



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

RAQUEL ZORZO

FASHION LAW: UMA ANALOGIA ENTRE A MODA E A SUSTENTABILIDADE

**Assis/SP
2023**



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

RAQUEL ZORZO

FASHION LAW: UMA ANALOGIA ENTRE A MODA E A SUSTENTABILIDADE

Projeto de pesquisa apresentado ao curso de Direito do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão.

Orientanda: Raquel Zorzo

Orientadora: Ma. Lenise Antunes Dias

**Assis/SP
2023**

FICHA CATALOGRÁFICA

ZORZO, Raquel.

Fashion law: Uma analogia entre a moda e a sustentabilidade / Raquel Zorzo. Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA – Assis, 2023.
p. 42.

1. Direito. 2. Moda. 3. Meio Ambiente. 4. Sustentabilidade

CDD:
Biblioteca da FEMA

FASHION LAW: UMA ANALOGIA ENTRE A MODA E A SUSTENTABILIDADE

RAQUEL ZORZO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação, avaliado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador: _____
Lenise Antunes Dias

Examinador: _____
Maria Angélica Lacerda Marin

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus grandes apoiadores:
meus pais, irmãos e namorado.

AGRADECIMENTOS

A Deus por me conceder saúde e forças para enfrentar as dificuldades ao longo da realização deste trabalho, me agraciando com a sabedoria necessária para que alcançasse meu objetivo.

Aos meus pais Valdeide e Denise, e aos meus irmãos Miguel e Estevão. Vocês são minha base e meu refúgio, sem nossa comunhão, nossos momentos de lazer e sem a colaboração de vocês quando dediquei meu tempo para a realização deste trabalho, seria impossível concluí-lo. Meus mais sinceros agradecimentos a vocês, que me apoiam incondicionalmente em meus sonhos e se abdicam diariamente para que eu os realize.

Ao meu namorado Messias, que sempre me apoiou e acreditou em mim, até mesmo quando eu duvidei. Seu incentivo e compreensão foram fundamentais para que eu concluísse este trabalho. Agradeço por estar ao meu lado, me aplaudindo de perto, em todas as etapas importantes de minha vida.

A todas as minhas amigas, que compreenderam toda minha ausência para realização deste trabalho e pelas incontáveis horas em que me ouviram falar dele. Vocês fazem meus dias melhores.

A minha orientadora Lenise, que com muita atenção, zelo e profissionalismo me deu suporte, me aconselhou e foi um norte.

E a todos que direta ou indiretamente colaboraram com o desenvolvimento desse trabalho, enriquecendo meu processo de aprendizado.

“Eu sou o que me cerca. Se eu não preservar o que me cerca, eu não me preservo.”

José Ortega y Gasset

RESUMO

O presente trabalho apresenta a ciência do *fashion law*, área do Direito que possui diversos ramos e, em comunhão com a sustentabilidade, busca harmonia com a indústria da moda. Esta, devendo se responsabilizar por seus impactos, visto que seus números são expressivos não só quando falamos em faturamento, mas com o foco na produção. Nas últimas décadas o Direito passou a vislumbrar melhor este cenário da indústria da moda, buscando a construção de uma ciência jurídica voltada a moda sustentável. Ao longo deste trabalho, veremos os mecanismos jurídicos utilizados nessa interação entre o direito da moda e o direito ambiental, com a finalidade de alcançar o desenvolvimento sustentável. A partir disso, serão expostas opções e possíveis soluções para que, não só sejam respeitadas e seguidas as leis, mas também, sejam implementados novos meios de produção nas organizações nacionais, visando minimizar o impacto ambiental.

Palavras-chave: Direito. Moda. Meio ambiente. Sustentabilidade.

ABSTRACT

The present work presents the science of fashion law, a Law field that has several branches and, in communion with sustainability, seeks harmony with the fashion industry. The latter should be responsible for its impacts, since its numbers are expressive not only when we talk about billing, but as a focus on production. In recent decades, the Law has begun to better envision this scenario of the fashion industry, seeking the construction of a legal science focused on sustainable fashion. Throughout this work, we will see the legal mechanisms used in this interaction between fashion law and environmental law, in order to achieve sustainable development. From this, options and possible solutions will be exposed so that, not only are the laws respected and followed, but also, new means of production are implemented in national organizations, aiming to minimize the environmental impact.

Keywords: Law. Fashion. Environment. Sustainability.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. A ORIGEM DA MODA – FASHION LAW.....	12
2.1. A moda e sua evolução	12
2.2. Gênese do olhar voltado a sustentabilidade	15
2.3. Implementação de práticas sustentáveis.....	18
2.4 O início do fashion law	20
3. O AGIR DO DIREITO AS EVOLUÇÕES E IMPASSES DA INDÚSTRIA DA MODA.....	22
3.1. Breve apanhado histórico sobre as legislações ambientais	22
3.2. O olhar da indústria e a necessidade de novas práticas sustentáveis	25
3.3. Responsabilidade socioambiental das corporações	27
4. A RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS FRENTE AS POLÍTICAS AMBIENTAIS E SUSTENTAVEIS	30
4.1. O papel atual das organizações quanto a causas voltadas ao meio ambiente	30
4.2. O agir das organizações quanto a políticas ambientais e sustentáveis	31
4.3. O futuro voltado ao desenvolvimento sustentável	35
5. CONCLUSÃO.....	40
6. REFERÊNCIAS.....	42

1. INTRODUÇÃO

Muito antes de ser denominada como “moda”, esta vem evoluindo juntamente com as sociedades e com o passar do tempo, se transformando em um fenômeno social e econômico.

É fato que a busca frenética pelo desenvolvimento econômico das sociedades tem relevante influência no que diz respeito ao consumo desenfreado e as produções em massa e, exatamente por acompanhar as sociedades, essa questão, em dado momento, passou a ser vista com novos olhos e de forma negativa, pois a sociedade atingiu consciência quanto aos resultados por ela produzido.

Com o passar dos séculos e todo progresso das sociedades, essa consciência quanto ao que consumimos e os processos pelos quais nossas mercadorias passam antes de chegarem até as prateleiras, começou a ter maior relevância. Parte disso ocorrendo, pelo fato de que a indústria da moda e de confecção ficou conhecida por ser um dos maiores poluidores ambientais.

Desse modo, pouco a pouco, a cadeia de produção passou a ser questionada em razão de seus resultados negativos, que colocam em situação degradante não só o meio ambiente, mas também o bem-estar da vida na terra, passando a ser reavaliada, cada vez mais, sob a luz dos princípios constitucionais.

Toda essa produção veloz, junto das facilidades advindas da globalização, gerou relevantes consequências que modificaram nosso estilo de vida. Ao invés da modernidade nos trazer cada vez mais conforto e melhorias, nos gerou um novo objetivo e novos questionamentos: será que realmente estamos utilizando de modo consciente nossos recursos finitos?

Essa nova perspectiva gerada, a busca por mecanismos que nos levem ao desenvolvimento sustentável e a preservação da vida na terra, fazem parte de um processo histórico que está se estruturando, junto aos três maiores influentes nessa relação, que são aqueles que compõem a indústria, seus consumidores e o Estado.

É neste cenário que os ordenamentos jurídicos relacionados ao mercado da moda necessitam atuar com precisão. Os princípios constitucionais que visam justiça social, dignidade e até mesmo igualdade, não podem estar vinculados a um mercado que produz em massa, e não segue as recomendações da Política Nacional do Meio Ambiente.

O desenvolvimento econômico de um país é, de fato, algo de grande relevância, mas se fere o princípio da sustentabilidade em diversos aspectos, precisamos rever sua atuação e, no mínimo, buscar um equilíbrio entre eles, pois o lucro não pode ser o único grande objetivo.

O enriquecimento de uns em detrimento de outros não pode ser a base das organizações, principalmente porque estamos falando de toda vida na terra, de tudo que nos cerca. E se faz necessária uma mudança de mentalidade, por isso há uma questão histórica que esse objetivo tem apontado, pois para que haja uma indústria sustentável, é necessário buscar a preservação da vida. Portanto, o foco deve ser crucialmente outro.

Vale ressaltar que o Estado precisa buscar os mais diversos mecanismos jurídicos, destacar os princípios constitucionais e criar leis específicas com a finalidade na proteção do meio ambiente. Assim como as indústrias devem buscar meios de se adequarem a estes mecanismos jurídicos e mudarem sua cadeia de produção. Nós, enquanto consumidores, devemos criar e cultivar a cultura do consumo responsável, para que haja mudança eficaz. Nós somos o final dessa cadeia, precisamos ser criteriosos, enquanto o importante for apenas o consumo imediato e o preço baixo, estaremos sendo solidários à degradação da vida na terra.

2 – A ORIGEM DO DIREITO DA MODA – FASHION LAW

2.1 A MODA E SUA EVOLUÇÃO

A moda é uma indústria multibilionária que tem influência em todo mundo e em diversos segmentos, como na cultura, mídia, tecnologia, filosofia, psicologia e, principalmente, na economia. Esta vem se tornando nas últimas décadas cada vez mais consciente quanto a sustentabilidade e responsabilidade social. As marcas têm buscado minimizar seu impacto ambiental e garantir práticas comerciais que sejam éticas e justas.

Todavia, nem sempre foi assim. Nos primórdios, as vestimentas eram utilizadas apenas como proteção climática, se ressignificando e, mais a frente, já na sociedade do século XIV, passando a ser utilizada para diferenciar classes sociais, pois, a nobreza passou a se vestir de forma elegante, a fim de demonstrar a posição social que ocupava. Assim, os nobres se diferenciavam da classe trabalhadora. (POLLINI, Denise. Breve História da Moda, p 211.)

É neste cenário que um conjunto de conceitos, ideias e estilos, passou a ser denominado como “moda”, iniciando-se o mercado de consumo e cada vez mais, este foi andando lado a lado com o capitalismo.

Segundo o Mini Aurélio (2000, p. 466) entre as definições da palavra “moda”, há o “uso, hábito ou estilo geralmente aceito, variável no tempo, e resultante de determinado gosto, meio social, região, etc. Arte e técnica de vestuário. Maneira, modo”. A etimologia do substantivo feminino “moda”, foi constituída a partir do francês *mode*, que significa “maneira de vestir”, palavra esta que é originária do latim *modus*, que quer dizer “medida, modos, molde”.

E antes mesmo que possamos compreender a relação entre o *fashion law*¹ e a ideia de sustentabilidade, precisamos compreender parte desta evolução. Veremos adiante alguns dos pequenos passos que foram dados para que se iniciassem reflexões neste cenário, com a finalidade de mudança de hábitos.

Com o passar dos séculos, devido aos marcos históricos e a evolução dos povos, foi-se atribuindo um estilo de vestimenta para cada período. A moda foi evoluindo e acompanhando o momento histórico, a cultura local e até mesmo a globalização.

¹ Direito da moda.

“A moda, em seu sentido historicamente específico, implica, para começar, a expectativa fundamentada de que as formas de vestuário dominantes [...] irão mudar em intervalos explicitamente marcados.” GUMBRICH, Hans Ulrich. *A Dialética das Passarelas*. 6.

Não se sabe ao certo quando a vestimenta passou a ter a relevância que tem hoje, mas é fato que as peles de animais e até mesmo plantas e folhagens eram utilizadas como roupas, sendo basicamente a função delas proteger o ser humano contra o clima. Há quem diga que o uso das vestimentas em dado momento passou a ter a simbologia de respeito, como uma questão de pudor.

Com a evolução da humanidade, o conhecimento quanto a área têxtil passou a ser aprimorado. Entretanto, as vestimentas para ambos os sexos eram muito semelhantes. Nas últimas décadas do século XIV, a aparência passou a ter maior importância, logo, as roupas passaram a ser mais específicas, demonstrando as diversidades corporais.

No século XV a nobreza passou a dar maior importância a vestimenta e pouco a pouco passou a inserir em seu cotidiano roupas com adereços, tecidos diferentes e modelagens específicas. Suas vestimentas se tornaram inspiração para o restante da sociedade, além de diferenciá-los da classe trabalhadora.

Foi nesse sentido que nasceram as Leis Suntuárias, que tinham como principal objetivo impedir que a plebe pudesse se vestir como a nobreza, o que gerava uma barreira entre elas.

Vale frisar que os comerciantes, que eram pessoas consideradas burguesas, passaram a utilizar vestimentas próximas as da nobreza, se diferenciando destes nos tecidos e adereços, mas suas peças eram diretamente influenciadas pelas modelagens usadas pela alta sociedade, tal fato sendo algo inédito.

Mais à frente, a nobreza passou a buscar peças com diversas camadas de tecido, feitas a mão e projetadas para serem únicas, com tecidos que ostentassem seu poder e realçassem as modelagens exclusivas. (DEBOM, Paulo. *Moda: Nascimento, conceito e história*. 8, 10 Centro Universitário Celso Lisboa).

Foi, inclusive, entre os séculos XVI e XVIII, que a moda passou a ter ainda mais influência, isso devido a criação das revistas, que acabaram difundindo os nomes das grandes casas de moda, sendo elas Hermes, Chanel, Dior, dentre outras marcas de luxo hoje conhecidas

mundialmente. Mas grande parte delas apenas vendiam sob encomenda, sendo o auge da alta costura, a década de 50.

Ocorre que pouco depois, nos anos 60, além do impacto da segunda guerra mundial, também passaram a ganhar força as casas de moda conhecidas como *prêt-à-porter*², tratando-se de comércios que possuíam diversos tamanhos e numerações das peças que fabricavam. Sendo esse, inclusive, como a gênese dos comércios no ramo do vestuário, até mesmo dos *fast fashions*³, pois apresentaram a primeira grande produção em massa e conseqüentemente a democratização da moda.

Como citado, a segunda guerra mundial foi também um marco na história da moda, pois as mulheres tiveram que tomar a frente em seus lares e até mesmo nas indústrias, já que seus pais e maridos estavam na frente de batalha.

Nesse sentido, a vestimenta feminina sofreu essa transição, pois, com essa mudança de papéis sociais, a mulher que estava ingressando no mercado de trabalho, estando dentro das fábricas, influenciou diretamente a moda nesse período. Tornava-se inviável realizar o trabalho da época utilizando vestidos com babados, mangas cheias de adereços e tantos mais detalhes que as peças femininas tinham, à época.

Além disso, ocorreu neste período uma escassez de materiais e recursos, sendo necessário racionarem tecidos. Adaptando-se a este momento histórico, a moda se tornou mais simples e funcional, sem tantos ornamentos e enfeites. Vale ressaltar que a moda masculina também sofreu influência da guerra, passando a se popularizar as jaquetas e calças no estilo cargo.

Em contrapartida, logo após o período de guerra, a moda tomou uma proporção oposta. Do básico foi ao luxuoso, ao extravagante, tendo tomado essa proporção em razão do pós-guerra trazer ao dia a dia do povo uma necessidade de mudança. A moda começou a expressar a busca pela fartura, até mesmo como um reflexo do sentimento de gratidão pelo que superaram.

As vestimentas femininas passaram a apresentar saias longas e volumosas, com sua cintura bem marcada, algo bem feminino e delicado. Os trajes masculinos seguindo a mesma estética, indo para um lado elegante e formal, os ternos clássicos retornando com toda força.

² Pronto para vestir.

³ Moda rápida.

É fato que a moda evoluiu juntamente com a humanidade, sendo como um camaleão, por se adequar ao momento, e isso prontamente. As vestimentas, em dado momento, foram apenas utilizadas como proteção contra o clima e para fins práticos, tornando-se mais a frente, no decorrer dos séculos, modo de definir um status social e assim foi se adaptando, chegando a ser uma forma de protesto, mas sempre refletindo o momento social em que aquele determinado país ou localidade estava passando.

Já nos tempos atuais, a moda é um fenômeno quase inexplicável, uma indústria que cresce cada vez mais e que hoje é uma área fascinante para trabalho, sendo também um *hobbie*⁴, a vestimenta passando a ser utilizada como símbolo em diversas culturas, podendo ser uma forma de se expressar.

A moda sempre evolui conforme as mudanças sociais e culturais da época e, nos tempos atuais não seria diferente, pois ela sempre será cíclica. Hoje temos como referência as décadas passadas, o que nos gera até uma forma de *upcycling*⁵, pois ocorre, por exemplo, a releitura de uma peça, que acaba sendo utilizada com criatividade e com um novo propósito.

Na atualidade temos como agravante em toda essa influência que a moda tem as tecnologias e a sustentabilidade, que são pautas que vem ganhando força e conquistando espaços nesse meio, nas últimas décadas.

2.2 – GÊNESE DO OLHAR VOLTADO A SUSTENTABILIDADE

Com a evolução das civilizações, a necessidade de um novo olhar para certos aspectos foi indispensável. Por muito tempo se teve a visão de que os recursos naturais eram inesgotáveis, não havendo limites para sua exploração e, além disso, as indústrias não davam atenção ao impacto que elas causariam, talvez até por desconhecerem esses fatores.

Contudo, no decorrer dos anos, a população que vivia nas proximidades das indústrias, por sentir os efeitos da degradação ao meio ambiente, causada pela poluição e pelos resíduos descartados por estas, foi obrigada a transferir-se para outros locais, sentindo na pele os efeitos danosos da indústria da moda em seu cotidiano.

⁴ Passatempo.

⁵ Processo de criação de novos itens a partir de materiais já existentes.

Desse modo, no decorrer das décadas, a população, as marcas existentes, as organizações e até mesmo os governantes, passaram a cobrar mudanças no mercado da moda, as quais visavam impactos positivos no meio ambiente. É fato que as gerações estão constantemente em evolução, e não seria diferente nos tempos atuais, principalmente, se levamos em conta toda tecnologia e informação que temos hoje. As novas gerações não têm pensado apenas no presente, tendo um olhar carinhoso pelo futuro, pensando nas próximas gerações e o que nossos atos de hoje impactarão posteriormente.

Todavia, assim como citado acima, nem sempre as civilizações obtiveram tal consciência, mas foi no início do século XVIII que passamos a ter os primeiros passos rumo a essa evolução. Isso devido aos impactos que a Primeira Revolução Industrial causou no meio ambiente, despertando um olhar crítico quanto às consequências que a indústria provocou, pois a população passou a questionar cada vez mais se o modelo de desenvolvimento usado naquele momento seria realmente eficaz.

Foi então que os consumidores e aqueles que ocupavam cargos políticos, com poder de decisão, passaram a ter uma visão ampla dos fatos, despertando a consciência de que os recursos naturais eram finitos e que a exploração intensiva da natureza agrediria diretamente as gerações futuras e não só elas, mas também as atuais.

Um momento histórico importante nesta direção foi quando a Organização das Nações Unidas (ONU), decidiu realizar em 1972, na cidade Estocolmo, capital da Suécia, a primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento e Meio Ambiente Humano. O evento contou com a presença de 113 líderes de países e cerca de 400 membros de organizações não governamentais (ONGs). O debate principal dessa conferência foi para realizar recomendações referentes ao desenvolvimento dos países, visando, é claro, a preservação ambiental.

Nesse contexto, um marco para discussões referentes a preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável, visando melhorias para nossos dias e para o futuro, foi a ECO-92, Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, também conhecida como a Cúpula da Terra, que ocorreu em nosso país, na cidade do Rio de Janeiro, em junho de 1992. A convenção reuniu chefes de Estado e representantes de 179 países, além de contar com a presença de organismos internacionais e organizações não governamentais, sendo, inclusive, aberta ao grande público.

Foi através dessa conferência que o conceito de desenvolvimento sustentável foi estabelecido, se aprofundado os debates quanto a esse tema e questões fundamentais na esfera

social e econômica. A Cúpula da Terra é considerada a maior conferência ambiental já realizada e após 11 dias de reuniões, resultou numa série de proposições práticas para os países envolvidos realizarem, a fim de evitarem que fossem causados maiores danos ao meio ambiente.

Tendo, ainda, como fruto dessa conferência a resolução conhecida como Agenda 21, que foi um plano de ação desenvolvido para que os países aliados implantassem medidas voltadas ao desenvolvimento sustentável, abrangendo em conjunto a conservação ambiental, a justiça social e o crescimento econômico.

Foi através destas conferências que cada vez mais se proliferou a ideia de sustentabilidade e foram levados em conta fatores que por anos foram ignorados, mas que necessitam de um olhar de cuidado, pois são elementos que utilizamos em nosso dia a dia, mas não podemos assegurá-los para gerações futuras caso não haja mudança de atitude e de mentalidade da população.

Com esse tipo de assunto em alta, fazendo parte da pauta mundial, foi que as empresas passaram a ter um novo olhar para o todo, sendo necessária uma revisão em seus meios de produção e até mesmo pesquisas para saber qual era o destino final de suas peças. E as marcas que não tomaram providência alguma, passaram muitas vezes a serem cobradas por seus consumidores e pela imprensa. Muito disso por ter se verificado os impactos negativos que essa indústria causava ao meio ambiente, e é fato que a indústria da moda está entre as mais poluentes do mundo.

Então, cientes dos impactos negativos que essa indústria vinha gerando, devido ao seu alto consumo de recursos naturais, a geração de resíduos e emissão de gases de efeito estufa, foi que esse olhar preocupado, voltado à sustentabilidade passou a se proliferar. Toda essa questão acaba sendo muito recente ainda, pois tais pautas começaram a ganhar força a partir da década de 1990, época em que nasceram as primeiras marcas *eco-friendly*⁶ e iniciativas sustentáveis neste meio.

Na atualidade, as grandes marcas têm adotado certas medidas a fim de reduzirem seus impactos ao meio ambiente, as principais sendo o uso de materiais orgânicos e reciclados. Também se observa a adoção de práticas de responsabilidade social, tentando estender isso a toda sua cadeia de fornecimento.

⁶ Amigáveis ao meio ambiente.

O que vemos também atualmente, crescendo de maneira feroz, é a criação de marcas independentes, conscientes e responsáveis, pois buscam realizar em seus processos de produção práticas éticas e transparentes, utilizando em boa parte delas materiais eco-friendly ou buscando outros meios de realizarem uma moda sustentável e justa.

2.3 – IMPLEMENTAÇÃO DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

Hoje as empresas no ramo do vestuário conhecidas como *slow fashion*⁷ têm ganhado força e vem se tornando cada vez mais uma tendência no mercado. Aos poucos, elas estão transformando a maneira de produzir e consumir moda. As marcas *slow fashion* buscam por uma moda que seja consciente e sustentável, grande parte delas utilizando tecidos que tenham sua composição 100% orgânica e além de se preocuparem com a valorização dos recursos locais e produzirem em pequena escala, elas muitas vezes revertem parte de seus lucros para ONGs.

Os empreendedores desse ramo ingressam nele não só por acreditarem nesse formato de consumo, mas também por quererem consumir desse tipo de mercado e não encontrarem tais produtos com facilidade, assim se difundindo mais e mais práticas sustentáveis. É fato, inclusive, que os consumidores engajados em causas como essas, os mais conscientes, cobram as marcas que consomem quanto a esse tipo de prática e acabam boicotando diversas delas por não se posicionarem de maneira alinhada a essas causas.

Temos atualmente no Brasil diversas marcas nesse ramo, como a Ginger, marca que além de utilizar em suas peças algodão 100% orgânico, são confeccionadas por produtores brasileiros com matéria prima nacional. Apresenta, ainda, soluções sustentáveis para o máximo de utensílios possíveis, usando embalagens de papel, ecobags de material biodegradável, além de fio reciclado em suas etiquetas.

Outra marca no mesmo ramo é a Cottage Store, que respeita o tempo real de produção, suas peças sendo feitas à mão, em tecidos de fibra natural ou que levam 100% de algodão em suas composições, sendo feito o tingimento das peças também de modo natural. Além disso, os

⁷ Moda lenta.

botões e ponteiros que compõem as peças são sustentáveis. Suas embalagens usam papel pardo e as *tags*⁸ em papel semente.

Essas e tantas outras marcas compõem nosso mercado nacional de forma consciente e voltadas à sustentabilidade, mas não só as marcas independentes de nosso país são voltadas a causas como essa. Um exemplo fora dessa esfera é a grife britânica Stella McCartney, que desde sua fundação, em 2001, tem seus ideais voltados a uma moda ética e sustentável. Inclusive, em 2019 a marca realizou uma mudança inovadora ao substituir a pele animal por milho e poliéster reciclado. Com estas substituições, a grife se tornou, na ocasião, a pele fake mais sustentável do mercado.

Outra grife conhecida por ser pioneira no mercado sustentável é a grife italiana Gucci, que além de optar, a partir de 2020, por produzir com redução de carbono, lançou uma coleção cápsula (coleção pequena lançada entre as duas principais coleções do ano) chamada Gucci Off the Grid, focada em roupas unissex e acessórios feitos de materiais orgânicos, reciclados ou de base biológica, além de utilizar materiais têxteis regenerados.

É fato que grifes renomadas, ao passarem a difundir essa ideia de sustentabilidade, os consumidores que prezam por marcas *eco-friendly* irão consumi-las cada vez mais, além de propagarem isso. Tais marcas, ao lançarem produtos e coleções inovadoras, que além de seguirem a moda atual, modernizam no que diz respeito a produções sustentáveis, indiretamente incentivam outras a fazerem o mesmo, pois estão “deixando-as pra trás”. E convenhamos, o ramo da moda é um dos mais rentáveis economicamente, sendo também um dos mais poluentes. Logo, medidas devem ser impostas e mudanças devem começar a acontecer.

Nesse sentido, aos poucos vamos vendo maior conexão entre o segmento fashion e a sustentabilidade, apesar de ainda estarmos no início dessa jornada, sendo necessário, inclusive, maior presença de sistemas sociais em causas como essa, dentre eles, no campo jurídico. Pois, como citado, medidas devem ser impostas, porque há a necessidade da construção de novas políticas éticas para o mercado de consumo, a fim de reduzir os danos ambientais que por décadas não foram levados em conta.

Hoje vemos a construção da ponte entre as duas esferas e os dispositivos jurídicos devem buscar essa harmonia e os instrumentos corretos para que possam ser produzidas as atividades que as empresas exercem, mas também preservem os recursos ambientais.

⁸ Etiquetas.

2.4 O INÍCIO DO FASHION LAW

Certamente o Direito teve que se atualizar e devido a constante evolução das nossas sociedades, foi necessário ampliarmos conceitos e nos modernizarmos quanto aos acontecimentos a nossa volta, pois, alguns desses ainda não haviam sido discutidos anteriormente. É nesse contexto que o *fashion law* nasce, devido as necessidades em um ramo específico, a moda.

“A indústria da moda, tornou-se uma das maiores e mais dinâmicas da economia global. E, junto com ela, vem o aumento da relevância e diversidade das suas questões jurídicas.” ROSINA, Mônica Stefane Guise; DEQUECH, Nady. Fashion Law: direito e a moda no Brasil. 20. São Paulo. Revista dos Tribunais, 2018.

Todavia, a moda não está vinculada apenas ao vestuário, por traz disso temos diversas áreas, algumas dessas sendo criadas no último século acompanhando a evolução das sociedades e principalmente das tecnologias.

O *fashion law* está presente em diversas áreas, como por exemplo, na propriedade intelectual, pois ao ser criado um *design*⁹ é necessária a proteção deste, para garantir determinados direitos de exclusividade ao criador, visando a proteção de seus métodos e a fim de assegurar os elementos que fazem o diferencial em sua marca, evitando assim que a concorrência se apodere de tais elementos. (Fashion Law: direito e a moda no Brasil. 27. São Paulo. ed. Revista dos Tribunais, 2018).

Temos presente no *fashion law* o Direito do Consumidor. É fato que o Código de Defesa do Consumidor é utilizado no ramo do vestuário. O consumidor, que tanto pode ser a pessoa física quanto a pessoa jurídica, deve ter direitos assegurados ao adquirir determinada peça, tendo o direito a troca de mercadorias em um prazo estipulado pela lei. E não só isso, devido ao grande crescimento do comércio eletrônico e das publicidades através das mídias sociais, muitas vezes podendo o consumidor ser lesado, devido às propagandas enganosas, muito comuns no ramo. (Fashion Law: direito e a moda no Brasil. 69. São Paulo. Revista dos Tribunais, 2018)

⁹ Projeto.

Como falar de Direito Trabalhista na área do *fashion law* e não citar o trabalho análogo ao de escravo? Apesar de colocar, muitas vezes, mulheres com pouca qualificação no mercado de trabalho, infelizmente, a indústria têxtil é uma das que mais utiliza e busca por mão de obra barata. No estado de São Paulo, os funcionários resgatados no seguimento do vestuário trabalhando em condições análogas às de escravo, são, em sua grande maioria, mulheres, migrantes e indígenas. Tais casos são frequentemente fiscalizados e combatidos pelas Auditoras-Fiscais do Trabalho. (Sindicato Nacional dos Auditores Fiscais do Trabalho. Trabalho escravo na indústria da moda em São Paulo. 17 Brasília. SINAIT, 2021)

Além dessas, o *fashion law* está presente no ramo de locação, devido as regras de mercado para aluguéis de espaço nos shoppings para as butiques e lojas departamento.

Na pirataria, devido aos danos diretos à empresa e à imagem de sua marca no mercado. A moda digital, os famosos *e-commerce*¹⁰, os blogs de moda, além das propagandas digitais e as campanhas patrocinadas. Temos também a parte de licenciamento, o que é lícito e ilícito para abertura das empresas do ramo e as implicações jurídicas. (Fashion Law: direito e a moda no Brasil. 20. São Paulo. Revista dos Tribunais, 2018)

São esses e tantos outros os segmentos que o *fashion law* abrange e o que nos aprofundaremos neste trabalho será quanto ao meio ambiente, que trata quanto ao uso de pele de animais no vestuário e nos cosméticos, a exploração dessas, quanto ao descarte de resíduos, mas que também trata dos processos de produção sustentável, o qual será abordado eminentemente adiante.

¹⁰ Comercialização de produtos ou serviços através da internet.

3. O AGIR DO DIREITO AS EVOLUÇÕES E IMPASSES DA INDÚSTRIA DA MODA

3.1 BREVE APANHADO HISTÓRICO SOBRE AS LEGISLAÇÕES AMBIENTAIS

Ao citarmos sobre meio ambiente, mesmo que indiretamente, pensamos em sustentabilidade. Não há como negar a relação íntima que elas possuem. Por muitos anos não foram discutidas práticas sustentáveis, mas com a evolução de nossas sociedades, essa passou a ser uma pauta de grande relevância.

De acordo com o Mini Aurélio (2000, p. 454) Meio Ambiente seria um “conjunto de condições e influências naturais que cercam um ser vivo ou uma comunidade, e que agem sobre ele(s)”. O meio ambiente é basicamente tudo que nos cerca, o solo em que pisamos, a água que bebemos, o ar que respiramos, as plantas ao nosso redor, os animais e até mesmo os microorganismos. Esse conjunto de elementos desempenha um papel fundamental para manutenção da nossa vida na terra.

A sustentabilidade é como um guardião do nosso meio ambiente, pois busca preservar e garantir o uso responsável de nossos recursos naturais. Por isso é tão difundida a ideia da adoção de práticas que conservem esses recursos que são finitos, além de que tais práticas também contribuem para reduzir a poluição.

É fato que nós, seres humanos, merecemos e temos o direito a desfrutar qualidade de vida e, como citado, o meio ambiente integra diversas dessas fontes que nos geram bem-estar. Como consta em nossa Constituição Federal, em seu art. 225:

“Todos têm direito ao meio ambiente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações” (Constituição Federal. 1988).

Devemos ter consciência dos nossos atos e o quanto diversas atividades de nosso dia a dia afetam o meio ambiente e os ecossistemas, isso não só para nosso bem-estar, mas, principalmente, pensando nas gerações futuras, que dependem de nós para desfrutarem com tranquilidade de diversos desses recursos.

“A natureza deve ser obrigatoriamente utilizada com base nas suas características naturais para o bem-estar da população, manejada e conservada com cuidado e com a responsabilidade de deixar um bom legado para as futuras gerações”. (VON CARLOWITZ, 1713).

A Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA) é regida em nosso país pela Lei Nº 6.938/1981, que foi um grande marco devido ao seu ideal voltado a políticas públicas, que têm por finalidade promover o desenvolvimento econômico e sustentável, que preservará, conseqüentemente, nosso meio ambiente para as futuras gerações e, tudo isso, apoiando empreendimentos sustentáveis e diminuindo a degradação ambiental.

A lei que define o PNMA foi o primeiro documento jurídico que estabeleceu a obrigatoriedade do licenciamento ambiental ao serem realizadas atividades que utilizassem recursos ambientais, no caso, podendo poluir ou degradar o meio ambiente.

Em 12 de fevereiro de 1998 foi criada a Lei Nº 9.605, conhecida como Lei de Crimes Ambientais, outro grande marco, tendo em suas penas uniformização e progressão adequadas, além das infrações serem claramente definidas. (Meio ambiente e sustentabilidade. Campina Grande. Ampla, 2021).

Além dessas, que podem ser consideradas as principais, veremos algumas leis e resoluções federais quanto à responsabilidade ambiental, às quais empresas têxteis e de confecção estão sujeitas no que concerne a suas práticas.

O Código Florestal, regulamentado na Lei Nº 12.651/2012, estabelece além do fato da exploração, normas gerais sobre a preservação da vegetação, áreas de preservação permanente, do consumo de produtos florestais e tantos outros fatores. E nesse cenário, a indústria têxtil precisa, em sua grande maioria, da emissão do Documento de Origem Florestal, que é utilizado devido ao uso de lenha em caldeiras, para a geração de vapor.

Temos também a Lei 10.165/2000, que autorizou o IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis), a cobrar uma Taxa de Controle e Fiscalização Ambiental (TCFA) de atividades potencialmente poluidoras e que utilizem recursos naturais. O valor da TCFA é definido pelo grau de potencial poluidor e o porte econômico do empreendimento em questão. A indústria têxtil e de confecção é passível de taxa com índice médio de atividade potencialmente poluidora caso descumpra as providências determinadas.

Verificamos na Resolução do Conama (Conselho Nacional do Meio Ambiente) Nº 237/1997 quanto ao licenciamento ambiental incorporado aos instrumentos de gestão ambiental, procedimento realizado administrativamente pelo órgão ambiental competente que licencia a localização, instalação, ampliação e operação dos empreendimentos e atividades utilizadoras de recursos ambientais considerados potencialmente poluidores. Entre as atividades sujeitas ao licenciamento ambiental estão a indústria têxtil no geral, que utiliza fibras vegetais, de origem animal e sintética, além da questão do tingimento e fabricação de fios e tecidos.

Temos, ainda, na Resolução Conama Nº 357/2005 dispositivos quanto a classificação dos corpos de água e condições padrões de lançamento de efluentes. Pois, no setor têxtil, alguns processos de preparação do tecido, como purga, desengomagem, alvejamento e, principalmente, o de tingimento, são os que mais geram efluentes, estes devendo estar em conformidade com as condições e padrões de emissão para controle de seu lançamento ao corpo receptor.

A Política Nacional de Resíduos Sólidos, Lei 12.305/2010, trata de um conjunto de incumbências a fim de minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados, além da redução dos impactos que estes causam à saúde humana e à qualidade ambiental. Foi através deste dispositivo legal que foi generalizada a responsabilidade pelo ciclo de vida dos produtos e, conseqüentemente, por seu descarte correto, pois, apesar dos produtos têxteis não estarem expressamente descritos nesta lei, há sua parcela de responsabilidade.

Nesse mesmo cenário, temos a Resolução Conama Nº 313/2002, que trata quanto ao destino dos resíduos sólidos industriais, sendo necessário que as organizações forneçam informações sobre os resíduos sólidos gerados em suas atividades industriais, a fim de que ocorra o gerenciamento dos números produzidos em nosso país. A indústria têxtil tem por obrigação preencher e enviar o formulário com as informações pertinentes a cada 24 meses.

Temos também a política de responsabilidade socioambiental, expressa na Resolução 4.327/2014 que prevê que qualquer empresa, inclusive as do setor têxtil e de confecção, que possuam relacionamento significativo com quaisquer das instituições financeiras autorizadas a funcionarem pelo Banco Central, seja questionado sobre suas práticas socioambientais, formalizando de maneira transparente a divulgação dos dados que forem necessários. (O setor têxtil e de confecção e os desafios da sustentabilidade. Confederação Nacional da Indústria. Brasília, 2017).

3.2 O OLHAR DA INDÚSTRIA E A NECESSIDADE DE NOVAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

Somos 7 bilhões de pessoas utilizando dos recursos que o meio ambiente nos agracia, entretanto, não são todos que desfrutam deles. Em 2016, estimava-se que cerca de 20% da população mundial consumia 80% dos recursos, enquanto os demais viviam e vivem com uma série de restrições. Como o fato de 5 mil pessoas morrerem por dia pela falta de água. Ocorre que o consumo desenfreado dos recursos já nos é cobrado e será ainda mais no futuro, visto que, somente nas últimas três décadas foram consumidos um terço dos recursos naturais disponíveis. A evolução do homem e das tecnologias é uma benção, mas por outro lado tem sido nossa autodestruição. (CARVALHAL, André. *Moda com propósito*. 31. São Paulo. Paralela, 2016).

É fato que em nosso dia a dia não degradamos drasticamente o meio ambiente, mas pouco a pouco, chegamos ao muito. E hoje, as grandes indústrias são responsáveis por grande parte dos danos em nossa biosfera. Por isso, é tão importante prestigiar as marcas que hoje pensam em nossos recursos e fazem questão de dar destaque a suas políticas ambientais.

Hoje é difícil pensar no meio ambiente e não o associar à degradação, visto que isso ocorre o tempo todo ao nosso redor e o que se faz necessário é impor limites, evitar que se exceda, não utilizar certos recursos que podemos poupar com novas alternativas, mesmo que essas alternativas demandem mais investimento e tempo.

Em 2014, John Mackey, um dos CEOs do Whole Foods Market (rede de supermercado estadunidense) e o Professor de Negócios, Raj Sisodia, lançaram um livro chamado *Capitalismo consciente: Como libertar o espírito heroico dos negócios*. Há um projeto que leva o mesmo nome, este criado em 2009 e sem fins lucrativos, tendo como objetivo principal mudar o pensamento predominante dentro das organizações, despertando consciência quanto ao papel delas e sua importância, falando, ainda, sobre propósitos.

Os criadores do projeto reconhecem a fama que os negócios e o capitalismo possuem, pelo fato de ludibriarem clientes, explorarem trabalhadores e destruírem o meio ambiente. Entretanto, o Consumo Consciente, nasce exatamente para reverter essa imagem, isso de um modo muito sincero, pois deixam claro que precisam dos lucros, visto que esse é o objetivo dos

empreendimentos, mas que este deve ser visto como consequência e por fim, como uma motivação do bem-estar social e ambiental. (CARVALHAL, André. *Moda com propósito*. 43 e 44. São Paulo. Paralela, 2016).

Há diversas reflexões sobre o fato de financeiramente ser mais viável a compra nas grandes redes de *fast fashion* por serem peças de valor acessível. Entretanto, essas enriquecem meia dúzia de grandes empresários, não valorizam a mão de obra que realiza seus trabalhos e não se preocupam com os impactos ambientais que suas produções têm.

As redes de *fast fashion* são conhecidas por produzirem em larga escala roupas com baixo custo, e que conseqüentemente produzem peças que não possuem grande qualidade e serão pouco duráveis, o que gera um impacto gigante em nosso meio ambiente, pois, são descartadas anualmente toneladas de resíduos têxteis, além de ter estudos que comprovam que os consumidores são mais propensos a jogarem fora roupas baratas.

Sem contar no impacto significativo que os resíduos depositados em aterros têm em nosso meio ambiente, por meio das emissões de carbono. De acordo com o grupo ambientalista *Stand.earth*, a indústria da moda é responsável por 10% das emissões anuais de dióxido de carbono (CO₂) e caso não ocorram mudanças, utilizarão até 2050 um quarto do orçamento mundial de carbono.

Em um país como o Brasil, que a desigualdade social é chocante, o *fast fashion* muitas vezes acaba sendo uma das únicas formas das classes menos favorecidas terem acesso ao que está em alta na moda, até pelo fato de serem produções que chegam muito rápido ao mercado. Este público, que tem o desejo de consumir essas tendências que representam hoje culturas, ideologias e até mesmo uma posição social.

Diversas pessoas recorrem à pirataria, exatamente por quererem fazer parte da bolha que a indústria da moda cria, com as marcas de luxo, com peças inovadoras, seus desfiles com novas coleções a cada estação, tudo isso tem muita influência. E muitas vezes o único local em que é possível ter acesso a um pouco disso é se utilizando de peças cópias, em sua grande maioria produzidas por meio da pirataria ou nas peças inspirações que as redes de *fast fashion* criam.

E é nesse sentido que as marcas precisam ampliar seus horizontes, pois, não é errado que as marcas se inspirem nas outras, tragam com acessibilidade o que as grifes de luxo criam. O fato é forma de produção e tudo que está por trás da peça exposta na prateleira.

Na contramão ao *fast fashion*, temos o *slow fashion*, já citado neste trabalho, que é uma prática que vem ganhando força exatamente por ser uma alternativa viável para essa indústria, por ter as tais peças que estão em alta e por produzi-las de um modo em que seja valorizado cada processo, utilizando em grande parte tecidos orgânicos e valorizando a mão de obra de quem as confeccionará. Claro que o produto final não possui um valor que se assemelhe ao das redes de *fast fashion*, mas isso ocorre exatamente por terem o devido processo.

O *slow fashion* não é apenas um movimento que busca vender com consciência e propósito suas peças, eles também frisam muito sobre a reutilização de peças que possuímos, dando uma nova finalidade a elas, talvez até as estilizando. Destacam também que se evite o uso de tecidos em que sua composição tenha fibras plásticas e caso não as queira utilizar mais, que faça o descarte adequado, doando para quem vai utilizar ou levando-as a brechós.

É fato que ainda a muito a caminhar para chegarmos a um estágio que seja aceitável, pois, como citado, nas últimas décadas extrapolamos os limites no uso de recursos que são finitos. A cada decisão de um novo estilo a ser adotado, devemos seguir medidas que possam pouco a pouco resultar melhorias nos hábitos de consumo e descarte, para termos notórias evoluções no futuro. O que se faz necessário hoje é que essas ideias sejam difundidas, uma vez que são pouco divulgadas as alternativas que temos e também os danos que nossos hábitos causam ao meio ambiente.

“O desenvolvimento sustentável de uma sociedade deve ser consequência da harmonia entre os desenvolvimentos social, econômico e a preservação ambiental e para o setor de vestuário, ainda há bastante a percorrer no que se diz respeito à preservação do meio ambiente”. (FERREIRA, Leila da Costa. 2008).

3.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DAS CORPORAÇÕES

Uma empresa tem e deve exercer suas funções sociais, mas até que ponto elas realmente prezam pelo bem-estar social e ambiental, ainda mais quando falamos de um produto exclusivo, de uma peça que virou tendência e é objeto de desejo do momento.

As empresas hoje não podem centralizar suas atividades apenas visando o lucro e seu crescimento econômico. São tantos outros temas que devem ser abordados e levados em conta quando se pensa no lançamento de um produto ou coleção, como as questões de teor

socioambiental. (SANTOS, Felipe Augusto; DAVID, Gabriele Cristina. O preço da exclusividade: Quando a moda ultrapassa os limites socioambientais)

Como citado nesse trabalho, referente a consumidores que buscam por empresas que têm uma ideia consciente e causas nobres, estes acabam cobrando as marcas que consomem quanto a esse tipo de prática e boicotam diversas delas por não apresentarem mudanças ou estarem preocupadas com essas causas. Mas e o que não chega até o consumidor, nem é exposto na mídia? Como por exemplo, as queimadas de estoque de mercadorias. Isso deve ser regulamentado e fiscalizado pelos órgãos competentes.

Muitas vezes as empresas utilizam a seu favor as brechas que temos nas leis, ocasião em que acabam realizando diversas injustiças sociais. Devido à globalização e as inovações tecnológicas, as indústrias passaram a ter novos desafios, não só na parte ambiental, mas também em serem um mecanismo da diminuição das desigualdades sociais que foram geradas pelo próprio capitalismo. (MORAIS, Maria José. Responsabilidade social nos negócios).

Isso tem uma forte relação quando relatado sobre a questão da fama dos *fast fashions* que trazem ao público geral peças inspiradas nas grifes, visto que isso gera ao consumidor a sensação de que ele faz parte daquela sociedade.

E nos quesitos ambientais, têm sido levantados diversos questionamentos quanto ao papel da indústria na sociedade moderna e, não só referente aos insumos provindos da natureza, mas também quanto às consequências dos modelos de produção e consumo, isso baseado no aumento crescente das demandas devido a globalização.

Por conta da escassez de recursos, muitas das empresas, mesmo que não sendo de forma voluntária, precisam se preocupar com essa temática, pois dependem desses recursos que são de extrema importância para seu crescimento e faturamento, em alguns casos sendo até mesmo para sobrevivência de inúmeras organizações. (MORAIS, Maria José. Responsabilidade social nos negócios)

De acordo com artigo publicado no *Jornal Administrador Profissional* (2007), atualmente, os consumidores mais rigorosos passaram a exigir que o mundo dos negócios concilie suas atividades de forma que respeitem o meio ambiente.

Nesse sentido, as empresas nacionais preocupadas com essa nova realidade têm se utilizado da certificação ambiental, que tem como base os critérios estabelecidos pela norma ISO 14001, que especifica diretrizes para um sistema de gestão ambiental nas empresas e

organizações, tendo como objetivo principal ajudar as empresas a gerenciarem seus impactos ambientais, consequentemente, promovendo sustentabilidade em suas operações.

Conforme relatório da Ellen MacArthur Foundation, a produção de roupas dobrou de 2000 a 2015, há algumas ideias do que motivou esse aumento significativo, como o crescimento da população e da classe média mundialmente e em parte devido ao crescimento das redes de *fast fashion*. Se o crescimento do mercado da moda continuar como o estimado, as vendas de roupas no mundo podem chegar a 160 milhões de toneladas até o ano de 2050, mais que o triplo vendido atualmente. Caso isso realmente aconteça, a indústria da moda será responsável por mais de 26% da pegada de carbono associada com o aumento de 2°C do planeta. (SHEPHERD, 2017)

É fato que a colaboração das organizações é fundamental para que cheguemos ao desenvolvimento sustentável, visto que uma parte significativa da poluição que ocasiona o efeito estufa e as ações prejudiciais ao ecossistema, decorrem dos processos de produção de tais organizações.

E embora pensem que um modelo de empresa sustentável seja mais caro, é justamente o contrário se verificado a longo prazo. Sem contar nas inúmeras medidas simples que podem ser aplicadas e farão total diferença, como a reciclagem de materiais, reuso de água em seus processos, o consumo consciente de energia, respeito à legislação ambiental ao serem realizados projetos que envolvem recursos naturais, entre tantas outras práticas diárias que alteram o resultado final da cadeia produtiva.

Ao adotar uma postura favorável ao meio ambiente e a sustentabilidade, as empresas adquirem vantagens, tanto financeiras, quanto sociais. Além de preservarem recursos naturais, acabam se posicionando melhor perante seus clientes, pois segundo um pesquisador entrevistado na revista Exame, 64% dos consumidores do mundo recorrem a empresas que realmente se importam com a sociedade e o meio ambiente. No Brasil esse número chega a 82%.

4.0 A RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS FRENTE AS POLÍTICAS AMBIENTAIS E SUSTENTÁVEIS

4.1 – O PAPEL ATUAL DAS ORGANIZAÇÕES QUANTO A CAUSAS VOLTADAS AO MEIO AMBIENTE

Quando falamos das organizações, estamos citando um todo; as empresas, associações, as entidades públicas e privadas. Essas, possuem estruturas que compõem um conjunto de procedimentos para realizarem a produção de seus serviços, muitas delas adotando nas últimas décadas práticas sustentáveis, em grande parte pela cobrança externa, mas executando-as devido a programas de gestão e responsabilidade social.

Cada vez mais a sociedade tem exigido dessas organizações um posicionamento frente a essas causas e é fato que elas devam contribuir como podem na preservação de nossos recursos, pois seus procedimentos exigem muito de nosso meio ambiente.

Entretanto, não são todas as empresas que tomam as medidas necessárias e cabíveis, sendo que algumas delas apenas o fazem por aparência, com a finalidade de gerar um bom marketing e a empresa ser vista com bons olhos. Muitas organizações não aderem as práticas sustentáveis, mas anunciam alguma mudança no intuito de ludibriar seus consumidores e até mesmo os órgãos de fiscalização do Estado.

É nesse cenário, inclusive, que muitas das organizações não governamentais (ONGs) nascem, estando a frente de questões sociais e ambientais. Tais entidades operam, muitas vezes, exatamente nas brechas deixadas pelo Estado, atuando onde acaba sendo menos presente e efetiva a atividade e fiscalização que deveria ser exercida pelas autoridades competentes. (GIL, Marcelo Freitas. Responsabilidade Social e Ambiental. UFMT. Cuiabá, 2015)

Muitas vezes, apenas com a fiscalização ou cobrança de seus consumidores é que as empresas aderem ao uso de práticas e métodos que reduzam ao máximo o impacto ambiental ao realizarem suas atividades. Vale ressaltar que, por termos um vasto setor têxtil, não só voltado ao vestuário, muitas vezes algumas dessas subdivisões por serem menos associadas à indústria da moda, acabam sendo menos cobradas ou mesmo averiguadas.

Parte considerável da matéria prima necessária para a indústria têxtil e de confecção do país é proveniente de nosso mercado interno. Após todo processo de fabricação, seja de fibras e filamentos naturais ou químicos, passam pelo processo de acabamento, ocasião em que recebem suas características específicas e em seguida são direcionados à confecção e através de cortes e costuras, se transformam em peças para vestuário.

Entretanto, nem toda produção têxtil de nosso país é utilizada em seu produto final para fabricação de roupas. Estima-se que 60% a 65% do total são para vestuário. O restante sendo

utilizado em outras áreas, estes 35% a 40%, sendo divididos entre a fabricação de artigos de cama, mesa e banho, calçados, até mesmo de produtos do setor automobilístico, moveleiro e agrário.

Diante deste cenário, fica claro que são amplos os setores que utilizam os tecidos produzidos nacionalmente. Em estudo realizado em 2017 pela consultoria especializada *WayCarbon*, foram classificados os 21 indicadores de maior relevância para a indústria têxtil e de confecção brasileira, estes servindo de base para a construção de uma ferramenta de avaliação de práticas sustentáveis nos processos industriais, o *Tex Index Brasil*.

Essa ferramenta foi dividida em três dimensões: Governança, que trata de posicionamentos estratégicos em relação a sustentabilidade, missão, visão e valores, gestão da sustentabilidade, transparência e divulgação de informações, combate à corrupção e controle da cadeia de fornecimento.

Na responsabilidade ambiental temos, gestão ambiental, da água, de efluentes, quanto a energia, gases de efeito estufa, resíduos sólidos, a reciclagem e segurança química de produtos.

Já na responsabilidade social temos pautas referentes à segurança física do produto, saúde e segurança, condições de trabalho, trabalho forçado ou análogo ao de escravo, trabalho infantil, responsabilidade social e comunidade. (O setor têxtil e de confecção e os desafios da sustentabilidade. Confederação Nacional da Indústria. Brasília, 2017).

4.2 – O AGIR DAS ORGANIZAÇÕES QUANTO AS POLÍTICAS AMBIENTAIS E SUSTENTÁVEIS

A indústria da moda em nosso país tem evoluído constantemente e, aliada a um consumo cada vez mais consciente, gerará impactos positivos ao meio ambiente. As empresas têm se preocupado cada vez mais em efetuarem produções sustentáveis, não só devido a fiscalização, mas também por estarem a frente de causas nobres como essa.

Como vimos neste trabalho, o Brasil é um dos países engajados no modelo de desenvolvimento sustentável adotado na Agenda 21 e são de fato muito importantes as políticas públicas e até mesmo a cobrança das mídias e dos consumidores, pois cada vez mais as indústrias irão se sentir obrigadas a agir.

Em nosso país a empresa Minas Fabril Comércio e Serviços têxteis Ltda, localizada na cidade de Contagem, Minas Gerais, efetua reciclagem têxtil desde 1998, aliando uma produção de qualidade à sustentabilidade. Atua no ramo de distribuição para o comércio atacadista e varejista de produtos têxteis para serviços de lavanderia industrial, produção de estopa para polimento e limpeza, flanelas, coadores de café, fiação, tecelagem de malharia e tantos outros serviços. Podemos destacar a reciclagem de tecidos, transformando sucatas de roupas e uniformes inutilizados em novos produtos têxteis.

A empresa brasileira E-Text também é ecologicamente responsável, pesquisando, desenvolvendo e produzindo tecidos 100% reciclados, de alta qualidade, feitos a partir de resíduos da própria indústria têxtil e de garrafas PET descartadas. A ideia nasceu na Europa, com um jovem italiano que veio para o Brasil usando uma peça de roupa desenvolvida por ele mesmo através de tecidos reaproveitados, dando origem à essência da marca, que surgiu antes mesmo de seu nascimento. (Práticas de reciclagem de resíduos têxteis: uma contribuição para a gestão ambiental no Brasil. Competência. Porto Alegre, 2014)

Em junho de 2022, um projeto que levou 10 anos de estudo foi implantado na cidade de Londrina/PR. Pesquisadores da Universidade Estadual de Londrina (UEL) criaram um modelo de negócio socioambiental, denominado BRT, Banco de Resíduos Têxteis, que tem por finalidade a revalorização de resíduos têxteis pós-industrial e pós-consumo. O projeto, que é pioneiro no país, visa a destinação correta para oito mil toneladas de resíduos descartados a cada ano no aterro da cidade.

A pesquisadora e coordenadora do projeto, Suzana Barreto Martins, citou em entrevista ao Jornal Folha de Londrina que o setor de vestuário ocupa o segundo lugar quando se trata de impacto ambiental no planeta e, infelizmente, o setor têxtil não está incluso na política nacional de resíduos sólidos. O projeto BRT tem como objetivo tratar a logística reversa desses materiais.

Os tecidos podem ser descartados em dez pontos de coleta espalhados pela cidade de Londrina/PR. Estes, ao chegarem a Cooper Região (Cooperativa de Catadores de Materiais Recicláveis e Resíduos Sólidos da Região Metropolitana de Londrina) são desfibrados em um maquinário para que se torne novamente fio e volte à cadeia produtiva, sendo agregado a ele novo valor e destino.

As sacolas e embalagens plásticas são muito utilizadas pelos consumidores no ramo do vestuário, além de fazerem parte de nosso dia a dia. Apesar de sua praticidade, acabam sendo um dos itens mais prejudiciais ao meio ambiente. Estima-se que um bilhão e meio de sacolas

plásticas são consumidas no mundo por dia, sendo descartadas na maior parte das vezes, de maneira incorreta, após um único uso.

Ocorre que as sacolas plásticas possuem um alto custo ambiental, visto que para serem produzidas necessitam de petróleo ou gás natural, ambos recursos finitos. Além do fato de que a decomposição desse item pode levar cerca de 450 anos se descartado de forma incorreta.

Frente a isso, algumas cidades têm tomado medidas para que o uso das sacolas plásticas possa diminuir ao máximo. A cidade de Belo Horizonte/MG foi a primeira delas a proibir a distribuição deste tipo de sacolas. A Lei Municipal 9.529/2008 obriga a substituição das sacolas e embalagens plásticas por ecológicas.

Já na cidade de São Paulo, um projeto aprovado em 2011 acabou sendo regulamentado apenas em 2015 devido a questões judiciais, estando hoje em vigor a Lei Municipal 15.374/2011, que proíbe a venda ou distribuição gratuita de sacolas plásticas nos estabelecimentos comerciais da capital. Dados da prefeitura mostram uma redução de 70% das sacolas tradicionais, as quais foram substituídas por sacolas verdes, para itens recicláveis e cinzas, para descarte dos demais resíduos, inclusive, orgânicos.

A marca brasileira de jeans chamada Feranda, fundada no ano de 1970 pelo casal Álvaro Fernando Varanda, comerciante e a costureira Iza Fernandes, hoje em dia é uma das indústrias pioneiras na utilização de produtos biodegradáveis, com a finalidade de reduzir o uso de produtos químicos perigosos.

Em 2014, após os fundadores da marca falecerem, a filha do casal, Alessandra Varanda, tomou a frente do negócio, passando a administrar a empresa fundadora, sediada no Rio de Janeiro e a de Minas Gerais, localizada na cidade de Bicas, cidade natal de Álvaro.

É fato que o jeans acaba sendo um dos maiores poluentes e consumidores de água quando falamos em termos de produção e Alessandra, ainda quando pequena, observou o quanto a cor do rio que estava no percurso até a fábrica dos pais alterava sua cor, o que até então achava lindo. Após alguns anos, ao tomar consciência de que ocorria essa diferença no tom da água em decorrência dos métodos tradicionais de coloração e lavagem, decidiu juntamente a seu pai, ainda vivo à época, fazer algumas mudanças nos processos de produção.

Grande parte do lucro da empresa foi utilizado para transformá-la no que é hoje, Alessandra administrando sua própria mina, fazendo tratamento e reutilização de água. A empresa foi a primeira no estado do Rio de Janeiro a utilizar produtos biodegradáveis, sendo

uma das pioneiras a utilizar a lavagem a seco, com ozônio, em quase toda a produção. Anteriormente, o método utilizado para tirar a cor do denim e estoná-lo, era um dos procedimentos que mais consumia água. (CARVALHAL, André. *Moda com propósito*. 333 e 334. São Paulo. Paralela, 2016).

Cada vez mais as máquinas têm substituído a mão de obra humana por linhas de produção automatizadas e com todo avanço tecnológico, logo veremos máquinas e robôs assumindo grande parte dos processos de produção das indústrias. Há pesquisas que apontam que 75% da mão de obra de tudo que é produzido hoje no mundo, já poderia ser substituída por processos automatizados e é fato que logo teremos robôs que cortam os tecidos, modelam, costuram e separam.

Apesar do provável desemprego gerado, possivelmente essa substituição pode resultar no fim do trabalho análogo ao de escavo. Com o uso cada vez maior das novas tecnologias na criação dessas máquinas, possivelmente teremos a redução de custos de produção, consumo de energia e impactos ambientais.

Hoje um exemplo dessa benesse é a máquina desenvolvida pela Shima-seiki, que transforma a linha ou fio em um produto pronto sem qualquer tipo de costura. Existe também a iniciativa israelense denominada Tamar Gilo, fundadora da Tamicare, que desenvolveu um sistema de impressão 3D automatizado para fabricar o Cosyflex, que é um tecido elástico e biodegradável.

O *designer* Kovács Apór criou a quase dez anos, em 2014, uma impressora de roupas como utensílio doméstico, que foi batizada como PETE. A ideia consiste na junção do conceito de impressora 3D e reciclagem, para idealizar uma impressora de roupas em que sua matéria prima é a reciclagem de garrafas PET.

Outro projeto criado no mesmo ano, por Karolin Kõrge, é o chamado Guarda Roupas Zero *Waste*, que faz com que seja possível acompanhar as últimas tendências da moda sem gerar resíduo algum. A impressora faz basicamente um *upcycling* de roupas que não estão mais sendo utilizadas e as transforma em matéria prima para que novas peças sejam impressas.

Nesse mesmo seguimento temos a criação de Kodjo Afate Gnikou, que desenvolveu uma impressora 3D através do *upcycling* de entulho eletrônico, computadores, impressoras e scanners recolhidos de um depósito de lixo. Essa invenção garantiu ao jovem um prêmio de

inovação dado pela NASA. (CARVALHAL, André. *Moda com propósito*. 352 e 353. São Paulo. Paralela, 2016).

A Global Organic Textile Standard (GOTS) tem certificado uma única fábrica americana de moda sustentável, a MetaWear, que fica em Fairfax, nos Estados Unidos. Cas Shiver, um dos fundadores, tinha como propósito a produção de roupas que fossem cortadas, costuradas, tingidas e estampadas em uma mesma fábrica, não apenas focada no lucro, mas também em pessoas, no planeta, na paixão e em um propósito.

A fábrica de roupas e serigrafia, além de ser alimentada por energia solar e geotérmica, atua de forma ética na produção têxtil, possuindo certificado de comércio justo, utilizando algodão orgânico em suas fabricações e quanto aos produtos serigráficos, estes são feitos à base de algas, não contendo nenhum produto químico prejudicial em sua composição. (CARVALHAL, André. *Moda com propósito*. 329 e 330. São Paulo. Paralela, 2016).

4.3 – O FUTURO VOLTADO AO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

De modo otimista esperamos que, num futuro breve, as indústrias como um todo, não somente as têxteis e de confecção, como abordadas neste trabalho, tenham políticas ambientais implantadas em todos seus processos de produção. Mas para que isso seja uma realidade, não só pequenas mudanças devem ocorrer. A legislação deve ser aprimorada em favor do desenvolvimento sustentável e ecologicamente correto, o que deve vir acompanhado de fiscalizações constantes e eficazes.

A mudança de mentalidade que vem ocorrendo nas últimas décadas quando falamos de sustentabilidade é de fato louvável, mas ainda temos muito o que caminhar. Há muito o que expor e trazer ao público para que cada vez mais as organizações se posicionem a favor de práticas de produção ambientalmente sustentáveis.

Da mesma forma como na história de vida de Alessandra, da empresa Feranda, que ainda quando criança admirava o rio que via cada dia de uma tonalidade. Quando cresceu, ao tomar consciência do motivo pela qual ocorria isso, pesquisou, investiu e fez as mudanças necessárias para que a indústria de sua família não continuasse agredindo esse ecossistema tão ameaçado em nosso planeta.

É fato que se por trás das grandes indústrias não tivermos um representante que esteja preocupado com seu desenvolvimento pessoal e o quanto suas atitudes refletem nas mais diversas vidas que habitam nosso planeta, talvez não haja o que se falar em evolução da indústria da moda. Sem mudança de mentalidade e de comportamento, buscando evolução e menos desperdícios, não há que se falar em produção socialmente responsável sem agressão ao meio ambiente.

As customizações e personalizações de peças são, sem dúvida, parte importante dessa caminhada em busca do não desperdício, quando pensamos no sistema de oferta e demanda. Se não consumirmos de forma desenfreada da indústria, não há por que produzirem em larga escala. O *upcycling* e o *slow fashion*, com certeza, são medidas eficientes que trarão benefícios quando focados na sustentabilidade, na produção sob demanda e economia de matéria prima.

O foco em reutilizar aquilo que já foi produzido, adquirido ou que não tem utilidade e pode passar a ter, viabiliza de forma inteligente a mudança de cultura quando pensamos em quantidade, qualidade e preço. Esse sistema somente será cada vez mais adotado, se essa ideia for amplamente difundida.

Grande parte do que é fabricado na indústria têxtil e de confecção se inicia através de um fio ou de tecidos e estes acabam sendo uma das matérias que mais geram impacto no planeta. Conseqüentemente, uma das que mais precisa se reinventar. Por esse motivo que tantas organizações passaram a investir em tecidos e materiais que possuam impacto ambiental reduzido ou, até mesmo, aqueles que foram criados de tecnologias sustentáveis.

Cada vez mais a ciência e a moda têm se unido e, como consequência disso, surgiram alternativas inovadoras. Um exemplo disso é a invenção do designer espanhol Manel Torres, com colaboração do Imperial College e do Royal College of Art, de Londres. O produto desenvolvido, que foi nomeado como Fabrican, nada mais é do que um tecido líquido armazenado em uma lata de spray, que em contato com o corpo se solidifica em quinze minutos, não perdendo sua maleabilidade após esse período.

Temos ainda a empresa japonesa Spider, que realizou um projeto com dez cientistas, durante mais de dez anos, para criar uma fibra de seda de aranha artificial, a qual é cinco vezes mais forte que um fio de aço e mais flexível que o náilon. Em 2015 foi apresentado o primeiro casaco utilizando essa invenção, parceria entre a marca Moon Parka e a North Face.

Outra fibra inovadora que seu produto final é parecido com seda e náilon foi criada por Dolores Piscotta, feita a partir do leite desnatado, não contendo corante, sendo rica em aminoácidos e tendo maior aderência a pele, tão confortável e elegante quanto a própria seda.

A fundadora da consultoria BioCouture, Suzanne Lee, que estuda o cultivo de materiais a partir de organismos vivos, desenvolveu uma base semelhante ao couro. Porém, este é um produto de origem vegetal. Através da mistura de chá verde, água, vinagre e kombucha, após fermentadas, as bactérias se multiplicam e aumentam seu tamanho, formando-se uma película pastosa, possível de ser moldada no próprio manequim e até tingida.

Em nosso país, temos como referência em inovação na indústria química a empresa do Grupo Solvay, a Rhodia, que está presente no Brasil desde 1919, tratando-se de empresa engajada em promover o desenvolvimento sustentável. Foram eles que patentearam o primeiro fio de poliamida biodegradável do mundo, o Amni Soul Eco, que se desintegra em 50% em pouco mais de um ano em contato com a terra, levando cerca de três anos para desaparecer completamente.

O lançamento inédito dessa tecnologia nacional ocorreu durante a São Paulo Fashion Week, em abril de 2014, na passarela de Ronaldo Fraga. As malhas foram feitas pela parceira de longa data da Rhodia, a Santaconstancia, a mais tradicional tecelagem brasileira, que transforma o fio cru em tecido acabado, tingido e estampado, se preocupando com a seleção de sua matéria prima e os processos de criação.

A Santaconstancia trabalha com o conceito CO2 control, oferecendo tecidos, malhas e serviços voltados ao meio ambiente, desenvolvidos em colaboração com seus fornecedores e clientes. Além da inovação já citada, a empresa possui uma fibra de poliéster compostável, o Apexa da DuPont, parceria com a empresa japonesa Ichimura Sangyo, tecnologia que sob condições adequadas, transforma resíduos em adubo. Também possui uma fibra celulósica Micromodal e Tencel, reconhecida por certificações ambientais, da empresa Lenzing, que extrai a fibra de árvores reflorestadas, em ciclo fechado e com programa carbono zero.

O Instituto E, empresa sediada no Rio de Janeiro, empenhado em transformar o Brasil em modelo de desenvolvimento humano sustentável, tem um projeto que identifica matérias primas sustentáveis, com foco na indústria têxtil e de confecções. Analisam a origem, impacto do processo produtivo, preservação da diversidade e relação com os produtores, incluindo ao sistema tecidos de algodão orgânico, lã e seda ecológicos, malhas PET recicladas, dentre outros. (CARVALHAL, André. *Moda com propósito*. 313 a 316. São Paulo. Paralela, 2016).

Algumas dessas inovações da indústria têxtil, com foco na sustentabilidade, são os tecidos Crailar, fibra de linho que reduz de forma drástica o uso de produtos químicos e água; o Qmilk, fibra natural derivada da proteína do leite coalhado, 100% renovável; EcoCircle, tecido feito de PET a base de plantas; o tecido de soja, que é sustentável e 100% biodegradável. São essas e tantas outras inovações que a indústria pode aderir e de pronto mudar sua cadeia de produção. (CARVALHAL, André. *Moda com propósito*. 312. São Paulo. Paralela, 2016).

A variedade de tecidos inovadores incluídos no mercado nos últimos anos é, de fato, louvável, sendo de extrema importância essa evolução, já que é através do fio que nascem as peças.

A mudança de mentalidade e um novo agir das organizações, voltando-se ao desenvolvimento sustentável, não gerará benefícios apenas ao meio ambiente, mas também a elas mesmas. A queima de combustíveis fósseis, que é uma das principais causas do efeito estufa, acaba sendo boa parte da energia utilizada dentro de uma empresa. Alterado esse processo, a diferença será nítida. Os resíduos sólidos gerados durante os processos de produção, como pedaços de fios, tecidos e até mesmo papel, podem ser transformados, evitando desperdício e gerando economia de materiais. (CARVALHAL, André. *Moda com propósito*. 208. São Paulo. Paralela, 2016).

Fica evidente o potencial transformador que a moda e a sustentabilidade unidas possuem, principalmente, se forem aplicadas medidas nas mais diversas cadeias de produção, tendo como incentivo os resultados a longo prazo. Os instrumentos jurídicos no *fashion law*, assim como em todo direito, precisam trabalhar de maneira conjunta para que haja eficiente mudança dentro das organizações. A evolução das sociedades cresce com a esperançosa ideia de que a tutela ambiental, num futuro próximo, pode ser realmente efetiva.

O direito ambiental e o direito da moda, em harmonia, possuem muitos dispositivos legais para proteção dos nossos ecossistemas. A regulamentação das indústrias e os conflitos da sociedade atual necessitam ser combatidos com racionalidade. As fiscalizações acabam sendo uma das medidas mais eficientes para mudanças visíveis, funcionando como estímulo ou pressão para que os agentes econômicos transformem a cadeia produtiva gradativamente.

5. CONCLUSÃO

Conforme discutido neste trabalho, não só o ordenamento jurídico é um meio de prevenção à degradação do meio ambiente. Há iniciativas e medidas que se tomadas, mudarão toda uma estrutura. Indivíduos com propósito, dispostos a mudarem a cadeia de produção, se utilizando de meios inovadores fazem a diferença no mercado em que atuam. Esses projetos deveriam ter maior visibilidade, não só para enaltecê-los, mas para despertar iniciativas semelhantes nas mais variadas empresas da área.

Nossas leis buscam a preservação dos ecossistemas, mas, infelizmente, não há uma fiscalização ativa do Estado nesse sentido, principalmente, se pensarmos na demanda, visto que o Brasil é um país de grande território e rico em produção. E é por esse motivo que se faz necessária uma mudança de mentalidade, nos consumidores e naqueles que estão à frente das produções.

Por ser uma indústria multibilionária, de grande influência, há um certo receio em mudanças e as vezes até comodismo, pois, se ela fatura mais que o esperado, por que inovar? O fato é que a indústria da moda não tem relevância apenas economicamente, mas foi citado também neste trabalho sua importância cultural, social e para o meio ambiente.

Ocorre que a moda, desde seu início, trouxe com ela estereótipos e foi utilizada, até mesmo como uma forma de autoafirmação, de exibição de poder, de frisar uma hierarquia. E isso se reflete até os dias atuais, por esse motivo acaba ocorrendo um processo tão cauteloso em direção a inovação.

Esta nova onda de consumo consciente, o nascimento do *slow fashion*, o crescimento do *upcycling* e tudo que relaciona a moda com questões sustentáveis, acaba sendo um marco histórico e isso, claro, demanda tempo. Estamos construindo essa nova cultura social e a ideologia de que estar estiloso, estar na moda, pode estar unido ao ecológico.

E friso aqui que toda a estrutura precisa mudar, por isso é tão citada a indústria da moda e de confecção, mas também é preciso estar atento ao consumidor. Todos os projetos de inovação que vemos em curso, possuem um só objetivo, que é o desenvolvimento sustentável. Se as organizações se comprometerem nessa busca por maior respeito ao planeta e aos atuais e futuros habitantes dele, teremos um bom caminho percorrido.

Neste sentido, nós consumidores, também precisamos atuar de forma positiva quando nos dispomos a consumir, optando por produtos que respeitem o meio ambiente e tenham sido produzidos de forma socialmente responsável.

Nesse momento, todas as organizações que junto de seus consumidores têm buscado o desenvolvimento sustentável, estão caminhando para uma grande evolução e mudança em nossa indústria, em termos mundiais, principalmente no que diz respeito à cultura do consumo e os costumes a ela vinculados.

6. REFERÊNCIAS

POLLINI, Denise. **Breve História da Moda**, 211.

GUMBRICH, Hans Ulrich. **A Dialética das Passarelas**. 6.

PITTA, Denise. **Sobre as Leis Suntuárias na história**. Disponível em: <https://fashionbubbles.com/historia-da-moda/sobre-as-leis-suntuarias-na-historia//amp/>.

Acesso em: mai. 2023.

Historicismo na Moda: Século XVIII e Século XIX. Disponível em <https://modahistorica.blogspot.com/2013/08/historicismo-na-moda-seculo-xviii-e.html>.

Acesso em: mar. 2023.

<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/eco92.htm#:~:text=Foi%20nesse%20contexto%20que%20a,também%20de%20Conferência%20de%20Estocolmo>. Acesso em: mar. 2023.

12 lojas e marcas slow fashion para conhecer. Disponível em: <https://papelsemente.com.br/blog/marcas-slow-fashion/>. Acesso em: mar. 2023.

SUZUKI, Izabela. **Marcas de luxo e moda sustentável: saiba todas as mudanças que as grifes estão apostando**. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/marcas-de-luxo-e-moda-sustentavel-saiba-todas-as-mudancas-que-as-grifes-estao-apostando/>. Acesso em: mar.2023.

ROSINA, Mônica Stefane Guise; DEQUECH, Nady. **Fashion Law: direito e a moda no Brasil**. São Paulo. Revista dos Tribunais, 2018.

Sindicato Nacional dos Auditores Fiscais do Trabalho. **Trabalho escravo na indústria da moda em São Paulo**. SINAIT, 17. Brasília. 2021.

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Diário Oficial da União, Brasília. Art. 225. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: mai. 2023.

Meio ambiente e sustentabilidade. Campina Grande. Amplla, 2021.

O setor têxtil e de confecção e os desafios da sustentabilidade. Confederação Nacional da Indústria. Brasília, 2017.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**. São Paulo. Paralela, 2016.

PAVIA, Isabel. **Fast fashion: como a moda pode ameaçar o meio ambiente?** <https://exame.com/negocios/fast-fashion-moda-ameacar-meio-ambiente/#>. Acesso em: jun. 2023.

SANTOS, Felipe Augusto; DAVID, Gabriele Cristina. **O preço da exclusividade: Quando a moda ultrapassa os limites socioambientais.**

MORAIS, Maria José. **Responsabilidade social nos negócios.**

FURNIEL, Igor. **ISSO 14001 – Sistema de gestão ambiental.** Disponível em: <https://certificacaoiso.com.br/iso-14001-2/>. Acesso em: jun. 2023.

Meio ambiente e sustentabilidade: como as empresas podem ajudar. Disponível em: <https://ambscience.com/meio-ambiente-e-sustentabilidade-2/>. Acesso em: jul. 2023.

GIL, Marcelo Freitas. **Responsabilidade Social e Ambiental.** UFMT. Cuiabá, 2015.

O setor têxtil e de confecção e os desafios da sustentabilidade. Confederação Nacional da Indústria. Brasília, 2017

ORIKASA, Micaela. **Londrina ganha banco de resíduos têxteis com projeto pioneiro no país.** Disponível em: https://www.folhadelondrina.com.br/cidades/londrina-ganha-banco-de-residuos-texteis-com-projeto-pioneiro-no-pais-3206541e.html?_amp Acessos em: jul. 2023.

Soluções sustentáveis do projeto: banco de resíduos têxteis. Disponível em: <https://instagram.com/brt.bancoderesiduostexteis?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>. Acesso em: jul. 2023.

LIMA, Paola. **Sacola plástica é uma das maiores vilãs do meio ambiente.** Disponível em <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/04/19/sacola-plastica-e-uma-das-maiores-vilas-do-meio-ambiente>. Acesso em: jul. 2023.