante na moda massificando a produção das grifes e ampliando o acesso às tendências.

Entretanto, essa nova forma de produção impacta negativamente no meio ambiente, por conta da produção de resíduos que atingem sobretudo territórios com legislações ambiental e trabalhista frágeis. Dessa forma, se intensifica uma das maiores questões que perduram até hoje no capitalismo e se reflete na indústria têxtil: a exploração da mão de obra nesses meios de produção, envolvendo países do eixo norte e sul da DIT - Divisão Internacional do Trabalho (Brandt, 1980).

A DIT é um fenômeno que ocorre desde as Grandes Navegações. Nos anos 1970 se intensifica esse fenômeno com a consolidação do capitalismo financeiro desregulamentado (Harvey, 2016) e das telecomunicações, havendo grande expansão de empresas transnacionais. A sede ficava nos países desenvolvidos, enquanto instalavam suas cadeias produtivas nos países em desenvolvimento, à procura de matérias primas, mão de obra barata, mercado consumidor e menor carga tributária. A busca por maior produtividade, redução de custos e aumento dos lucros

passou a produzir, em larga escala, externalidades negativas ambientais e trabalhistas, ao ponto de incorporar na dinâmica produtiva situações análogas à escravidão. Assim, o fast fashion produz impactos ambíguos na sociedade global, perpassando fronteiras: democratiza a moda, mas, ao mesmo tempo, explora seus trabalhadores (sobretudo as mulheres).

Caso exemplar de exploração do trabalho ocorreu no estado de São Paulo, em 2017, nas oficinas das empresas Animale e A.Brand. A equipe de Superintendência Regional do Trabalho e Emprego de São Paulo investigou o uso de mão de obra análoga à escravidão realizada por imigrantes bolivianos. Trabalhavam doze horas diariamente em condições insalubres, residindo no mesmo local. Além das condições precárias e exaustivas, não recebiam salário mensal e ganhavam em média cinco reais por peça produzida (Repórter Brasil, 2012). Sabe-se que não é um caso isolado, mas sintomático do perfil de um país em que a indústria faturou cerca de 193 bilhões de reais em 2022 (ABIT, 2024), imerso na lógica do capitalismo de exploração, em pleno século XXI.

Frente à degradação das condições de trabalho e do meio ambiente, diversas formas de resistência surgiram, como o slow fashion (Murriss, 2004). Essa forma de produção valoriza a produção local, a sustentabilidade, a qualidade e a longevidade das peças, o que gera menor padronização de roupas e melhor qualidade de trabalho. Além disso, a existência de sistemas de comércio de roupas usadas, como brechós, também atua como alternativa para amenizar as externalidades negativas do fast fashion na perspectiva do consumo consciente.

Apesar do fast fashion ter ampliado o acesso à moda, por conta da intensificação da produção tecnológica e da DIT nos

marcos do Prêt-à-porter, também provocou inúmeros problemas discutidos neste texto, como a perene exploração da mão de obra na indústria têxtil e continuidade de processos de distinção social, fomentando os marcadores sociais presente na moda desde sua origem. Há ainda grande debate sobre as externalidades negativas ambientais, que não discutimos, mas que merecem atenção. Dessa forma, nota-se que a moda não é apenas sobre “roupas que vestem corpos”, mas abrange várias dimensões que refletem a complexidade do mundo contemporâneo.

Referências

ABIT. Perfil do setor. ABIT, 2024. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor> . Acesso em: 22 mai. 2024.

AVELAR, Suzana. Moda: Globalização e Novas Tecnologias. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2011.

GALA, Paulo. Os vícios privados promovem benefícios públicos? Disponível em: <https://www.paulogala.com.br/os-vicios-privados-promovem-beneficios-publicos/#:~:text=Mandeville%20critica%20aqueles%20que%20condenam,do%20sistema%20econ%C3%B4mico%20e%20social>.

GUIMARÃES, M. P. RIBEIRO, Rita. Os processos de identificação social na moda: do luxo ao fast fashion. Diálogo com a economia criativa, ESPM, v. 8 n.22 (2023): Dossiê moda e economia criativa, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.22398/>

HARVEY, David. Seventeen contradictions and the end of capitalism. São Paulo, Boitempo, 2017.

OLIVEIRA, Jorge Marcelo. Grandes nomes da moda: Charles Frederic-Worth. MONDO MODA, 2009. disponível em: <https://mondomoda.com.br/2009/12/21/nomes-da-moda-charles-frederic-worth/>. Acesso em: 2 jun. 2024

HOBBSAWM, Eric. A era das revoluções: Europa 1789-1848. 1917. 1ª edição. Rio De Janeiro: Paz E Terra, 1962.

HOFFMAN, Sarah. Há cem anos nascia o europeu e cosmopolita Willy Brandt. DEUTSCHE WELLE, 2013. disponível em:

<https://www.dw.com/pt-br/h%C3%A1-cem-anos-nascia-o-europeu-e-cosmopolita-willy-brandt/> Acesso em: 2 de jun 2024

LEGNAIOLI, Stella. O que é slow fashion e por que adotar essa moda? - eCycle. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/slow-fashion/>.

MARQUES, Luiz. Capitalismo e Colapso Ambiental. Campinas: Editora Unicamp, 2018.

MUNHOZ, J.P. Um ensaio sobre o fast fashion e o contemporâneo. 2012. 55p. Monografia (Especialização em Estética e Gestão de Moda) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

REPÓRTER BRASIL. As marcas da moda flagradas com trabalho escravo. Repórter Brasil, 12 jul. 2012. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2012/07/especial-flagrantes-de-trabalho-escravo-na-industria-textil-no-brasil/>. Acesso em: 29 mai. 2024.

VEBLEN, Thorstein. A Teoria da Classe Ociosa. São Paulo: Enio Matheus Guazzelli & Cia. Ltda, 1965 [1899].

Considerações sobre a Tabela Mensal do Imposto de Renda Pessoa Física

Marcelo Arno Nerling¹³, Maria Eduarda Romero Brocca¹⁴

Um tema importante na relação entre a sociedade civil e o Estado é a tributação sobre a renda e proventos de qualquer natureza. A lei define alíquotas e faixas de renda tributadas pelo Imposto. O problema está na negligência de correção da Tabela Mensal do Imposto sobre a Renda da Pessoa Física (TMIRPF). Entre o ano de 1996 até o ano de 2022 a defasagem foi de 148,10% em relação ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). Uma interpretação histórica evidencia que as atualizações raramente acompanham o índice inflacionário (SINDIFISCO NACIONAL, 2023).

Isso significa que os contribuintes pagam cada vez mais imposto, de maneira desproporcional ao crescimento de suas rendas, na medida em que a TMIRPF não acompanha sequer o crescimento real da inflação. O último reajuste havia ocorrido em 2015 e a inflação acumulada no período foi de aproximadamente 50% (BRASIL, 2023a). O reajuste nos últimos 8 anos foi zero!

Isso gera injustiça tributária? E as promessas de campanha para a correção da Tabela, saíram do papel? Qual é o impacto dessa medida?

De forma descritiva e analítica, apresentaremos dados e informações úteis para a gestão do conhecimento desse arranjo silencioso e silenciado que aponta para a falta de correção da

¹³ Professor no Curso de Gestão de Políticas Públicas da Universidade de São Paulo.

¹⁴ Graduanda do Curso de Gestão de Políticas Públicas e bolsista PUB/USP.

TMIRPF. Evidenciamos uma agenda positiva de reajuste da Tabela nesse ano. Finalizaremos apresentado dados do impacto que essa medida gera na gestão financeira responsável. O tema merece atenção.

Um arranjo silencioso e silenciado

Esse arranjo institucional da tributação da renda e proventos atinge diretamente milhões de pessoas e segue silenciado. Nesse ano 41 milhões de pessoas entregaram a declaração do Imposto de Renda à Receita Federal no prazo determinado (BRASIL, 2023b).

A falta de correção da TMIRPF é um emento de injustiça tributária na medida em que gera um efeito nas menores faixas de renda, ainda que a injustiça atinja a todos os tributados. A correção integral da Tabela levaria cerca de 24 milhões de brasileiros para a faixa de isenção, isentando todos aqueles que auferem renda tributável de até R\$4.683,95. No ano de 2023, o não reajustamento isentou aqueles com renda tributável de até R\$1.903,98. Uma faixa de R\$2.779,97 deveria estar isenta para que pudéssemos pensar em termos de justiça fiscal (SINDIFISCO NACIONAL, 2023). Para rendimentos de R\$5.000 a TMIRPF vigente gera um recolhimento 2.033,17% maior do que deveria ser sob a tabela reajustada. Para rendimentos de R\$10.000,00 a diferença cai para 177,17%, seguindo de maneira regressiva para as maiores faixas de renda. Isso evidencia o ônus da tributação para os menos afortunados, ferindo os princípios tributários e financeiros definidos pela Constituição Federal de 1988, sobretudo a progressividade do inciso I, parágrafo 2º do Art. 153 (BRASIL, 1988).

O cumprimento de promessa de campanha no plano de mandato, a mudança de postura política do Governo e do Fisco

gera impactos na arrecadação do Estado. A correção integral da TMIRPF levaria cerca de 24 milhões de brasileiros para a faixa de isenção. O Sindifisco Nacional (2023) afirma que “a correção da defasagem total da tabela do IRPF, desde 1996, implicaria uma renúncia fiscal de R\$101,6 bilhões”. Um passivo que exige medidas de compensação.

A correção da tabela e agenda propositiva

O tema entrou na agenda política e técnica. A correção periódica e gradual esperada pode estar no reajuste iniciado em abril de 2023, após 8 anos de congelamento, com a Medida Provisória nº 1.171/2023 (BRASIL, 2023c), que atualizou a faixa de isenção em 10,9%, passando de R\$ 1.903,98 para R\$ 2.112,00. Além disso, também foi publicada uma dedução simplificada mensal que possibilitará que a faixa de isenção atinja aqueles que auferem rendimentos de até R\$ 2.640,00.

O Ministro da Fazenda de Lula, Fernando Haddad, na mensagem nº 00057/2023, destacou o objetivo da redução da incidência do IRPF sobre os contribuintes das rendas mais baixas. A atualização irá afetar a apuração do imposto em todas as faixas de renda com a possibilidade de utilização do desconto simplificado mensal por todos os contribuintes (BRASIL, 2023c) como definido pelo parágrafo 2º do Art. 4º da MP:

“§ 2º Alternativamente às deduções de que trata o caput, poderá ser utilizado desconto simplificado mensal, correspondente a 25% (vinte e cinco por cento) do valor máximo da faixa com alíquota zero da tabela progressiva mensal, caso seja mais benéfico ao contribuinte, dispensadas a comprovação da despesa e a indicação de sua espécie.”

A Medida Provisória Nº 1.172 foi convertida na Lei Nº 14.663 de 28 de agosto de 2023 (BRASIL, 2023d), e a TMIRPF atualizada assume a seguinte forma:

Tabela 1. Tabela Progressiva Mensal

Base de Cálculo (R\$)	Alíquota (%)	Parcela a Deduzir do IR (R\$)
Até 2.112,00	0	0
De 2.112,01 até 2.826,65	7,5	158,48
De 2.826,66 até 3.751,05	15	370,40
De 3.751,06 até 4.664,68	22,5	651,73
Acima de 4.664,68	27,5	884,96

Fonte: BRASIL, 2023d.

A gestão financeira da medida

Para a gestão de políticas públicas o tema na agenda e a tomada de decisão geram impactos reais, ainda que estamos apontando uma medida ‘tímida’ com atualização de R\$208,02. O Ministério da Fazenda (BRASIL, 2023a) estima que a medida impactará diretamente 13 milhões de declarantes que passarão para a faixa de isenção do IRPF e que a arrecadação seja reduzida em R\$ 3,20 bilhões em 2023 — referente aos 7 meses da instituição da medida —, R\$ 5,88 bilhões em 2024 e R\$ 6,27 bilhões em 2025 (BRASIL, 2023c).

Mesmo uma simbólica atualização tem um impacto maior do que se imagina. Mas é o preço para a justiça tributária, particularmente para os milhões de isentos que não deveriam ter sido tributados.

A compensação será feita pela previsão de incremento de arrecadação decorrente da atualização do valor de bens e direitos no exterior, tributando o ganho de capital, medida trazida

pela mesma MP (BRASIL, 2023c). A tributação de grandes fortunas, a tributação de dividendos ou, ainda, o aumento da progressividade da TMIRPF, elevando a arrecadação das maiores faixas de renda ou criando faixas e alíquotas, merecem atenção dos gestores públicos. A promessa de campanha de Lula (2022) prevê a atualização da faixa de isenção para R\$ 5.000,00. Estamos, com o reajustamento de 2023, em R\$ 2.112,00.

Considerações finais

É necessário cobrar atualização e transição constante da tabela. O tema precisa de visibilidade porque envolve justiça tributária. A recente atualização da faixa de isenção e a introdução da dedução simplificada mensal, alivia a carga tributária para mais de 13 milhões de declarantes. Há muito trabalho a ser feito. A atualização da TMIRPF, ainda que parcial, permite diagnosticar e reforçar a visão do fato como uma injustiça tributária. Ainda que sinalize para o cumprimento de um plano de mandato, a falta de correção da Tabela gera impacto social e econômico relevantes, como evidenciado. Pesquisar e divulgar esse tema é parte da missão da Universidade necessária.

Referências

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. Lei Nº 14.663, de 28 de agosto de 2023. Define o valor do salário-mínimo a partir de 1º de maio de 2023; estabelece a política de valorização permanente do salário-mínimo a vigorar a partir de 1º de janeiro de 2024; e altera os valores da tabela mensal do Imposto sobre a Renda da Pessoa Física de que trata o art. 1º da Lei nº 11.482, de 31 de maio de 2007, e os valores de dedução previstos no art. 4º da Lei nº 9.250, de 26 de dezembro de 1995. Brasília, DF, 2023d. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2023/lei-14663-28-agosto-2023-794625-publicacaooriginal-169014-pl.html>. Acesso em: 25 ago. 2023.

BRASIL. Medida Provisória Nº 1.171, de 30 de abril de 2023. Dispõe sobre a tributação da renda auferida por pessoas físicas residentes no País em aplicações financeiras, entidades controladas e trusts no exterior, altera os valores da tabela mensal do Imposto sobre a Renda da Pessoa Física de que trata o art. 1º da Lei nº 11.482, de 31 de maio de 2007, e altera os valores de dedução previstos no art. 4º da Lei nº 9.250, de 26 de dezembro de 1995. Brasília, DF, 2023c. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=9344611&ts=1693832367310&disposition=inline>. Acesso em: 25 ago. 2023.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Imposto de Renda. Nova tabela do Imposto de Renda beneficiará mais de 13 milhões de brasileiros: a partir de maio, isenção do Imposto de Renda aumenta

para R\$ 2.640, aliviando a carga tributária para trabalhadores, aposentados e pensionistas. Brasília, DF, 2023a. Disponível em: <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/assuntos/noticias/2023/maio/nova-tabela-do-imposto-de-renda-beneficiaria-mais-de-13-milhoes-de-brasileiros>. Acesso em: 20 ago. 2023.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Receita Federal. IRPF2023. Encerrado o prazo de entrega da declaração de imposto de renda de 2023: Receita Federal recebe mais de 41,1 milhões de declarações, superando as expectativas. Brasília, DF, 2023b. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/noticias/2023/junho/encerrado-o-prazo-de-entrega-da-declaracao-de-imposto-de-renda-de-2023>. Acesso em: 20 ago. 2023.

NERLING, M. A.; BROCCA, M. E. R.; SILVA, W. C. Arte política moderna – interpretação histórica e genética do imposto sobre a renda. In: Revista Tributária e de Finanças Públicas (RTrib). Disponível: <https://rtrib.abdt.org.br/index.php/rtrfp/issue/view/23>. Acesso em: 20/11/2023.

SINDIFISCO NACIONAL. Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Federal do Brasil. A defasagem na correção da Tabela do Imposto de Renda da Pessoa Física. Brasília, DF, 2023. Disponível em: https://www.sindifisconacional.org.br/wp-content/uploads/2023/01/Defasagem_IR_1996_a_2022_Janeiro_2023_10_01_IPCA_IBGE_Revisado-1.pdf. Acesso em: 27 fev. 2023.