

O DIREITO DOS CONSUMIDORES E O CONSUMO CONSCIENTE NO MERCADO DE MODA: UMA ANÁLISE DA SLOW FASHION E SUAS IMPLICAÇÕES LEGAIS E SOCIAIS

Adriana Copella Chagas, Elis Baraldi, Daniela Cristina da Silva Lopes, Sabrina Oliveira, Eduardo Toledo Arruda Galvão de França, e-mail: sabrinaoliveira.estagio@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

A indústria da moda atualmente enfrenta grandes desafios relacionados ao consumo consciente e à sustentabilidade, trazendo à tona questões sobre o papel da *Slow Fashion* e suas implicações no Direito do Consumidor. Com uma perspectiva diversa ao sistema *Fast Fashion*, o *Slow Fashion* surge de uma necessidade na mudança de consumo e estilo dos adquirentes do produto.

A *Slow Fashion* é uma resposta ao modelo *Fast Fashion*, tem como característica a produção de roupas com maiores qualidades, durabilidades e respeito ao meio ambiente. Além de que, o Direito dos Consumidores estão diretamente ligados ao dever de informação clara e adequada aos consumistas, especialmente no que diz respeito a origem dos produtos, seus processos e os impactos ambientais causados pela fabricação.

A legislação do Código de Defesa do Consumidor, impõe que as empresas de moda informem se os seus produtos atendem os critérios de sustentabilidade, transparência e ética aplicadas à *Slow Fashion*, trazendo ao setor da moda e as empresas a responsabilidade social e o consumo consciente, incluindo a adesão voluntária aos selos de certificação sustentável para os produtos fabricados, garantindo assim, o poder de escolhas do adquirente do produto da empresa.

Ainda, para a crescente conscientização da sustentabilidade há a política de consumo que reflete as mudanças junto com a legislação e o fomento de utilização aos materiais reciclados e biodegradáveis, bem como medidas para reduzir o desperdício e prolongar o ciclo de vida dos produtos.

De igual modo, governos e instituições têm implementado políticas públicas incentivando a moda sustentável, incluindo iniciativas como a redução de impostos

sobre materiais reciclados e a criação de linhas de crédito para empresas que invistam em tecnologias sustentáveis.

Esta análise enfoca iniciativas que visam incentivar práticas éticas e sustentáveis no setor da moda, incluindo a avaliação de incentivos fiscais e programas de apoio a empresas que investem em tecnologias sustentáveis.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa tem uma abordagem qualitativa, utilizando principalmente bibliografias e análises documentais como métodos de investigação. Tendo como objetivo compreender os desafios e as implicações do consumo consciente no setor da moda pelo sistema *Slow Fashion* e *Fast Fashion*, considerando o Direito do Consumidor e as políticas de sustentabilidade.

Inicialmente, o presente artigo contém uma revisão bibliográfica que visa identificar e analisar as principais obras acadêmicas, artigos científicos, relatórios de organizações ambientais e publicações especializadas em moda e sustentabilidade. A pesquisa incluiu fontes nacionais, permitindo uma visão comparativa sobre os impactos do modelo *Fast Fashion* e as vantagens do *Slow Fashion*, destacando a importância de características como qualidade, durabilidade e respeito ao meio ambiente nas práticas de consumo.

Ademais, para a análise documental, focando na examinação de legislações vigentes, com ênfase no Código de Defesa do Consumidor (CDC). Foram investigados dispositivos legais que tratam da transparência em relação à origem dos produtos, seus processos de fabricação e os impactos ambientais associados. Além disso, a pesquisa incluiu uma análise das políticas públicas e regulamentos que incentivam práticas sustentáveis no setor da moda, como programas de certificação e incentivos fiscais.

Por fim, foi realizada uma busca sobre as políticas públicas voltadas ao fomento da moda sustentável.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A indústria da moda, é historicamente marcada pelo sistema *Fast Fashion*, que tem como prioridade a produção em larga escala, baixo custo e alta rotatividade de produtos. A transição desse sistema para um modelo mais sustentável, como o *Slow*

Fashion, não traz apenas desafios produtivos e logísticos, mas, também implicações legais e sociais, que afetam diretamente o consumidor e o fornecedor.

Na contemporaneidade, é de se observar que houve um aumento significativo na conscientização dos consumidores em relação à moda sustentável, o público vem buscando informações sobre os impactos ambientais e sociais da produção têxtil, demonstrando preferência em marcas que respeitem o meio ambiente. Isto é reflexo do artigo 4º, inciso IX, do Código de Defesa do Consumidor, que trata do fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores.

Sob o aspecto jurídico do Código de Defesa do Consumidor, que exige do produtor a transparência sobre a origem e o impacto dos produtos fabricados, conforme dispõe o artigo 6º, incisos III e o artigo 31º, que tratam da informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços e suas características, qualidade, quantidade, composição, preço e eventuais riscos, respectivamente. A responsabilidade social das empresas, incluindo a adesão e a certificação segura, é vista como um diferencial competitivo.

No entanto, desafios como os altos custos de implementação, e o dever de informação ao consumidor dificultem a adoção plena desse modelo, por exemplo, o artigo 51º, inciso XIV, do CDC, traz a possibilidade de cláusula abusiva, caso a empresa infrinja ou possibilite a violação de normas ambientais. A longo do prazo, é de esperar que as empresas que adotam a prática de *Slow Fashion* tenham vantagem competitiva, enquanto aquelas que mantêm o modelo *Fast Fashion* enfrentam dificuldades tanto no mercado quanto na aplicação das regulamentações.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que o sistema *Slow Fashion* se apresenta como uma resposta necessária ao *Fast Fashion*, promovendo consumo consciente e sustentável, alinhado às demandas de consumidores e às exigências legais.

No entanto, a adoção plena desse modelo enfrenta desafios, como altos custos e mudanças culturais necessárias tanto nas empresas quanto nos consumidores. Incentivos governamentais e políticas públicas são essenciais para superar essas barreiras.

A longo prazo, empresas que adotarem práticas sustentáveis terão vantagem competitiva, enquanto o *Slow Fashion* se consolida como uma alternativa viável e necessária para um mercado de moda mais ético e responsável.

REFERÊNCIAS

ABIT. **Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção**. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 30 de setembro de 2024.

BACCEGA, Maria A (Org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

BUSARELLO, R. I.; SILVA, S.P. **Fast fashion e slow fashion: o processo criativo na contemporaneidade**. Estética USP. USP, 2016.

FLETCHER, Kate e GROSE, Lynda. **Moda e sustentabilidade: design para a mudança**. São Paulo: Senac, 2012.

LINDSTROM, Martin. **A Lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos**. 1a ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

RICARDO, L. H. K. **O passado presente: um estudo sobre o consumo e uso de roupas de brechó em Porto Alegre (RS)**. In.: COLÓQUIO DE MODA, 4. 2008, Anais eletrônicos. Novo Hamburgo: Feevale, 2008

SANTOS, Simone. **Impacto ambiental causado pela indústria têxtil**. Disponível em: http://antennaweb.com.br/edicao6/artigos/edicao6artigo4_eco.pdf