

O processo de *corporate shaming* na imprensa: análise do setor dos laboratórios farmacêuticos a partir dos casos *Novartis* e *Pfizer* (2007-2014)

FERREIRA, J. V. G.*; Orientador: Eduardo Saad Diniz

Faculdade de Ribeirão Preto – Universidade de São Paulo

a) O trabalho no contexto em que se insere: Sanções com apelo à reputação dos infratores têm ressurgido pelos quadros punitivos do direito contemporâneo como alternativa às formas tradicionais de punição. E dentre os vários cenários em que se insere a atuação destas sanções, o âmbito corporativo merece destaque, porquanto a reputação é instrumento de enorme importância às empresas, exercendo sua influência inclusive como agregador de valor. Do outro lado da moeda, neste mesmo contexto, salienta-se a imprensa, que desempenha papel primordial como impulsionadora de mudanças nas políticas e comportamentos das companhias por meio de publicações que tenham efeito sobre o nome destas. Diante desta conjuntura, portanto, apresenta-se o processo de *corporate shaming* como uma alternativa sedutora às formas padrão de punição, principalmente às sanções meramente pecuniárias, cuja eficiência se mostra questionável nos casos em que o lucro auferido com o delito é maior que a quantia devida a valor de multa.

b) Objetivos: Este trabalho tem como primeiro objetivo identificar as principais características do processo de *corporate shaming*, assinalando seus mecanismos de atuação por meio de seus três pilares fundamentais, a saber, o executor, a audiência e o executado. O segundo objetivo é demonstrar, por meio da análise das publicações referentes aos laboratórios farmacêuticos *Pfizer* e *Novartis* no período de 2007 a 2014 nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, como o processo de *corporate shaming* pode se dar na imprensa brasileira.

c) Materiais e métodos: São utilizados principalmente: o método dedutivo, a partir da literatura pertinente, a fim de demarcar o processo de *corporate shaming* como objeto de estudo; e o método indutivo, a partir da análise dos casos presentes nas notícias referentes às empresas *Pfizer* e *Novartis* pelos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* no período de 2007-2014, de modo a, partindo dos casos particulares apresentados nestes periódicos, poder estabelecer um quadro geral de como tal processo pode se dar na imprensa brasileira.

d) Conclusões: Das críticas levantadas por alguns autores acadêmicos do direito, pode se inferir que o processo de *corporate shaming* ainda encontra alguns empecilhos a sua total aplicabilidade – tanto no Brasil como nos EUA, onde ele é mais notório –, a exemplo da

possibilidade de banalização de seu uso, o que implicaria a sua desmoralização e consequente ineficiência; e dos altos custos demandados para a realização de uma publicação num jornal de ampla divulgação, o que impossibilita a denúncia por entes ou pessoas de caixas mais modestos.

Pesquisa se encontra em estágio inicial.