

## A RELAÇÃO ENTRE MODA E SUSTENTABILIDADE: UMA COMBINAÇÃO POSSÍVEL?<sup>1</sup>

Taline Vogel<sup>2</sup>

Priscila Vaduga Dinarte<sup>3</sup>

**SUMÁRIO:** Introdução; 1 Critérios de Sustentabilidade frente ao consumo e produção sustentável; 2 Regulamentação da Moda no Brasil como produtora consciente e análise de marcas sustentáveis; Considerações Finais; Referências.

**RESUMO:** A presente pesquisa tem por objetivo analisar a relação de consumo e produção de moda com o conceito de sustentabilidade, avaliando produtos e processos na indústria Brasileira que se preocupam com essa questão. Tal verificação se faz necessária visando um menor consumo de energia ou matéria-prima ao longo do processo produtivo, e no descarte de resíduos e tempo de vida útil do produto, ou mesmo com a conscientização por parte dos consumidores. Assim, é possível construir uma relação de produção e consumo consciente e sustentável na indústria da moda? Dessa forma, foi utilizado o método de abordagem dedutivo e o método de procedimento monográfico sendo que, em primeiro momento o trabalho partirá de uma abordagem geral da relação da Indústria da moda e sustentabilidade, como contexto histórico, padrões e responsabilidade socioambientais e legislação ambiental, por fim como prática diante de ISO na produção e consumo de produtos de moda nas indústrias brasileiras, diante da aplicação do tema das marcas definidas a fim de obter semelhanças e diferenças ao analisar a produção de seus bens de forma sustentável. Por fim, através da pesquisa conclui-se que é possível realizar a produção de moda sustentável através da responsabilidade social e demais critérios e legislações ambientais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sustentabilidade. Moda. Direito Ambiental. Indústria Brasileira. Responsabilidade Socioambiental.

**ABSTRACT:** The present research aims to analyze the relationship between consumption and fashion production with the concept of sustainability, evaluating products and processes in the Brazilian industry that are concerned with this issue. Such verification is necessary in order to reduce consumption of energy or raw material throughout the production process, waste disposal and shelf life, or even consumer awareness. So, is it possible to build a conscious and sustainable production and consumption relationship in the fashion industry? In this way, the deductive approach method and the monographic procedure method were used. In the first stage, the work will start from a general approach of the relationship between the fashion industry and sustainability, such as historical context, social and environmental standards and responsibility and environmental legislation, Finally, as an ISO practice in the production and consumption of fashion products in Brazilian industries, in view of the application of the theme of defined brands in order to obtain similarities and differences when analyzing the production of their goods sustainable manner. Finally, through the research it is concluded that it is possible to achieve sustainable fashion production through social responsibility and other environmental criteria and legislations

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado como requisito parcial para aprovação na disciplina Trabalho Final de Graduação II do Curso de Direito da Antonio Meneghetti Faculdade – AMF.

<sup>2</sup> Aluna de graduação em Direito na AMF. E-mail: talinevogel@gmail.com.

<sup>3</sup> Professora da Antonio Meneghetti Faculdade. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Direitos emergentes na Sociedade Global da Universidade Federal de Santa Maria, ênfase em Direitos na sociedade em Rede. Integrante do Núcleo de Direito Informacional (NUDI) - UFSM, coordenado pela Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rosane Leal da Silva. E-mail: prisciladinarte@gmail.com.

**KEY WORDS:** Sustainability. Fashion. Environmental Law. Brazilian industry. Social and Environmental Responsibility.

## INTRODUÇÃO

As questões ambientais estão sendo cada vez mais discutidas na sociedade, porém, tal tema ainda é pouco aplicado corretamente e não há evolução positiva, contínua e atual na legislação brasileira. Em vista disto, faz-se necessária a realização de um estudo aprofundado capaz de mapear as questões ligadas à sustentabilidade que são adotadas nas indústrias brasileiras<sup>4</sup>, a fim de verificar a relação de produção e consumo da indústria da moda, analisando a maneira como a legislação a regula e a incentiva, bem como as consequências sociais e ambientais vinculadas ao tema.

A indústria da moda no país e no mundo é de grande movimento econômico, considerada uma das que mais gera empregos e a terceira atividade econômica em termos de geração de renda e movimentações financeira. Com conceitos como *fast fashion*<sup>5</sup> e a grande evolução do mercado da moda nos últimos anos, os impactos ambientais estão cada vez mais presentes e assim como as problemáticas existe também a resposta positiva da indústria, o que necessita ser discutido para definir o sistema de produção na busca por produtos e processos com cunho mais sustentável, assim como a conscientização provinda do consumidor.

Do exposto, constata-se a relevância em estudar a relação do direito ambiental e da moda sustentável, pois apesar da auto regulação do mercado, ainda se faz necessária a participação do estado como regulador legislativo, dessa forma o direito ambiental se coloca como mediador da relação de produção e consumo, o presente trabalho busca a possibilidade, conforme o cenário atual brasileiro, da existência de um direito ambiental como partícipe ativo na indústria da moda, definindo-a através do tripé da sustentabilidade: o social, econômico e ecológico, que devem interagir, de forma

---

<sup>4</sup> As empresas definidas para esse estudo foram a Malwee e a C&A.

<sup>5</sup> O *fast fashion* é um sistema que cresce em faturamento e prestígio graças à velocidade com que consegue responder aos anseios de um público mais exigente que no passado, habituado às compras por impulso, acostumado às constantes mudanças sociais e preocupado em satisfazer suas necessidades individuais de consumo e prazer.

holística, para satisfazer o conceito. Sem estes três pilares a sustentabilidade não se sustenta.<sup>6</sup>

Faz-se de extrema importância o regulamento e a fiscalização diante do direito ambiental com desenvolvimento da indústria conjunta, visando a preservação do ecossistema. Diante disto, pergunta-se: É possível construir uma relação de produção e consumo consciente e sustentável na indústria da moda? Para responder a esta problemática, a pesquisa foi elaborada valendo-se do método de abordagem dedutivo, tendo em vista que parte da relação da Indústria da moda e sustentabilidade, analisando, através de um estudo de caso das marcas definidas e assim a aplicação do ISO na produção industrial de moda. Aliado a esse referencial metodológico, o presente estudo utilizou o método de procedimento monográfico, considerando que foi realizado estudo dos casos das empresas com o objetivo de analisar a forma sustentável de produção de bens. Somado a estes, também foi utilizada a técnica de estudo de caso, quando da reunião de escritos de autores sobre os temas abordados no trabalho.

## **1. CRITÉRIOS DE SUSTENTABILIDADE FRENTE AO CONSUMO E PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL**

Ao analisar a produção ideal da indústria da moda, em primeiro lugar deve-se levar em conta o conceito de sustentabilidade, para que na produção de bens exista uma forma de consciência social que determine que o trabalho humano preserve a dignidade de sua própria natureza e do seu meio ambiente, não somente para sua geração como também para as gerações futuras.

A respeito do conceito de sustentabilidade Andrade e Silveira<sup>7</sup> referiram que:

A concepção de sustentabilidade está associada à qualidade do que é sustentável, que por sua vez está associado com a possibilidade de uma determinada atividade humana prosseguir por um tempo indeterminado, portanto sustentabilidade e sustentável estão vinculadas à possibilidade de continuidade das atividades humanas ao longo de um tempo que transcende gerações e gerações. Na gênese desta concepção está também a impossibilidade de estabelecer garantias de que a sustentabilidade vai se manifestar na prática, isto porque a longo prazo ou na medida do tempo indeterminado, muitos fatores são desconhecidos e imprevisíveis, sobretudo considerando também a persistência

---

<sup>6</sup>LASSU. **Pilares da Sustentabilidade**. Disponível em <<http://www.lassu.usp.br/sustentabilidade/pilares-da-sustentabilidade/>> Acesso em 10 dez. 2018.

<sup>7</sup>ANDRADE, Fernando Darly; SILVEIRA José Henrique Porto. **Sustentabilidade e Responsabilidade Social**. Belo Horizonte: Poisson, 2017.

de um modelo econômico muito focado na produção e no consumo, ainda sem considerar limites.

A conceituação de sustentabilidade é de suma importância pois além de apresentar a continuidade de certa atividade através do tempo, também demonstra os danos da não consciência ambiental em questões de produção e consumo como impossibilidade de certas atividades em transcender gerações.

Da mesma forma ao analisar a continuidade dos aspectos econômicos, culturais e ambientais Silva<sup>8</sup> define:

É o processo político, participativo que integra a sustentabilidade econômica, ambiental, espacial, social e cultural, sejam elas coletivas ou individuais, tendo em vista o alcance e a manutenção da qualidade de vida, seja nos momentos de disponibilização de recursos, seja nos períodos de escassez, tendo como perspectivas a cooperação e a solidariedade entre os povos e as gerações.

A Constituição Federal de 1988<sup>9</sup> possui capítulo específico sobre a matéria, o qual consagra direitos relativos ao meio ambiente, bem como sua proteção, em seu artigo 225, que tem a seguinte redação:

**Art. 225.** Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente 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.

Dessa forma, diante da proteção constitucional ao meio ambiente, Fiorillo<sup>10</sup> referiu que:

A Constituição Federal de 1988 consagrou de forma nova e importante a existência de um bem que não possui características de bem público e, muito menos, privado, voltado à realidade do século XXI, das sociedades de massa, caracterizada por um crescimento desordenado e brutal adiantamento tecnológico.

O princípio de desenvolvimento sustentável, tem como objetivo conciliar a proteção do meio ambiente com o desenvolvimento socioeconômico para a melhoria da

---

<sup>8</sup>SILVA, Christian Luiz da. **Desenvolvimento sustentável:** um modelo analítico, integrado e adaptativo. Petrópolis: Vozes, 2006.

<sup>9</sup>BRASIL. **CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988.** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm). Acesso em: 18 ago. 2018.

<sup>10</sup>FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro.** São Paulo: Saraiva, 2011. p. 62.

qualidade de vida do homem, sem que haja comprometimento das futuras gerações. Diante disso, Sirvinkas<sup>11</sup> enfatiza que:

Há quem entenda que a dicotomia desenvolvimento/preservação ambiental está superada. Precisa-se, segundo estes críticos, conciliar sustentabilidade com tecnologia, em benefício do meio ambiente. Toda decisão (seja ela política, econômica ou social) deverá ter um viés ambiental. A questão ambiental deve ser parte integrante da decisão econômica, também tratado por alguns doutrinadores de princípio da ubiquidade, ou seja, o viés ambiental deve estar presente em todas as decisões humanas impactantes.

De mesmo modo acrescenta-se que a defesa do meio ambiente está relacionada com o desenvolvimento sustentável atrelado a preservação dos recursos naturais para as gerações futuras, configurando um interesse intergeracional<sup>12</sup>, pois não está vinculado apenas ao interesse da geração atual. Nesse sentido Benjamin<sup>13</sup> aponta:

Pelo ponto de vista da geração atual, proteger uma determinada espécie ameaçada de extinção pode não valer a pena, diante de eventuais sacrifícios, principalmente econômicos exigidos. Mas se incorporamos o futuro – o desejo de deixar como herança tal espécie para as gerações que nos sucederão – a decisão em favor da preservação ganha muito mais força e legitimidade.

Configura-se assim um fenômeno contemporâneo que tem como objetivo crescer e desenvolver, de acordo com os anseios da sociedade, porém sem comprometer o futuro do planeta. No que se refere as dimensões da sustentabilidade Cavalcanti<sup>14</sup> explana que “nenhuma sociedade desenvolvida pode produzir à custa da degradação ambiental e do comprometimento das gerações futuras.” Porém diante da globalização e da produção em grandes escalas, critérios sustentáveis nem sempre são priorizados.

Exige-se uma transformação contributiva ao bem-estar global, através de práticas co-reutilização, reciclagem e reaproveitamento, que incorporem alternativas capazes de amenizar impactos no meio ambiente, segundo Manzini<sup>15</sup>:

As atividades humanas não devem interferir nos ciclos naturais em que se baseiam tudo o que a resiliência do planeta permite e, ao mesmo tempo, não

---

<sup>11</sup>SIRVINKAS, Luís Paulo. **Manual de direito ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2011.

<sup>12</sup> Equidade intergeracional significa a exigência de que cada geração legue à seguinte um nível de qualidade ambiental igual ao que recebeu da geração anterior.

<sup>13</sup>Objetivos do Direito ambiental. Lusfada: Revista de Ciência e Cultura, Actas do I Congresso Internacional de Direito do Ambiente. Porto, p. 24,1996. Número especial. (Série Direito).

<sup>14</sup>CAVALCANTI, Marly. **Gestão social, estratégias e parcerias: redescobrimo a essência da administração brasileira de comunidades para o terceiro setor**. São Paulo: Saraiva. 2008. 319.

<sup>15</sup>MANZINI, Ezio. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis/ Ezio Manzini, Carlo Vezzoli; tradução de Astrid de Carvalho.**- 1 ed.3. reipr.- São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

devem empobrecer seu capital natural, que será transmitida às gerações futuras.

Além disso vale ressaltar que diante da evolução da sociedade, critérios sustentáveis são determinantes como panoramas de desenvolvimento, assim como definem Manzini e Vezzoli<sup>16</sup>:

Nos próximos decênios, deveremos ser capazes de passar de uma sociedade em que o bem estar e a saúde econômica, que hoje são medidos em termos de crescimento da população e do consumo de matéria-prima, para uma sociedade que seja possível viver melhor consumindo (muito) menos e desenvolver a economia reduzindo a produção de produtos materiais. [...] É certo, porém, que deverá verificar-se uma descontinuidade que atingirá todas as dimensões do sistema: A dimensão física (os fluxos de matéria e energia), mas também a econômica e institucional (as relações entre os atores sociais), além da dimensão ética, estética e cultural (os critérios de valor e os juízos de qualidade que socialmente legitimam o sistema).

Conforme os avanços tecnológicos e as transformações no planeta, se faz necessária a conscientização ecológica, cuja prática constitui desafio para toda a sociedade, procura assim mecanismos a serem utilizados na execução para obtê-la. Nesse sentido, na visão de Freitas<sup>17</sup>, tem-se que:

As gerações presentes e futuras têm o direito fundamental ao meio ambiente limpo e à vida digna e frutífera (direito oponível ao Estado e nas relações horizontais ou privadas), sem condescendência com a degradação de qualquer tipo. Vida digna, não apenas material, mas coexistência fecunda e, o mais possível, isenta dos males oriundos das corrupções típicas da insaciabilidade, que prefere primeiro crescer e, só no futuro distante, mitigar ou compensar.

Porém, apesar do termo sustentabilidade fazer parte dos discursos empresariais, a prática nem sempre é vigente, para que esta aconteça é necessário o respeito aos pilares ambiental, social e econômico, no entanto o termo é utilizado de forma publicitaria sem a real aplicabilidade do mesmo. Assim Veiga<sup>18</sup> explana que:

[...] porém talvez seja isso um problema. O termo se mostra flexível, difuso, vago e impreciso. Funciona a contento como uma ferramenta do marketing ou mesmo uma estratégia mercadológica que se relaciona muito bem com a

---

<sup>16</sup>MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos Sustentáveis**. São Paulo, EDUSP, 2011.

<sup>17</sup>FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. 3. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2016.

<sup>18</sup>ARNT, R. (Org.). **O que os economistas pensam sobre sustentabilidade: entrevistas de Antônio Delfim Netto, André Lara Resende, Edmar Bacha, Eduardo Giannetti, Luciano Coutinho, Gustavo Franco, José Roberto Mendonça de Barros, José Eli da Veiga, Luiz Gonzaga Belluzzo, Maílson da Nóbrega, Aloízio Mercadante, Sérgio Bosserman Vianna.**

opinião pública. Faz parte muito mais dos discursos das empresas do que da prática.

Dessa forma pode-se pensar em sustentabilidade e o confronto diante dos interesses capitalistas, conforme Arida<sup>19</sup>,

[...] a princípio, pode-se pensar que a sustentabilidade somente seria possível se não confrontasse com os interesses capitalistas. Por outro lado, também seria precipitado desvincular os termos sustentabilidade e capitalismo, haja vista que uma empresa já cumpre sua função social no sentido de que alinha produção e eficiência. Por isso são necessários estudos profundos a fim de se pesquisarem todos os assuntos que envolvem esse termo tão controverso e difuso que é a sustentabilidade.

As práticas sustentáveis, dessa forma devem partir tanto da indústria assim como do mercado consumidor. Portanto ao adotarem estas características as empresas criam um marketing positivo, um critério de competitividade e uma organização interna que pode potencializar os lucros. Como aponta Tachizawa<sup>20</sup>, “a gestão ambiental e a responsabilidade social tornaram-se importantes instrumentos gerenciais para a capacitação e a criação de condições de competitividade para as organizações, em qualquer segmento econômico”.

Nesse sentido, através do incentivo da indústria ao buscar caminhos mais sustentáveis o consumidor também se propõe a um comportamento mais consciente, que é definido por Solomon<sup>21</sup> como “o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos os grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos”.

Pela mesma razão existe a valorização das iniciativas de responsabilidade socioambiental das empresas, diante do consumidor consciente, que busca maximizar as consequências positivas e minimizar as negativas, este ao analisar práticas cotidianas opta pela empresa que contribui para a garantia da sustentabilidade.

É evidente que o consumo consciente será possível apenas quando, no ato do consumo, não sejam ultrapassadas necessidades. Ainda assim é indispensável a compreensão dos impactos causados diante de determinado consumo, para que dessa

---

<sup>19</sup>ARIDA Pérsio. **O que os economistas pensam sobre sustentabilidade**. São Paulo: Editora 34, 2010.

<sup>20</sup>TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focados na realidade brasileira/** Takeshy Tachizawa. -4. ed. Revista e ampliada- 2. reimp. – São Paulo: Atlas, 2007.

<sup>21</sup>SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

forma haja a promoção de transformações que equilibrem a satisfação do consumidor com a sustentabilidade.

Portanto para que a sustentabilidade de fato ocorra é necessário um ciclo sustentável que agregue a participação da sociedade como um todo. Assim como Razzoto<sup>22</sup> expressa que “necessita-se que um conjunto de ações, com visões econômicas, sociais, culturais e ambientais sejam pensadas e implantadas, e essas ações são conhecidas como práticas sustentáveis”.

Dessa forma, de acordo com os critérios sustentáveis e os ciclos de elaboração de produtos, destaca-se a relação o meio ambiente com a indústria da moda, justamente pois esta ser império efêmero nas relações de produção e consumo na sociedade contemporânea.

### **1. A relação entre sustentabilidade e indústria da moda:**

Ao longo da história, a moda pode ser entendida como um jogo de distinção de classes.<sup>23</sup> Conforme a sociedade se torna complexa, novos conceitos de estilo de vida são agregados, tornando este uma variável sociológica para as relações e classes sociais, e dessa forma a cultura de consumo se desenvolve.

Sabe-se que a indústria da moda no país e no mundo é de grande movimento econômico, considerada uma das que mais gera empregos e a terceira atividade econômica em termos de geração de renda e movimentações financeiras.<sup>24</sup>

Nesse sentido devem ser considerados alguns aspectos no tange aos produtos e a relação de consumo com valor de moda. O primeiro refere-se às tendências, identidade, atitudes, valores, preferências, hábitos e ao estilo de vida do consumidor. Posteriormente, o que deve ser considerado é a indústria, como construtora da resposta aos gostos e pedidos que os usuários são compelidos ao adotar um estilo pessoal e individuado.

O processo de produção de moda ocorre no momento em que o mercado consumidor busca determinado produto, e seu consumo é definido através de uma

---

<sup>22</sup> RAZZOTO, E. **Práticas sustentáveis**. Banda B, set. 2013. Disponível em: . Acesso em: 25 abr. 2017.

<sup>23</sup> BARNARD, M. **Fashion as Communication**. London: Routledge, 2002.

<sup>24</sup> BERLIN, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2012.



perspectiva cultural, como um elemento de autoconhecimento para seus consumidores, não se tratando apenas bens materiais, mas que carregam consigo um caráter simbólico que ultrapassa o seu valor de uso, configurando assim um importante fenômeno social. Nesse sentido Bauman explana:

Os tempos modernos líquidos transformaram a sociedade de trabalhadores em uma sociedade de consumidores, em que o pressuposto básico para a (sobre) vivência é estar apto a consumir. Não existem mais classes de pessoas, nem nacionalidades que nos diferenciam: somos todos consumidores, e a forma como consumimos nos identifica na sociedade.<sup>25</sup>

Devido ao capitalismo moderno, aos avanços tecnológicos e a expansão dos meios de comunicação, o mercado consumidor cada vez mais opta por produtos baseando-se no desejo e no impulso e não por uma questão de necessidade. Dessa forma, atualmente a decisão de compra não se pauta por parâmetros como alta durabilidade, mas pelo maior valor estético. Tal processo acaba por estimular o consumo, impactando, por conseguinte a indústria, que passa a produzir produtos de forma mais rápida e barata. De acordo com Bendell e Kleanthous<sup>26</sup>:

A indústria da moda se baseia na ideia de produtos tornando-se esteticamente obsoletos e também na visão de que não vale a pena usar peças de roupa que saíram de moda, mesmo que elas ainda sejam capazes de cumprir a sua função prática.

Pela mesma razão existe a inserção da estratégia da obsolescência programada, a qual tem como estratégia reduzir o ciclo de vida dos produtos, fazendo-os mais descartáveis, com o objetivo de maior consumo através da substituição. Como define Serge Latouche<sup>27</sup>:

Com a obsolescência programada, a sociedade do crescimento tem em seu poder a arma absoluta do consumismo. No termo de períodos cada vez mais curtos, os aparelhos e os equipamentos, desde as lâmpadas elétricas aos óculos, deixam de funcionar devido a uma avaria prevista dum dos seus elementos. É impossível encontrar uma peça de substituição ou um técnico que o repare. Ainda que pudessemos deitar mão a essa ave rara, a reparação acabaria por ser mais cara

---

<sup>25</sup>BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2009.

<sup>26</sup> BENDELL, J.; KLEANTHOS, A. **Deeper Luxury Report**, WWF, London. 2007.

<sup>27</sup> LATOUCHE, Serge. **O pequeno tratado do decrescimento sereno**. reimp. Lisboa: Edições 70, 2012.

do que comprar um aparelho novo (pois são atualmente fabricados a preços reduzidos devido às miseráveis condições de trabalho do Sudeste Asiático).

Do mesmo modo a sociedade de consumo estabeleceu padrões daquilo que é considerado novo e melhor, criado o desejo e impulso de compra que impulsiona a obsolescência programada de modo que o consumismo e a produção em massa são levados como prioridade em relação a qualidade e durabilidade. Desse modo, Bauman<sup>28</sup>reflete:

Entre as maneiras com que o consumidor enfrenta a insatisfação, a principal é descartar os objetos que a causam. A sociedade de consumidores desvaloriza a durabilidade, igualando "velho" a "defasado", impróprio para continuar sendo utilizado e destinado à lata de lixo. É pela alta taxa de desperdício, e pela decrescente distância temporal entre o brotar e o murchar do desejo, que o fetichismo da subjetividade se mantém vivo e digno de crédito, apesar de interminável série de desapontamentos que ele causa. A sociedade de consumidores é impensável sem uma florescente indústria de remoção do lixo. Não se espera dos consumidores que jurem lealdade aos objetos que obtêm com a intenção de consumir.

Sendo assim a indústria da moda não é definida somente como mercado e consumo, mas também como fenômeno social, sendo que esta encontra-se alinhada com a sociedade contemporânea. Do mesmo modo, existe um consumo “sem necessidade” de produtos, os quais são trocados com frequência, pois com o surgimento de determinada nova tendência que apresenta maior valor estético, novas funções e tecnologias, o produto anterior, apesar de funcional, se torna dispensável.

Ademais, este comportamento consumidor, construído a partir da Revolução Industrial, configura um padrão desenfreado, o qual prioriza vender cada vez mais, segundo o interesse das indústrias e lojas, que o mantem através da publicidade e todo um ciclo de moda rápido e inconstante. Em outras palavras Manzani explica<sup>29</sup>:

A moda, em seu ápice criativo, é uma das expressões mais influentes e diretas de aspirações pessoais, individualidade e pertencimento. Mas a indústria da moda, também contribui para a degradação social e ambiental quando a propaganda invasiva e as tendências de curto prazo manipulam e exploram as necessidades inatas das pessoas por integração e diferenciação, para levar os ciclos de varejo mais rápidos e ao crescimento contínuo da produção comercial.

---

<sup>28</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

<sup>29</sup>MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos Sustentáveis.** São Paulo, EDUSP, 2011.

Embora a sociedade como um todo ainda não se posicione sobre o assunto, e considerando que diversos métodos, estratégias e instrumentos para o desenvolvimento sustentável ainda devam ser inseridos na legislação brasileira, nota-se uma vigente preocupação de parte dos consumidores, tal como a disposição de diversas empresas em incorporarem questões ambientais. Pois “deixar de lado o assunto sustentabilidade é apenas uma forma de postergar o que, invariavelmente, virá à tona: os efeitos do consumo desenfreado e a agressão à natureza”.<sup>30</sup>

A utilização de tecnologias mais limpas tem sido comprometimento de múltiplas empresas, que procura investir em negócios, produtos e processos seguindo critérios de sustentabilidade e também a emergência de novas tendências e demandas do público consumidor. Nesse sentido Milano<sup>31</sup> explana:

O público tem esperado que a empresa saia do papel de simples fornecedora de produtos e transforme em uma empresa atuante, que se preocupe em devolver algo à sua comunidade, que trata seus clientes como pessoas inteligentes e que, principalmente, tenha um comportamento ético, que vá além da simples obediência à legislação vigente.

Dessa forma a moda tem proposto novas tendências baseadas na sustentabilidade, desafiando a obsessão pela moda rápida em questão de consumo e produção. Em outras palavras, definem Fletcher e Grose<sup>32</sup> que:

As práticas da moda lenta, de produção em pequena escala, técnicas tradicionais de confecção, materiais disponíveis em mercados locais, desafia o foco da moda rápida com a produção em massa. Essas práticas questionam o modo de produção rápido e incentiva a democratização da moda.

Nesse sentido, a sustentabilidade agrega todo um ciclo para que acidentes ambientais e o desequilíbrio do ecossistema sejam evitados, são introduzidos assim processos que visam levar em consideração a produção em sua totalidade. Conforme Almeida:<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> DENARDIN, Karoline Sana. **Sustentabilidade na moda:** casos de reaproveitamento e economia solidária. In. Moda, sustentabilidade e emergências. Susin Venzon. Edics: Caxias do Sul, RS, 2012

<sup>31</sup> MILANO, Miguel S. **Responsabilidade social e empresarial:** o meio ambiente faz parte do negócio. Curitiba: FBPN, 2002.

<sup>32</sup>FLETCHER, Kate e GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade:** design para mudança. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

<sup>33</sup>ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da sustentabilidade.** Fernando Almeida Rio de Janeiro: editora elsevier, 2007- 9ª reimpressão.

O domínio ambiental como um conceito para a sustentabilidade embute processos integrados, sem predominância de um sobre os outros. Assim, os processos produtivos devem agredir o menos possível o ambiente, levando-se em consideração, também, como o produto final será descartado, posteriormente, na natureza, além das condições de trabalho.

Dessa forma novos produtos de vestuário devem seguir alguns princípios, como ser economicamente viável e socialmente justo, para assim prover um desenvolvimento sustentável, o que gera um desafio para a indústria como um todo, visando o ciclo de moda atual, que se baseia no consumismo.

Por fim é imprescindível a mudança no ciclo de produção e consumo na indústria da moda, é necessária a inserção de uma nova era que utilize de fundamentos sustentáveis, assim como políticas legislativas e critérios de responsabilidade social, de forma prática na indústria de moda brasileira.

## **2. REGULAMENTAÇÃO DA MODA NO BRASIL COMO PRODUTORA CONSCIENTE E ANÁLISE DE MARCAS SUSTENTÁVEIS**

Dessa forma, considerando a imbricação que a indústria da moda tem com a questão da sustentabilidade, faz-se necessário analisar tal panorama no Brasil, acerca das questões de produção e consumo, e seus impactos ambientais. Segundo Braga<sup>34</sup> a moda sustentável define-se como a busca da confecção de vestuário que utilize matérias-primas ecologicamente corretas, respeite leis trabalhistas, leve em consideração o impacto da produção no meio ambiente e garanta a cooperação entre produtor e comunidade local.

No que tange às questões ambientais, em especial a proteção que visa a obstar a degradação ambiental, visando a uma aplicação correta de políticas direcionadas aos possíveis riscos e danos provocados ao ecossistema, destaca-se que o direito ambiental possui dois importantes princípios, quais sejam o da prevenção e a precaução. Na produção de bens e produtos constituem formas de evitar a degradação ambiental, Marchesan<sup>35</sup> define o princípio da prevenção:

O princípio da prevenção é basilar em matéria ambiental, concernindo à

---

<sup>34</sup>BRAGA, Júlia. *Moda Verde: Mercado em ascensão no Brasil*. Goethe-Institut Brasilien. Julho de 2011.

<sup>35</sup>MARCHESAN, Ana Maria Moreira; STEIGLEDER, Annelise Monteiro; CAPPELI, Sílvia. **Direito ambiental**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2005.

prioridade que deve ser dada às medidas que evitem o nascimento de atentados ao ambiente, de molde a reduzir ou eliminar as causas de ações suscetíveis de alterar a sua qualidade. A prevenção trata de riscos ou impactos já conhecidos pela ciência. Nesse contexto, os objetivos do Direito Ambiental são basicamente preventivos. Sua atenção está voltada para o momento anterior à simples reparação, sempre incerta e, quando possível, onerosa, a prevenção é a melhor, quando não a única solução.

De mesmo modo, Machado<sup>36</sup> conceitua o princípio da precaução como:

A precaução age no presente para não se ter que chorar e lastimar o futuro. A precaução não só deve estar presente para impedir o prejuízo ambiental, mesmo incerto, que possa resultar das ações ou omissões humanas, como deve atuar para a prevenção oportuna desse prejuízo. Evita-se o dano ambiental através da prevenção no tempo certo.

Ainda assim a Constituição Federal dispõe de um capítulo inteiro sobre questões ambientais, “que impõe um dever jurídico a todos, desde o poder público até a coletividade, na qual estão inseridas as empresas públicas e privadas”.<sup>37</sup> Dessa forma cabe ressaltar outras políticas internas nacionais no que tange a legislação ambiental.

De tal modo, destaca-se a ocorrência da Conferencia do Rio em 1992, que para discutir e deliberar questões ambientais reuniu chefes de estado e representantes da sociedade civil e do setor de produção. A relação entre sustentabilidade e desenvolvimento já havia sido, como consequência, estabelecida na época “nesse contexto, a noção de desenvolvimento sustentável se afirma na agenda mundial como eixo prioritário dos debates e princípio hegemônico das relações entre sociedade e ambiente.”<sup>38</sup>.

Cabe ressaltar também a Política Nacional de Resíduos Sólidos, sancionada em 2010, a qual demonstra preocupação com o descarte e a relação com critérios mais sustentáveis, nota-se que “desse modo, a legislação ambiental brasileira vem

---

<sup>36</sup> MACHADO, Paulo Leme. **Direito Ambiental Brasileiro**. São Paulo: Malheiros, 2001.

<sup>37</sup> SAMPAIO, C. **Responsabilidade ambiental das empresas**. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/5890/Responsabilidade-ambiental-dasempresas>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

<sup>38</sup> LIMA, G. F. da C. **O discurso da sustentabilidade e suas implicações para a educação**. Ambiente & Sociedade, Campinas, v.6, n.2, jul./dez. 2003.

crescentemente se atualizando com o objetivo de preencher os espaços existentes e contribuir para a redução dos impactos ambientais.”<sup>39</sup>.

Nesse âmbito destaca-se ainda a implantação da Política Nacional do Meio ambiente, instituída através da Lei 6.938 de 31.08.1981, representa um importante marco histórico à respeito da questão ambiental, pois tal Lei institucionalizou o Sistema Nacional do Meio Ambiente e o Licenciamento Ambiental.

Da mesma forma, outra normatização ambiental que necessita destaque é a Lei de Crimes Ambientais de 1998 (Lei nº 9.605), que dentre outros, objetivou legitimar sanções administrativas e consolidar a responsabilidade provocada pelo dano ambiental, cuja de acordo com Kleba “tem um efeito preventivo de extrema relevância”.<sup>40</sup>

Porém ainda existe a necessidade de melhorar a aplicabilidade do direito ambiental “embora o Direito Ambiental tenha se desenvolvido nos últimos anos, o mesmo tem sofrido de uma inconsistência originária ainda não superada”<sup>41</sup>, assim este encontra-se esgotado ou próximo a se esgotar pois parcialmente não está apto a alcançar seus objetivos. Conforme Ferrer<sup>42</sup> explica:

Há falta de correspondência entre o que tem sido convencionado como objeto de proteção, único e indivisível, e os ordenamentos que o compõem, sendo esses absolutamente fragmentados. Nessa perspectiva, a dificuldade reside na ausência de um aparato coativo que defenda os elementos ambientais comuns e de autoridades que possam impor a obrigação de cumprir o pactuado.

Ademais, é necessária a decisão das empresas, de forma voluntária, para tornarem-se contribuintes em uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo,

---

<sup>39</sup>SAMPAIO, C. **Responsabilidade ambiental das empresas.** Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/5890/Responsabilidade-ambiental-dasempresas>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

<sup>40</sup> KLEBA, J. **Adesão voluntária e comportamento ambiental de empresas transnacionais do setor químico no Brasil.** Revista Ambiente & sociedade, São Paulo, v.6, n.2, p. 25-45. 2003.

<sup>41</sup> FERRER, Gabriel Real. **La solidaridad en el derecho administrativo.** Artículo Publicado en la Revista de Administración Pública (RAP), Madrid, n. 161, mayo-ago. 2003, p. 123-179. Tradução livre.

<sup>42</sup> FERRER, Gabriel Real. **La solidaridad en el derecho administrativo.** Artículo Publicado en la Revista de Administración Pública (RAP), Madrid, n. 161, mayo-ago. 2003, p. 123-179. Tradução livre.

podendo-se definir essa atitude como responsabilidade social. Nesse sentido define-se responsabilidade social como<sup>43</sup>,

[...] o compromisso que uma organização assume perante a sociedade por meio de atos e atitudes que a afetam positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativa e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

Dentre estas políticas, a responsabilidade social está diretamente relacionada a gestão ambiental, de acordo com Denis Donaire<sup>44</sup>,

[...] a responsabilidade social implica um sentido de obrigação para com a sociedade, assumindo diversas formas, entre as quais se incluem proteção ambiental, projetos filantrópicos e educacionais, planejamento da comunidade, equidade nas oportunidades de emprego, serviços sociais em geral, de conformidade com o interesse público.

Por meio de certificações como a ISO 14000 e o Rótulo Ecológico ABNT, a indústria da moda garante respeito ao meio ambiente e inicia projetos relacionados à sustentabilidade, aliando economia de recursos e a geração de lucros. Diante do mesmo a respeito do Rótulo ecológico Harrington e Knight explanam:

Rotulagem ambiental é a indicação dos atributos ambientais de um produto ou serviço sob forma de atestados, símbolos ou gráficos em rótulos de produtos ou embalagens ou em literatura sobre produtos boletins técnicos, propaganda, publicidade e assim por diante.<sup>45</sup>

De mesmo modo especificamente relacionado ao processo produtivo, a certificação do ISO 1400 determina um grupo de normas técnicas relacionadas ao meio ambiente, sobre o tema Dowbor complementa:

Pela visão neoliberal os problemas sociais e ecológicos devem ser solucionados segundo as leis do mercado, desobrigando o estado de suas atividades de controle ambiental e restringindo suas políticas sociais a grupos específicos. As certificações ambientais, como as ISO 14000 e 9000, são exemplos da

---

<sup>43</sup> **A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade:** um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia – COPEL Sustainability business: a study based on the 2005 report of the Paraná state energy management company – COPEL Luci Ines Bassetto.

<sup>44</sup> DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental nas Empresas**. 2ª edição, São Paulo, Atlas, 1999.

<sup>45</sup> HARRINGTON, H James e KNIGHT, Alan. **A implementação da ISSO 1400:** Como atualizar o SGA com eficácia. São Paulo: Atlas, 2001.

‘privatização’ do controle ambiental.<sup>46</sup>

De acordo com essas características, empresas do setor de moda brasileiro adotaram políticas ambientais e de responsabilidade social, por meio de certificações como ISO 14000 e o Rótulo Ecológico ABNT. Dessa forma, destacam-se iniciativas de duas grandes empresas do setor de moda, sendo elas a C&A e a Malwee<sup>47</sup>, o intuito da escolha dessas empresas é o atendimento de um público amplo e de diversos estilos, enquanto existem as devidas certificações ao aderirem as políticas de sustentabilidade e responsabilidade social.

Através de informações retiradas dos *websites* das organizações, que demonstram iniciativas e casos que promovem moda sustentável de forma prática e funcional.

## 2.1 C&A<sup>48</sup>

A empresa foi fundada em 1841, com âmbito na confecção de roupas prontas para usar, no Brasil a inauguração da primeira loja aconteceu em 1976, em São Paulo. São mais de 270 lojas em 125 cidades e praticamente 16 mil profissionais empregados, sendo que a proposta é a busca constante por inovação e esforço constante para superar as expectativas das pessoas e deixar um legado positivo.<sup>49</sup> A empresa varejista publica, desde 2009, relatórios de sustentabilidade, com foco no desempenho socioambiental. As características principais são produtos e rede de fornecimento sustentáveis em conjunto com a proposta de vidas sustentáveis.

Preocupada com o impacto do cultivo tradicional de algodão, opta por utilizar de artigos desse viés certificados pela *Better Algodão Initiative*. Assim, em 2016, 15% dos artigos desse material comercializados no país já eram certificados, a expectativa da empresa é atingir totalidade até 2020.

---

<sup>46</sup> DOWBOR, L; IANNI, O; RESENDE, P. E. A. (1999). Desafios da globalização. Petrópolis: Editora Vozes.

<sup>47</sup> Critério de escolha das empresas: Ambas indústrias Brasileiras com informações específicas e disponíveis sobre seus planos e diretrizes de sustentabilidade.

<sup>48</sup> C&A Disponível em < <https://sustentabilidade.cea.com.br/pt-br/Paginas/home.aspx> > acessado em 23/10/2018.

<sup>49</sup> C&A Disponível em < <https://sustentabilidade.cea.com.br/pt-br/Paginas/home.aspx> > acessado em 23/10/2018.



Em busca de uma sociedade sustentável global, a C&A iniciou diversos projetos com critérios ambientais e responsáveis, divididos em diversos temas, dentre eles: Loja Eco; Reciclagem de Cabides; Condições de trabalho; Instituto C&A; Jeans Sustentável; Segurança mecânica; Programa na mão certa; Água; Energia; Resíduos e Nossas pessoas.

O primeiro tema destaca a Loja Eco, com intuito em transforma-la em uma loja mais ecoeficiente foi instituída a primeira loja do varejo de moda no Brasil com o selo LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), a unidade passou por uma avaliação feita em sete dimensões: Espaço Sustentável; Eficiência do Uso da Água; Energia e Atmosfera; Materiais e Recursos; Qualidade Ambiental Interna; Inovação e Processos; e Créditos de Prioridade Regional.

Destaca-se tanto a implementação do projeto de reciclagem dos cabides em sua totalidade e o aproveitamento de cabides quebrados ou sucateados como matéria-prima na produção de novos produtos, tanto como a segurança mecânica, principalmente do segmento infantil, a qual tem como objetivo adotar padrões de prevenção de acidentes através de testes de laboratório e controle de qualidade.

No setor do varejo a C&A adere diversas iniciativas, como o programa Na Mão Certa, que lançou o Pacto Empresarial Contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes nas Rodovias Brasileiras, e também através do Instituto C&A cujo foco é seu trabalho em cinco programas globais: Incentivo ao Algodão Sustentável, Melhores Condições de Trabalho, Combate ao Trabalho Forçado e ao Trabalho Infantil, Moda Circular e Fortalecimento de Comunidades.

Em questão de produção ressalta-se o Jeans Sustentável, que é confeccionado com algodão mais sustentável e produzido com menos uso de água e produtos químicos, características que apontaram resultados positivos, como a redução de cerca de 10% no cultivo do algodão, além da redução de pesticidas em cerca de 50% e fertilizantes em 26,5%. Nas etapas de tecelagem e lavanderia, houve redução significativa de água (92% e 30%, respectivamente) e energia (30% e 15%, respectivamente).

Sobre o tema condições de trabalho, a empresa promove o Código de Conduta de Fornecimento de Mercadorias cuja aceitação, obrigatório mundialmente, assim como a inserção de um sistema de auditoria, cujo objetivo é coibir qualquer tipo de mão de obra irregular e buscar a melhoria contínua das condições de trabalho e questões ambientais na sua rede de fornecimento, são aproximadamente cem itens, dos quais relacionam-se

questões como trabalho análogo ao de escravo e trabalho infantil são consideradas infrações inaceitáveis, levando ao bloqueio imediato do fornecedor.

Nesse âmbito, ressalta-se também uma rede de fornecimento sustentável e a participação no Pacto pela Erradicação do Trabalho Escravo. Além disso destaca-se que a empresa possui o selo verde do aplicativo chamado Moda Livre, cujo tem como objetivo apontar quais marcas de roupa usam trabalho escravo.

Em relação as fontes e técnicas de produção, a empresa busca melhores soluções de gestão, relacionada a água os equipamentos de ar-condicionado foram substituídos de à base de água pela condensação a ar, também a instalação de descargas com duplo acionamento e torneiras com fechamento automático e com arejadores, que contribuem para a redução de até 80% do consumo nesses pontos.

Em questão de energia busca-se um consumo cada vez mais consciente, como o uso das lâmpadas de LED, reduzindo 50% o consumo com iluminação, assim 12% na fatura de energia. Ainda assim entre 2012 e 2016, após a instalação de controladores de demanda; racionalização do uso do ar-condicionado em todas as lojas, incluindo a compra de equipamentos mais eficientes; padronização da temperatura; e migração das lojas para o Mercado Livre de Energia. houve uma redução de 19% no consumo de energia por m<sup>2</sup> de área útil de venda. Nessa categoria de consumo houve uma redução de 23% o custo de energia.

Por conseguinte, a respeito do tema de gestão de resíduos, houve a inserção do Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS) e posteriormente de uma política corporativa de gestão de resíduos, que consiste em um grande mapeamento sobre todos os tipos de resíduos gerados no escritório central, nos centros de distribuição e nas lojas, identificando 25 tipos diferentes de resíduos, conseqüentemente existe a definição de fluxos de descarte e processos padrões de destinação adequada de materiais.

Por fim, com as políticas acima citadas a empresa demonstra compromisso com a preservação, conforme ideal expresso no website da C&A<sup>50</sup>:

Estamos trabalhando para uma visão do novo normal – onde a sustentabilidade é apenas outra palavra para o normal. Para alcançar nossa visão da moda com um impacto positivo, nosso trabalho de sustentabilidade está focado nas áreas

---

<sup>50</sup> C&A Disponível em < <https://sustentabilidade.cea.com.br/pt-br/Paginas/home.aspx> > acessado em 23/10/2018.

mais relevantes para nossos negócios e onde podemos ter o maior impacto – nossos produtos, nossa rede de fornecimento e a vida das pessoas.

Dessa forma a empresa se propõe a construir um futuro mais sustentável, através das políticas anteriormente dispostas, de mesmo modo o grupo brasileiro Malwee também inseriu planos e propostas em diversas áreas da empresa.

## **2.2 Malwee<sup>51</sup>:**

O grupo Malwee foi criado em 1968, tendo dez marcas de moda, sendo que possui 10 unidades fabris, 12 mil funcionários, 40 mil pontos de vendas multimarcas e mais de 200 lojas monomarcas. A empresa compromete-se com questões de sustentabilidade, cabendo destacar os seguintes temas: futuras gerações, respeito às pessoas, educação, generosidade, qualidade e preservação.

A Malwee realizou diversos projetos comportando as futuras gerações, como o grupo de voluntariado "Abraço Solidário Malwee", que realiza ações sociais, instalou o tratamento de efluentes *Tecnobio*, cujo reutiliza 50.000 litros/hora de água durante o processo fabril, utiliza o gás natural durante a produção, e ainda distribui 10.000 mudas no dia da árvore entre outras participações em ações de reflorestamento.

Relacionado aos quesitos de fontes e técnicas de produção, a empresa possui aterro próprio, e reutiliza a água, dessa forma deixa de retirar mais de 200 milhões de litros de água por ano. Dentro desse âmbito existe também o projeto *Carbono Zero*, cujo tem como intuito neutralizar as emissões de gases do efeito estufa e também utiliza de um Sistema de Absorção de Fumaça (SIAF), o qual garante a implantação de filtros nas chaminés das fábricas.

Apesar de não apresentar informações sobre condições de trabalho em seu website, a empresa promove serviços e benefícios aos seus funcionários, através de educação, palestras e treinamentos e estímulo a diversidade, assim como também existem parcerias na promoção de jovens aprendizes.

Em questão de Transporte, todos os caminhões da empresa foram adquiridos com selo verde, possuindo ainda equipamentos de controle de emissão atmosférica, enquanto para o transporte interno são utilizados veículos elétricos motorizados.

---

<sup>51</sup>GRUPO MALWEE Disponível em < <http://grupomalwee.com.br/> > acessado em 23/10/2018.

Existem diversas ações benéficas a sociedade, como o recolhimento do óleo de soja e destinação a reciclagem, o qual evita a contaminação do solo e da água, assim como práticas filantrópicas relacionadas a Rede Feminina de Combate ao Câncer e aos hospitais Santa Antônio de Blumenau, Hospital Rio do Teste de Pomerode, UTI pediátrica no Hospital e Maternidade Jaraguá, ambos do estado de Santa Catarina. Também requer a preservação da Reserva de Fontes e promove a recuperação da mata ciliar dos rios de Jaraguá do Sul.

Em questão de produção, a Malwee busca sustentabilidade em suas técnicas, como a utilização da Viscose-bambu, que é feito a partir da fibra desse vegetal e garante maior absorção da umidade e proteção contra raios ultravioleta, e as fibras de poliéster criadas a partir de garrafas PET, utilizadas em moletons e malhas em geral, somente em 2011 mais 2 milhões de garrafas foram utilizadas, atualmente o número de garrafas reutilizadas chega a mais de 11 milhões. De mesmo, modo houve a criação do Eco Stone®, cujo configura-se como o procedimento de estocagem de tecidos que visa evitar o uso de agentes químicos e o consumo da água.

Finalmente destaca-se a missão divulgada no website da empresa: “Estar presente na vida das pessoas, promovendo a autoestima e o bem-estar, por meio da oferta de produtos de moda com qualidade superior, respeitando os nossos funcionários, a sociedade e o meio ambiente.”<sup>52</sup>

## CONCLUSÃO

Critérios de responsabilidade social, ambiental e econômica transformam a maneira de refletir e pensar na produção da indústria da moda. A falta de consciência acerca dos problemas gerados devido à produção imprudente de determinados produtos e do consumo exacerbado da sociedade contemporânea, reflete a falta de percepção da sociedade sobre este problema.

O desenvolvimento tecnológico e as produções em larga escala estimulam o ciclo de moda descartável, não priorizando questões ambientais extremamente relevantes.

---

<sup>52</sup> GRUPO MALWEE Disponível em < <http://grupomalwee.com.br/> > acessado em 23/10/2018.

Porém cada vez mais empresas mostram a importância e a possibilidade da conciliação do desenvolvimento dos produtos com a preservação da natureza.

Ainda que haja uma escassez da legislação específica perante o tema, iniciativas de forma prática demonstram a possibilidade do equilíbrio entre quesitos sociais, econômicos e ecológicos quanto à produção e o consumo consciente. Partindo desse ponto, ressalva a inserção de indicadores dessas dimensões, de forma mais precisa, com maior controle e compromisso diante de indicadores socioambientais em relação a indústria da moda, tal como novas políticas de fiscalização e incentivo.

De mesmo modo, mesmo que exista um regulamento ambiental no ordenamento jurídico brasileiro, é preciso que haja a inserção de indicadores socioambientais específicos para a indústria da moda, com intuito de incentivar um maior controle e compromisso dessa produção em relação à um critério sustentável.

Assim configurando a inserção de uma legislação rígida que obrigue as empresas a se adequarem para diminuir os danos ao meio ambiente e consumidores que buscam produtos ecológicos e que se preocupem com a natureza e as gerações futuras, são indispensáveis para que esse fenômeno pare de ser ignorado.

Diante da análise das empresas escolhidas, a C&A e a Malwee, cabe ressaltar que as políticas com viés sustentável aplicadas demonstram melhorias dentro da própria instituição como tem também se revertem em consequências positivas para a sociedade como um todo. Porém destaca-se que os dados utilizados para análise são basicamente os fornecidos em suas páginas virtuais, o que demonstra a utilização da sustentabilidade como domínio na publicidade e o difícil acesso a informações oficiais, com critérios de avaliação e real comprovação das práticas.

Aliado a estas conclusões críticas, tem-se na presente pesquisa apontamentos que evidenciam a possibilidade da produção de moda de forma ideal, através da responsabilidade social e demais critérios e legislações ambientais. É fundamental sugerir novas abordagens e propor novos caminhos, visto que a problemática permanece restrita a pequenos grupos, faz-se necessário a abordagem em larga escala sobre o tema. A moda exerce forte influência sobre as pessoas, dessa forma propor produtos desenvolvidos de forma sustentável é um meio de estimular e consolidar o desenvolvimento e o consumo consciente.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da sustentabilidade**. Fernando Almeida Rio de Janeiro: editora elsevier, 2007- 9º reimpressão.

ANDRADE, Fernando Darly; SILVEIRA José Henrique Porto. **Sustentabilidade e Responsabilidade Social**. Belo Horizonte: Poisson, 2017

ARIDA Pérsio, Luiz Carlos Bresser-Pereira e Ricardo Abramovay. **O que os economistas pensam sobre sustentabilidade**. São Paulo: Editora 34, 2010.

ARNT, R. (Org.). O que os economistas pensam sobre sustentabilidade: entrevistas de Antônio Delfim Netto, André Lara Resende, Edmar Bacha, Eduardo Giannetti, Luciano Coutinho, Gustavo Franco, José Roberto Mendonça de Barros, José Eli da Veiga, Luiz Gonzaga Belluzzo, Maílson da Nóbrega, Aloízio Mercadante, Sérgio Bosserman Vianna.

BASSETTO Luci Ines. **A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade: um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia – COPEL Sustainability business: a study based on the 2005 report of the Paraná state energy management company – COPEL** Luci Ines Bassetto.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BARNARD, M. **Fashion as Communication**. London: Routledge, 2002.

BENDELL, J.; KLEANTHOUS, A. **Deeper Luxury Report**, WWF, London. 2007.

BERLIN, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2012.

BRAGA, Júlia. **Moda Verde: Mercado em ascensão no Brasil**. Goethe-Institut Brasilien. Julho de 2011.

BRASIL. **CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm). Acesso em: 18 ago. 2018.

C&A disponível em < <https://sustentabilidade.cea.com.br/pt-br/Paginas/home.aspx> > acessado em 23/10/2018.

DENARDIN, Karoline Sana. **Sustentabilidade na moda: casos de reaproveitamento e economia solidária**. In. Moda, sustentabilidade e emergências. Susin Venzon. Edics: Caxias do Sul, RS, 2012

DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental nas Empresas**. 2º edição, São Paulo, Atlas, 1999.

DOWBOR, L; IANNI, O; RESENDE, P. E. A. (1999). Desafios da globalização. Petrópolis: Editora Vozes.

FERRER, Gabriel Real. **La solidaridad en el derecho administrativo**. Artículo Publicado en la Revista de Administración Pública (RAP), Madrid, n. 161, mayo-ago. 2003, p. 123-179. Tradução livre.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2011. p. 62.

FLETCHER, Kate e GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. 3. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2016.

GRUPO MALWEE disponível em < <http://grupomalwee.com.br/>> acessado em 23/10/2018.

HARRINGTON, H James e KNIGHT, Alan. **A implementação da ISSO 1400: Como atualizar o SGA com eficácia**. São Paulo: Atlas, 2001.

KLEBA, J. **Adesão voluntária e comportamento ambiental de empresas transnacionais do setor químico no Brasil**. Revista Ambiente & sociedade, São Paulo, v.6, n.2, p. 25-45. 2003.

LATOCHE, Serge. **O pequeno tratado do decrescimento sereno**. reimp. Lisboa: Edições 70, 2012.

LIMA, G. F. da C. **O discurso da sustentabilidade e suas implicações para a educação**. Ambiente & Sociedade, Campinas, v.6, n.2, jul./dez. 2003.

MACHADO, Paulo Leme. **Direito Ambiental Brasileiro**. São Paulo: Malheiros, 2001.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos Sustentáveis**. São

Paulo, EDUSP, 2011.

MARCHESAN, Ana Maria Moreira; STEIGLEDER, Annelise Monteiro; CAPPELI, Sílvia. **Direito ambiental**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2005.

MILANO, Miguel S. **Responsabilidade social e empresarial: o meio ambiente faz parte do negócio**. Curitiba: FBPN, 2002.

MORCELLI, Tadeu; ÁVILA, Lucas Veiga. **Responsabilidade Social**. Santa Maria: UFSM, 2016.

RAZZOTO, E. **Práticas sustentáveis**. Banda B, set. 2013. Disponível em: . Acesso em: 25 abr. 2017.

ROCCO, R. **Meio Ambiente & Empresa: Os temas relacionados ao papel do setor privado nas novas configurações das políticas ambientais brasileiras**. Disponível em: <<http://rogeriorocco.com.br/wp-content/uploads/2010/07/Tema3-Meio-Ambiente-e-Empresa-2009.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

SAMPAIO, C. **Responsabilidade ambiental das empresas**. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/5890/Responsabilidade-ambiental-dasempresas>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

SILVA, Christian Luiz da. **Desenvolvimento sustentável: um modelo analítico, integrado e adaptativo**. Petrópolis: Vozes, 2006.

SIRVINKAS, Luís Paulo. **Manual de direito ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2011.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focados na realidade brasileira/ Takeshy Tachizawa**. -4. ed. Revista e ampliada- 2. reimp. – São Paulo: Atlas, 2007.