

**XXV CONGRESSO DO CONPEDI -  
CURITIBA**

**SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA E SOCIAL EM  
FACE À ÉTICA E AO DIREITO**

**MARIA DOS REMÉDIOS FONTES SILVA**

**MARALUCE MARIA CUSTÓDIO**

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria – CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS

**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN

**Vice-presidente Norte/Centro** - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP

**Secretário Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC

**Secretário Adjunto** - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

**Representante Discente** – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini Sanches – UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)

Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

#### **Secretarias:**

**Relações Institucionais** – Ministro José Barroso Filho – IDP

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF

**Educação Jurídica** – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDI

**Eventos** – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC

Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG

Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA

**Comunicação** – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

---

S964

Sustentabilidade econômica e social em face à ética e ao direito [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/ UNICURITIBA;

Coordenadoras: Maraluce Maria Custódio, Maria Dos Remédios Fontes Silva – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-374-0

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: o papel dos atores sociais no Estado Democrático de Direito.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Congressos.
2. Sustentabilidade econômica.
3. Sustentabilidade Social.
4. Ética. I. Congresso Nacional do CONPEDI (25. : 2016 : Curitiba, PR).

CDU: 34



# **XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA**

## **SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA E SOCIAL EM FACE À ÉTICA E AO DIREITO**

---

### **Apresentação**

A Coordenação do Grupo de Trabalho Sustentabilidade Econômica e Social em face à Ética e ao Direito, vinculada ao Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito - CONPEDI, se sente honrada em apresentar esta Coletânea de artigos, fruto das discussões realizadas no âmbito do XXV Congresso do CONPEDI, cujo tema foi “Cidadania e Desenvolvimento: O papel dos atores no Estado Democrático de Direito”. O evento ocorreu no Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA – Curitiba- PR- de 7 a 10 de dezembro de 2016.

Dentre os vários artigos encaminhados, vindos de todas as partes do Brasil, foram selecionados 14, em processo de avaliação cega, para apresentar seus resultados e compõem o presente livro, perpassando pela miríade de temas que o assunto contempla, sempre numa perspectiva interdisciplinar.

Convém registrar o alto nível das discussões e a troca de ideias que possibilitaram não apenas novas reflexões aos presentes, como a certeza da efetiva contribuição aos novos rumos do direito aplicado, principalmente, à sustentabilidade e às empresas, e que reflete as preocupações sociais presentes neste século no Brasil. Os resultados aqui apresentados demonstram o compromisso com o conhecimento de professores, mestrandos, mestres, doutorandos e doutores.

O estudo e a pesquisa interdisciplinar mostram-se fundamentais nos dias de hoje, e foram destaque no grupo de trabalho, refletindo e pontuando os inúmeros desafios enfrentados pela administração pública, sociedade e empresas.

As relações entre o direito e a economia estão cada vez mais próximas, e a sustentabilidade tem se destacado, trazendo a construção de uma nova ética de relação entre os atores sociais, buscando o equilíbrio entre proteção do meio ambiente, sociedade e economia. Esta pesquisa hoje perpassa todos os temas sociais e jurídicos, demonstrando a essencialidade das discussões que ocorreram.

Os trabalhos selecionados cumpriram com o objetivo de trazer novas luzes à sociedade científica sobre tema tão inovador e ao mesmo tempo tão complexo, onde filosofia e práxis

trabalham lado a lado, para realizar mudanças que atentem aos interesses sociais. E engajaram na apresentação e busca incessantes de alternativas/soluções, bem como na discussão e reflexão de forma crítica, e concertando várias visões dos diferentes Estados e regiões brasileiras sobre o direito brasileiro, sem perder a leveza e o respeito às diferenças.

Esperamos que este livro - resultado dos esforços de muitos - possa contribuir efetivamente, não só para a comunidade científica, mas também para a sociedade e que seja lido e coopere com as novas pesquisas.

Agradecemos, a todos os que apresentaram trabalhos de forma tão instigante e apaixonada, e também àqueles que gastaram um pouco de seu tempo para nos ouvir com tanto interesse.

Convidamos todos a esta instigante leitura!

Profa. Dra. Maria Dos Remédios Fontes Silva - UFRN

Profa. Dra. Maraluce Maria Custódio - ESDHC

# ÉTICA E SUSTENTABILIDADE NO MERCADO DA MODA: ANÁLISE DOS FUNDAMENTOS JURÍDICOS ASSOCIADOS AO MOVIMENTO “SLOW FASHION”

## ETHICS AND SUSTAINABILITY IN THE FASHION BUSINESS: ANALYSIS OF THE LEGAL GROUNDS ASSOCIATED TO THE SLOW FASHION MOVEMENT

Carolina Geissler Miranda de Barros <sup>1</sup>

### Resumo

O presente artigo pretende apresentar um panorama jurídico dos maiores problemas do mercado da moda contemporânea e dos principais movimentos sociais de resgate da ética empresarial e promoção da sustentabilidade nesse ramo. A partir do marco histórico escolhido é possível tecer eficazes argumentos em prol da maior participação do Direito por mudanças de pensamento e comportamento na cadeia produtiva deste mercado, imperativas para a garantia de direitos humanos – de trabalhadores, consumidores e expectadores dos negócios produzidos pela indústria têxtil.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade, Função social da empresa, Responsabilidade social empresarial, Direito da moda, Direitos humanos

### Abstract/Resumen/Résumé

The present article is intended to present a legal overview of major problems of the contemporary fashion market and the main social movements intended to rescue ethics and promote sustainability in this business. From the chosen landmark it is possible to elaborate effective arguments in defense of a broader participation of Law in the changes of thinking and behavior about the supply chain of such market, which are imperative to guarantee human rights – of workers, consumers and expectators of the garment industry.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Sustainability, Corporate social function, Corporate social responsibility, Business ethics, Fashion law, Human rights

---

<sup>1</sup> Membro discente do Grupo de Pesquisa CNPq Empresa e Atividades Econômicas. Mestranda em Direito pela UERJ. Bacharel em Direito pela UFRJ.

## INTRODUÇÃO

Em 2013 veio a tona uma realidade obscura e até então pouco noticiada sobre o mercado de moda mundial: roupas negociadas a preços muito baixos em lojas de presença internacional muitas vezes são produzidas com um custo muito alto – trabalhadores em péssimas condições de trabalho e higiene são submetidos a muitas horas de produção sem uma remuneração justa. No ano citado um complexo de fabricação têxtil, o empreendimento Rana Plaza, desabou, matando mais de 1.000 pessoas em Bangladesh.

O escopo principal do presente trabalho é averiguar o papel do Direito no processo de modificação dos costumes da referida indústria, tecendo comentários sobre iniciativas tomadas por organizações internacionais e entes privados e públicos em prol da erradicação das violações de direitos humanos e da preservação do meio ambiente. O objetivo é iniciar uma discussão acerca do papel do direito e da diplomacia neste processo de transformações no mercado da moda.

O presente artigo é fruto de pesquisa qualitativa de cunho teórico, com o cunho de apresentar os fatos acontecidos até o presente momento, que geraram a problematização da ética e da sustentabilidade, e demonstrar o papel central dos aplicadores do direito e suas instituições no progresso e transformação da moda. Optou-se pela aplicação de análise de conteúdo, através do estudo de textos teóricos e textos legais bem como de matérias jornalísticas e relatórios técnicos publicados por agentes da indústria têxtil mundial, que permitam a interpretação e proposição de novas práticas jurídicas de ética empresarial neste setor. A técnica de pesquisa escolhida foi a da documentação indireta, ou seja, a revisão de literatura através de pesquisa bibliográfica e documental sobre o tema.

Em um primeiro momento serão analisadas as mazelas geradas pela adoção do modelo “*Fast Fashion*” no mercado de moda mundial, principalmente as questões envolvendo a violação de direitos humanos, de agressão ao meio ambiente e da desvalorização da moda como atividade empresarial.

Na análise promovida em segunda seção, serão apresentadas boas práticas comerciais e exemplos concretos de marcas que estão mobilizando o mercado consumidor de moda a pleitear mais transparência, sustentabilidade e justiça no processo de fabricação e comercialização das roupas no cenário mundial. Serão escrutinados os aspectos do movimento “*Slow Fashion*” que corroboram as teses jurídicas de defesa do meio ambiente, defesa do consumidor e direitos trabalhistas.

Posteriormente se faz necessária a exposição do funcionamento do Direito

Internacional e da teoria dos Direitos Humanos a breve comentário sobre a efetividade da regulação das violações de tais direitos pelas relações internacionais.

Em uma quarta seção são feitos comentários acerca da Responsabilidade Social Empresarial e sua conexão com a função social da empresa e a importância de tais conceitos no contexto da problemática da indústria da moda internacional e no Brasil.

Em conclusão, são tecidos comentários acerca da interdisciplinariedade da questão e das propostas que vêm sendo levantadas em âmbito internacional, e no Brasil, para o controle dos danos gerados pela adoção de um modelo de consumo desequilibrado no setor de moda e sua transformação.

## **1 AS MAZELAS TRAZIDAS PELO MODELO “*FAST FASHION*”**

Nos últimos anos o mercado da moda, como diversos outros, sofreu mudanças geradas pela expansão das conexões, facilitação da troca de informações e o advento da internet. Em um mundo mais conectado e interativo do que nunca as demandas de consumidores mudaram, elas se intensificam ou se retraem diariamente, e muitos setores comerciais foram imensamente afetados por este processo de transformações contínuas advindas da globalização.

As demandas e a exposição se tornaram globais e o consumidor passou a interagir quase que instantaneamente com as marcas. As ofertas expandiram os horizontes da clientela e este fenômeno gerou novas tendências de serviço: prazos de entrega cada vez mais rápidos, atendimento de um perfil de cliente cada vez mais amplo, demandando produções cada vez em maior escala e criação de novos conceitos e novos estilos em cada vez menos tempo para manter a cadeia de consumo aquecida.

Os agentes do mercado entraram em um ciclo de expansão desenfreada, pois o acesso cada vez maior às tendências, semanas de moda, à exposição pela internet das “garotas propaganda” – atualmente intituladas “*it girls*” – transformou o estilo em uma “*commoditie*” cada vez mais valorizada. Perfis diferentes de consumidor<sup>1</sup>, com idades e níveis de renda

---

<sup>1</sup>Um novo perfil de consumidor, movido pela busca da estética mais barata, contribuiu para o aceleração da produção de moda. O objetivo é alcançar o pertencimento às últimas tendências internacionais, anunciadas nos canais de comunicação e nas redes sociais, mesmo que para isso seja preciso sacrificar durabilidade e qualidade do produto. Em verdade, estas duas características se tornaram obsoletas para a tendência de moda rápida, uma vez que as roupas têm sido substituídas, e até mesmo descartadas, com uma velocidade impressionante. As peças se tornam obsoletas e “fora de moda” em questão de semanas e novos estilos e palhetas de cores surgem nas vitrines, estimulando a compra de novas roupas. Tal processo traz as principais características do modelo intitulado “*Fast Fashion*”.

diferentes, estão expostos diariamente às novas tendências e sentem a necessidade de pertencer àquele estilo.

Os empresários do mercado de moda, por sua vez, investiram no aumento da produção e na fabricação de peças cada vez mais próximas das criadas por grifes de luxo, em termos de design, mas com material de pior qualidade e menor duração, possibilitando uma faixa mais acessível de preços – todas estas escolhas visando incentivar o consumo cada vez maior de produtos de moda.

A partir destas transformações citadas surgiu o modelo “*Fast Fashion*” de produção e comercialização da moda. A tendência ganhou seu nome popular por apresentar semelhanças ao estilo “*Fast Food*” do mercado de alimentos. Com cada vez mais seguidores e o surgimento de novas marcas de moda com estes ideais, o modelo de negócio parecia ser a fórmula empresarial ideal para alavancar as vendas do setor de vestimentas e acessórios e produção têxtil. Mesmo para os consumidores de moda parecia ser uma forma de democratizar o acesso ao estilo das passarelas com a fabricação de peças mais baratas e inseridas no estilo das últimas tendências. A economia deste setor atingiu números impressionantes de escalonamento da produção e do consumo, mas não sem qualquer custo para o meio ambiente e a sociedade internacional.

O modelo “*Fast Fashion*” se mostra insustentável a longo prazo não apenas do ponto de vista ambiental, mas também social, por violar direitos e incentivar práticas antiéticas de comércio. Sob a ótica da ética empresarial há um enorme obstáculo a ser removido no caminho para a construção de um novo modelo de mercado para a moda, que é a responsabilização dos empresários pelas grotescas violações de direitos cometidas ao longo da cadeia de produção têxtil.

A maioria das grandes marcas, principalmente aquelas que operam sob a lógica da Moda Rápida, desconcentram a produção e importam diversas fases da cadeia de fornecimento como meio eficaz para atingir a maior produção pelo menor preço. Assim, as violações ocorrem em países em desenvolvimento, dependentes da renda gerada pela indústria que, por essa razão, não sancionam leis com direitos trabalhistas mais amplos ou com maior responsabilização dos empresários pelas condições de trabalho ou pelos danos causados ao meio ambiente.

### **1.1 A desvalorização do produto de moda e do “*Fashion Business*”**

A produção de moda, apesar do enorme faturamento e do modelo complexo de

negócios que foi construído em torno desta atividade é, em última análise, uma forma de expressão da arte. Muito além da utilidade, que é inerente às peças de vestuário, o diferencial da empresa é a estética. O design é fator tão importante para esta indústria que, em alguns casos, já se admite que ela possa servir como sina distintivo de marca.

A “personalidade” e os fundamentos da marca são transmitidos ao público através de um conjunto meticulosamente articulado de fatores (como campanhas de “marketing”, estratégia de “branding”, investimentos diversos em área de produção e design) mas o principal embaixador da marca, que cria os laços com o público-alvo é, justamente, o produto. Na produção de vestuário grande parte da conexão que se estabelece com o consumidor é a identificação entre o estilo da marca e as experiências pessoais deste.

Apesar da grande dissidência de pensamentos que ainda permeia a questão da produção de design de moda como direito de propriedade intelectual, é inegável que a estética produzida pelo conjunto de ideias de um designer traduz parte da experiência e da construção da identidade da marca. Tanto se faz claro que já houve decisão da corte americana no sentido de reconhecer algumas peculiaridades como identificadores distintivos de marca<sup>2</sup>.

O modelo “*Fast Fashion*” de consumo acaba por desvirtuar essa ligação entre design, identidade e marca, pois dissemina a tendência de reprodução dos estilos da passarela para um mercado varejista de moda. A dedicação de esforços e investimentos, na produção criativa e uma peça de luxo, com design exclusivo, perde parte de seu valor agregado a medida que passa a ser reproduzido sem reprimendas por um preço muito menor.

Neste contexto percebemos uma degradação do valor do trabalho de designers e artesãos, além da depreciação do valor das vestimentas e acessórios como produtos. No contexto internacional podemos perceber a influência dessa desvalorização no comportamento dos consumidores que subutilizam e logo descartam as peças de vestuário.

## **1.2 O esgotamento dos recursos naturais e da integridade do meio ambiente**

Os problemas do modelo abordado relacionados com a degradação do meio ambiente são inúmeros e alarmantes. A indústria têxtil é altamente poluente, principalmente no que tange o comprometimento de recursos hídricos e à produção crescente de lixo. Além da poluição, a produção de algodão (não orgânico) também apresenta um desafio para a

---

<sup>2</sup>No direito americano, e também em alguns países europeus, é possível proteger determinadas peculiaridades de design, cor ou outra forma de apresentação visual como “trade dress”. Para mais informações sobre a proteção sob a categoria de “trade dress” ver o sítio oficial da INTA – International Trademark Association: <<http://www.inta.org/TrademarkBasics/FactSheets/Pages/Trade-Dress.aspx>>

preservação ambiental por se tratar de uma produção chamada “sedenta”, que exaure o solo onde é alocada, e por utilizar poderosos pesticidas para garantir a otimização da colheita.

Neste sentido, se faz necessário enfatizar que a indústria têxtil é uma das maiores responsáveis pela poluição de recursos hídricos no mundo, apesar de já existirem técnicas viáveis de reutilização e reciclagem da água advinda deste tipo de produção. A utilização de agentes químicos e toxinas na fabricação de roupas e no tingimento das peças e seu posterior lançamento em rios como descarte produtivo não só compromete a qualidade da água e, conseqüentemente, a fauna aquática como também a subsistência e a qualidade de vida de populações ribeirinhas.

Antes mesmo da crise de exposição negativa da indústria de moda em 2013<sup>3</sup> o Greenpeace já alertava a população sobre sérias violações aos direitos dos consumidores – as roupas são fabricadas com o uso de substâncias tóxicas capazes de gerar reais danos a saúde de quem as usa, sem que os consumidores tenham conhecimento disso. O uso destas toxinas prejudica a saúde do usuário das roupas, da população que constitui moradia próxima as zonas de produção e ao meio ambiente, porque são usadas na produção das peças e liberadas pelas fábricas como restos químicos, poluindo rios, lagos e lençóis freáticos<sup>4</sup>.

A produção crescente de lixo não é uma exclusividade do mercado da moda, mas sua contribuição é consideravelmente relevante para as marcas atingidas no ano de 2015. O descarte desenfreado de peças pelos consumidores e até pelas próprias marcas por serem consideradas obsoletas aumenta de forma dramática o problema da crise global de lixo, que já atinge níveis críticos segundo o Programa de Meio Ambiente da ONU<sup>5</sup> (UNEP)<sup>6</sup>.

Em 2006 o Instituto de Manufaturas da Universidade de Cambridge publicou um relatório informativo acerca das mazelas criadas, no Reino Unido, pela indústria de moda e, já naquele ano, eram elencados como danos gerados ao meio ambiente:

---

<sup>3</sup>A tragédia do desabamento do complexo Rana Plaza em Bagladesh trouxe a atenção da sociedade internacional para a capital da indústria têxtil mundial, responsável pela cadeia produtiva das principais marcas internacionais em diversos países. Foram realizadas investigações que trouxeram a tona as péssimas condições de trabalho, os salários abaixo do mínimo necessário para subsistência e casos de trabalho infantil que serviam de plano de fundo para o mercado mais glamouroso do mundo. As notícias foram extensamente divulgadas na mídia internacional.

<sup>4</sup>Os dados apresentados estão todos embasados em um relatório oficial do Greenpeace, publicado e divulgado internacionalmente. Para mais informações e uma descrição completa dos número divulgados, ver: GREENPEACE, Toxic Threads: The Big Fashion Stitch-Up. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org/international/Global/international/publications/toxics/Water%202012/ToxicThreads01.pdf>>

<sup>5</sup>Organização das Nações Unidas.

<sup>6</sup>O relatório se chama “Global Waste Management Outlook” e está disponível no sítio internacional da UNEP: <<http://www.unep.org/ietc/Portals/136/Publications/Waste%20Management/GWMO%20report/GWMO%20full%20report.pdf>>

“The sector’s contribution to climate change is dominated by the requirement for burning fossil fuel to create electricity for heating water and air in laundering. Other major energy uses arise in providing fuel for agricultural machinery and electricity for production.

Toxic chemicals are used widely in cotton agriculture and in many manufacturing stages such as pre-treatment, dyeing and printing.

Waste volumes from the sector are high and growing in the UK with the advent of ‘fast fashion’.

On average, UK consumers send 30kg of clothing and textiles per capita to landfill each year.

Water consumption – especially the extensive use of water in cotton crop cultivation – can also be a major environmental issue as seen dramatically in the Aral Sea region.”<sup>7</sup> (ALLWOOD; LAURSEN; RODRÍGUEZ; BOCKEN; 2006, p.2)

Este tipo de violação e irresponsabilidade representam exatamente as questões que deveriam ser reguladas de forma mais assertiva pelo direito interno (complementando e dando efetividade às normas de direito internacional) e pela diplomacia, pois trata-se de uma ameaça não só ao direito humano a um meio ambiente sadio como ao próprio direito à vida, uma vez que tais práticas ameaçam contundentemente as condições de vida no planeta.

### **1.3 A exploração irregular do trabalho e a violação de direitos humanos básicos na cadeia produtiva de moda**

Na última década, marcas internacionalmente conhecidas como Nike<sup>8</sup>, Primark e Zara<sup>9</sup>, foram acusadas de utilizar trabalho escravo – em alguns casos também infantil – em suas cadeias produtivas. A defesa dos empresários nestes casos se debruça na fragmentação da produção, adotada pela maioria dos empresários para baratear o custo de fabricação dos

---

<sup>7</sup>“A contribuição do setor para as mudanças climáticas é dominada pela necessidade de queima de combustíveis fósseis para criação de eletricidade utilizada para aquecimento de água e ar na lavagem. Outros principais usos de energia surgem com o provimento de combustível para máquinas agrícolas e produção a base de eletricidade. Químicas tóxicas são comumente usadas na agricultura do algodão e em muitos estágios da manufatura como o pré-tratamento, tingimento e impressão. O volume de restos do setor são altos e continuam crescendo no Reino Unido com o advento da “moda rápida”. Em média, os consumidores do Reino Unido enviam 30 kg de roupas e tecidos per capita para os aterros a cada ano. Consumo de água - especialmente o uso extensivo de água no cultivo de algodão - também pode ser um grande problema ambiental como visto dramaticamente na região do Mar de Aral.” (tradução nossa)

<sup>8</sup>As notícias sobre o uso de trabalho infantil escravo em fábricas contratadas pela Nike, uma das maiores vendedoras de artigos de esporte no mundo, começaram em 1991, mas até 2014 a marca ainda não tinha sido capaz de reestruturar completamente sua cadeia produtiva e ainda sofria com os danos causados à imagem e à identidade da marca, conforme noticiado pelo “The Wall Street Journal” em artigo disponível em: <<http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303873604579493502231397942>>

<sup>9</sup>A marca filha da Espanhola Inditex foi condenada pela contratação de trabalho análogo ao escravo no ano de 2011 no Brasil, conforme publicações disponíveis da Carta Capital e no sítio do Ministério Público. Além da condenação em 2011, a marca foi autuada em 2015 pelo descumprimento do Acordo firmado em 2011, ou seja, a situação não foi sanada e as condições de trabalho continuam a ser consideradas análogas à escravidão, mesmo em 2015. As matérias estão disponíveis nos sítios: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/mpt-convoca-zara-para-assinar-acordo>> e <<http://www.cartacapital.com.br/economia/zara-e-autuada-por-nao-cumprir-acordo-para-acabar-com-trabalho-escravo-8409.html>>

produtos.

O maior problema da fragmentação está nas subcontratações, que geralmente ocorrem por conta dos curtos prazos de entrega impostos pelos empresários contratantes. Quando este tipo de subcontratação ocorre, a fábrica contratada não notifica oficialmente a marca, que mais tarde pode alegar desconhecimento. Os trabalhadores subcontratados são submetidos a condições insalubres de trabalho e a uma carga horária de produção desumana, para atender aos prazos contratados.

Além das condições de trabalho, tanto na produção fabril, como nas fazendas de algodão, os trabalhadores são recompensados pelo serviço prestado com salários abaixo do mínimo necessário para subsistência<sup>10</sup>. Crianças são forçadas a trabalhar desde cedo para complementar a renda familiar ou são criadas sem a presença dos pais, que precisam se estabelecer em locais distantes para trabalhar e conseguir sustentar sua subsistência e a criação dos filhos.

O problema da força de trabalho da indústria têxtil é uma questão de responsabilidade. Os Estados não impõem regras definidas e coercitivas aos empresários que estabelecem suas fábricas, ou contratam fábricas locais, em seu território nacional. Também não há regras protetivas dos trabalhadores que garantam direitos básicos como condições mínimas de trabalho, limite de carga horária, garantia de um salário mínimo que seja suficiente para a subsistência, sem mencionar os direitos à férias. As fiscalizações, quando existentes, são inefetivas e apesar do conhecimento global da situação não são tomadas providências em prol de mudanças.

Apesar da problemática envolver países distintos, com soberania, mas com culturas e costumes diferenciados, ainda se trata da violação de direitos humanos básicos, defendidos e garantidos pela ONU<sup>11</sup>. Poucas iniciativas têm sido tomadas para que o empresário que contrata com fábricas em território diferente da sede empresarial seja responsabilizado em seu país de origem pelas condições fabris de trabalho. Neste sentido, como se verifica mais a

<sup>10</sup>Uma pesquisa desenvolvida pela “Accenture”, consultora internacionalmente conhecida para produção e tecnologia, e publicada pela “Consultancy.uk” revela que os trabalhadores da produção de vestimentas em Bangladesh recebem salários referentes a apenas 14% do salário mínimo necessário para subsistência (sendo o patamar mínimo definido pela “Asia Floor Wage”. O fator mais alarmante da pesquisa, no entanto, é que não houve qualquer modificação na porcentagem paga aos trabalhadores de 2001 a 2011, sendo este o único caso dentre as cidades exportadoras de produção fabril consideradas. A pesquisa está disponível por completo no sítio: <<http://www.consultancy.uk/news/2306/accenture-living-wage-supply-chain-basic-human-right>>

<sup>11</sup>Expostos na Declaração Universal de Direitos Humanos e na Carta da ONU documentos de relevância jurídica internacional. O Brasil também é signatário de diversos tratados e acordos internacionais que têm como temática principal os direitos humanos, mas no que diz respeito às violações apresentadas no presente artigo o mais relevante é a Convenção Americana sobre Direitos Humanos, promulgada pelo Brasil através do Decreto nº 678 de 1992.

frente neste trabalho, o movimento “Slow Fashion” surge como inspirador de um modelo completamente diverso, mais humanizado, para o mercado de moda.

## **2 O MOVIMENTO “*SLOW FASHION*” E SUAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS**

Em realidade, a mudança de paradigma trazida pelo movimento “*Slow Fashion*” e pela chamada “*Fashion Revolution*” não pode ser intitulada como uma nova tendência. Apesar de ocupar atualmente um espaço mais considerável na mídia, se iniciou com a conscientização e ação da fundadora da companhia “*People Tree*” há 20 anos. O momento de destaque do movimento ocorreu, justamente, após o desabamento do complexo fabril Rana Plaza, em Bangladesh.

O caso Rana Plaza atraiu a atenção da sociedade, que acompanhou suas ramificações ao longo dos anos com a demora para pagamento das indenizações das famílias, a estipulação de indenizações irrisórias e a falta de punibilidade dos responsáveis. A repercussão incentivou consumidores a iniciar uma busca por alternativas possíveis e já existentes para o consumo desenfreado, relacionado à tragédia.

### **2.1 Produção local, cadeia responsável de produção e comércio justo – um modelo de negócio alinhado com os princípios de responsabilidade empresarial**

Um dos princípios objetivos do movimento “*Slow Fashion*” é a verdadeira humanização do processo produtivo. Uma vez que a marca se preocupa com a qualidade da produção das roupas, ela inicia um ciclo de benefícios que vão além do pensamento simplista de obtenção de lucro.

Para que a fabricação tenha qualidade é preciso que a matéria-prima também tenha qualidade e se torna necessário o envolvimento da marca com início da cadeia produtiva. Com este engajamento do empresário em uma cadeia conhecida surgem responsabilidade e preocupação deste com o trabalho que constrói o produto.

A própria organização se torna fiscal da qualidade de condições de trabalho, de horas trabalhadas, de controle da qualidade de vida dos empregados e isto acontece porque quando o consumidor ou a mídia expuserem o processo de fabricação do produto final, o reflexo será diretamente relacionado à marca, para o bem ou para o mal.

No caso de empresa que aproveita a produção local da cidade do estabelecimento

comercial esta tendência fica ainda mais nítida, pois os fatores relacionados àquela atividade empresarial refletem diretamente na realidade da localidade, na qualidade de vida da população e na valorização do mercado interno, além de haver uma identidade entre a comunidade e a criação e evolução da marca.

## **2.2 Produção limpa e sustentável**

Os danos causados ao meio ambiente por décadas de produção humana irresponsável são mais visíveis e a preocupação de órgãos internacionais e organizações em prol da sustentabilidade têm se mostrado justificadas ao passo que aumentam as temperaturas, os desastres naturais se tornam mais recorrentes<sup>12</sup> e suas consequências se mostram cada vez mais prejudiciais, não para um continente, Estado ou povo, mas em nível global, afetando economias essenciais para segmentos centrais do mercado internacional.

O Brasil, neste quesito, tem a oportunidade de apresentar soluções pioneiras ao problema do cultivo de algodão, tendo em vista sua experiência de sucesso na produção de algodão orgânico, inclusive colorido, no agreste paraibano. O modelo de produção orgânica instaurado no estado da Paraíba já será replicado para disseminação no Mercosul<sup>13</sup>. São necessários investimentos em pesquisa para a modernização da produção de matéria-prima desta e outras indústrias, em prol de menor agressão ao meio ambiente.

## **2.3 Consumo consciente**

Um dos principais objetivos do movimento em prol da desaceleração da moda é a conscientização dos consumidores de moda, isto porque se trata de um mercado controlado e regulado por eles, sendo deles os anseios e comportamentos que direcionam todas as iniciativas das marcas.

Ao entrar no ciclo de consumo rápido o consumidor gera externalidades negativas para si mesmo, para o mercado e para a sociedade, mas nem sempre elas se manifestam tão intensamente em sua vida pessoal, apenas com anos de práticas desequilibradas de consumo é possível perceber os danos gerados. Os problemas variam entre dificuldades econômicas a problemas psicológicos na esfera pessoal.

---

<sup>12</sup>Segundo as pesquisas promovidas pelas Nações Unidas e obtidas pela “EM-DATA” através da ação do UNISDR (“*United Nations Office for Disaster Risk Reduction*”) de 1980 até 2012 foram registrados aumentos em todos os tipos de desastres naturais com o ápice de catástrofes ocorrido em 2006. O número de ocorrências de inundações quadruplicou ao longo dos anos avaliados.

<sup>13</sup>A produção de algodão orgânico não utiliza componentes químicos como pesticidas e agrotóxicos, desta forma, não sacrifica permanentemente o solo e demanda menos água para o cultivo. As informações são do portal oficial do país, no sítio: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2016/03/experiencia-brasileira-com-algodao-organico-sera-difundida-no-mercosul>>

A partir do momento em que o consumidor tem consciência de como e porque consome demais um determinado tipo de produto, é possível determinar medidas eficazes de balancear o consumo, contribuindo para um mercado justo, livre de abusos e excessos, e garantir a saúde econômica do consumidor e da sociedade de forma geral, diminuindo as externalidades negativas geradas pelo modelo “*Fast Fashion*”.

O respeito ao consumidor também está no controle que as marcas exercem sobre suas campanhas de marketing, da forma como elas escolhem produzir e em que quantidades comercializar os seus produtos. Da mesma forma que o consumidor brasileiro não deve ser instigado a comprar através da chamada propaganda enganosa, ele também não deveria ser impulsionado a comprar cada vez mais daquilo que não precisa, gerando danos a sua saúde econômica<sup>14</sup>. É preciso entender que parte da ética de vendas está, justamente, em evitar este tipo de prática em favor apenas do lucro e em detrimento de todo um segmento de clientela.

### **3 O DIREITO INTERNACIONAL, OS DIREITOS HUMANOS E O CONTROLE DOS DANOS GERADOS PELA INDÚSTRIA DA MODA**

A efetiva proteção dos direitos humanos é o ponto de partida para a discussão envolvendo a participação do direito internacional e das relações internacionais na regulação do mercado de moda. Isto porque, se levarmos em consideração as violações que são cometidas pelos fabricantes e pelas marcas em um contexto de desmembramento da produção, estaremos, na maioria das vezes, lidando com conflitos internacionais. O paradoxo desta relação se dá pelo fato de se tratarem de direitos tão fundamentais, importantes para toda a sociedade internacional e seu futuro, e ao mesmo tempo, tão difíceis de efetiva regulação e proteção na prática.

A teoria dos direitos humanos, encampada pela Organização das Nações Unidas,

---

<sup>14</sup>A propaganda enganosa e abusiva é vetada no Brasil pelo código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078 de 1990), em seu art. 37: “Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança”. Apesar do conceito de propaganda abusiva não levar em consideração a saúde econômica do consumidor, é possível perceber que a norma visa evitar abusos por parte dos empresários anunciantes, o que já determina uma tendência a condenar a perseguição exclusiva do lucro sem a consideração dos resultados sociais.

evoluiu e conquistou o mundo principalmente após o fim da Guerra Fria, no entanto, desde então encontra dificuldades no campo de sua aplicação prática. Primeiramente, se trata de um conceito amplo e vago, abrangente e modulável, desta forma não há que se falar em rigidez em seu cumprimento, em respeito à soberania nacional de cada país, e se torna possível a proteção seletiva pelos Estados com suas normas de direito interno. É exatamente o que ocorre na Índia, onde não são adequadamente regulados os direitos oriundos das práticas de trabalho, por exemplo, em prol de um valor competitivo para o seu mercado de principal relevância econômica: a indústria têxtil. Em verdade, não prevalece a universalidade dos valores humanos, mas sim negociações de acordo com as políticas externas de cada nação.

Apesar de imperfeito, o sistema internacional contemporâneo não sofre de total ineficácia. O direito internacional de proteção do indivíduo é articulado através de uma complexa dinâmica envolvendo as relações internacionais entre países, que não pode ser comparada com a efetivação da proteção de direitos humanos nos ordenamentos jurídicos de cada Estado (OSÓRIO, 2013).

O Direito Internacional dos Direitos Humanos, é a matéria responsável por regular as garantias da sociedade internacional e dos indivíduos, dentro ou fora de zonas ou épocas de conflito internacional. Internacionais, o que a diferencia do Direito Internacional Humanitário. As fontes materiais de tais direitos são a Carta da ONU, a Declaração Universal de Direitos Humanos e os Pactos Internacionais de 1966, no Brasil também a Convenção Americana de Direitos Humanos (Pacto de São José da Costa Rica). Sua aplicação é monitorada através da ação de Comitês especializados, e através da edição de Relatórios do Conselho de Direitos Humanos da ONU. Em âmbito regional, o Brasil atende à jurisdição da Corte Interamericana de Direitos Humanos e da Comissão Interamericana da OEA (Organização dos Estados Americanos), que atende especificamente aos casos americanos (OSÓRIO, 2013).

As críticas envolvendo o controle exercido pelo Direito Internacional concentram-se na falta de coercitividade, própria da atividade diplomática, que, à exceção do Conselho de Segurança da ONU, não possui formas diretas de coagir os Estados ao cumprimento dos acordos internacionais. É possível, no entanto, promover sanções econômicas e diplomáticas para tais descumprimentos, o que depende das decisões dos Conselhos das Nações Unidas.

Desta forma, o direito doméstico deve agir como agente complementar na luta contra a violação de Direitos Humanos. O que se precisa estimular é a criação de mecanismos que promovam a responsabilização dos empresários em seus países de origem – já existentes em países como Estados Unidos e Reino Unido – além da imposição de efetivas formas de

cumprimento do ordenamento jurídico interno, impondo maior transparência e responsabilidade na atividade empresarial<sup>15</sup>.

## 4 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E A FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

A expressão “Responsabilidade Social Empresarial” - RSE<sup>16</sup>, é conceito utilizado para descrever uma forma de autorregulação empresarial, promovida e encorajada pela ONU<sup>17</sup> e diversas outras organizações pelo mundo<sup>18</sup>. Basicamente, significa a instituição de princípios básicos para boas práticas empresariais que promovam os direitos fundamentais de empregados e da sociedade internacional, a sustentabilidade com respeito e cuidado do meio ambiente e a adoção de procedimentos éticos em todas as cadeias de produção.

Podemos elencar a RSE como uma ferramenta de promoção da função social da empresa, conceito bem mais abrangente que tem fundamento normativo na Lei nº 6.404 de 1976 e fundamento constitucional no art. 170, inciso III, da Constituição da República. O cumprimento da função social, no direito empresarial brasileiro, constitui um importante pilar da atuação comercial no país, ditando verdadeiras regras de conduta, com reconhecimento, inclusive dos tribunais superiores<sup>19</sup>, ou seja, não se trata de mera sugestão, mas sim de um requisito para o exercício regular da atividade econômica no Brasil.

Apesar de ainda haver certa discussão acerca das principais diretrizes do cumprimento

---

<sup>15</sup>No caso do Brasil, é importante que sejam definidos reais contornos para o cumprimento da Função Social da Empresa, por exemplo.

<sup>16</sup>Do inglês “*Corporate Social Responsibility*” descrito no “*Business Dictionary*” como “*A company's sense of responsibility towards the community and environment (both ecological and social) in which it operates. Companies express this citizenship (1) through their waste and pollution reduction processes, (2) by contributing educational and social programs, and (3) by earning adequate returns on the employed resources. See also corporate citizenship*”. Conceito disponível em: <<http://www.businessdictionary.com/definition/corporate-social-responsibility.html>>. O conceito empresarial já é bastante difundido e utilizado em diversos setores, principalmente na União Europeia, tendo a Comissão Europeia, inclusive, financiado um estudo da “*Guilde GmbH*” sobre o assunto.

<sup>17</sup>Em 2011 o Conselho de Direitos Humanos da ONU endossou de forma unânime o documento “*UN Guiding Principles on Business and Human Rights*” que contém diretrizes objetivas sobre responsabilidade social empresarial e estatal no atendimento aos direitos humanos.

<sup>18</sup>Podemos citar como exemplo a BSD - “*Business meets Social Development*”, que é uma sociedade privada de consultoria para implementação e monitoramento de normas e certificações nas áreas de Comércio Justo e Ético e Responsabilidade Social Empresarial. A missão instituída pela organização é “Contribuir para o desenvolvimento de negócios sustentáveis através da aplicação de práticas inovadoras que promovam a ética, a transparência e a responsabilidade social nas atividades das organizações.”

<sup>19</sup>Podemos citar como exemplo o julgamento da ADI 1.003-4 na qual o Supremo Tribunal Federal entendeu constitucionalmente adequada a ampliação das hipóteses de responsabilidade objetiva de seguradoras nas hipóteses de acidentes de trânsito (gerados por veículos automotores) com base na justiça social, no interesse público e no princípio da solidariedade. STF, Relator Ministro Celso Antonio de Mello, DJ 10.09.99.

da função social, no Brasil e principalmente na Europa, o pensamento doutrinário que prevalece é a favor de uma posição ativa e prestação efetiva de medidas em prol dos interesses sociais pelos empresários, e não apenas a adoção de um comportamento passivo, com abstenções em favor da coletividade (FRAZÃO, 2011, p. 423).

A globalização tem papel importante na mudança ocorrida no exercício da empresa no Brasil e no mundo, pois a comunicação e a era das mídias sociais geraram um empoderamento da sociedade como nunca antes, que por sua vez, vem demandando cada vez mais assertivamente uma conduta ética e responsável para que os empresários se mantenham competitivos em seus mercados.

Esta pressão social, gerada pela visibilidade que a internet inaugurou em nível mundial, reflete em todos os setores: produção; responsabilidade sobre o produto e sua criação; redução de custos; responsabilidade pelas matrizes utilizadas e possíveis danos causados ao meio ambiente; o respeito aos trabalhadores e seus direitos. Todos esses aspectos compõem um ideal de cidadania empresarial.

Desta forma, há uma imperatividade jurídica pelo cumprimento da função social da empresa e uma imperatividade mercadológica, gerada pela crescente pressão do mercado consumidor pela adoção de uma postura ética e sustentável. Uma forma de aliar estes requisitos e garantir o atendimento de ambos seria através da implementação de ideais socialmente responsáveis ao próprio núcleo empresarial, ou seja, fazer com que a responsabilidade social empresarial não seja apenas uma imposição externa, mas um objetivo ou missão interno e presente na própria companhia.

A responsabilidade social empresarial no âmbito interno, pressupõe, dentre outros elementos, a maior transparência, o compartilhamento de obrigações, a promoção do bem estar da comunidade, dos empregados, e a segurança dos acionistas ou sócios. Trata-se da adoção de um conceito de justiça para balizar as práticas da gestão empresarial, transformando-a em gestão sustentável.

No âmbito externo se traduz na criação de oportunidade social, atendimentos e incentivo de políticas públicas transformadoras, respeito e, se possível, preservação do meio ambiente e, principalmente, uma gestão de riscos transparente e equilibrada que gere externalidades positivas à sociedade. Em resumo, podemos dizer que a adoção de responsabilidade social empresarial como uma diretriz interna, traduz um esforço e comprometimento do empresário para a colaboração com a construção de uma sociedade mais

ética e justa.

O importante papel que a Responsabilidade Social Empresarial, como diretriz internacional, tem a exercer é possibilitar a efetividade das regras de direito já estabelecidas e confirmar que “as racionalidades específicas da economia e da política, longe de se transformarem em obstáculo para a eficácia de suas normas, sejam direcionadas para o cumprimento dos princípios fundamentais e para o atendimento do objetivo primordial da ordem econômica” (FRAZÃO, 2011, p.428).

A oportunidade de mudança nos paradigmas do exercício da empresa de dentro da própria atividade econômica é a verdadeira resposta para a ineficácia prática de ferramentas de controle e reafirmação da função social da empresa. É preciso incentivar os empresários do “*Fashion Business*” através de políticas de sustentabilidade e engajamento social, além de trazer o mercado consumidor para a discussão sobre violação dos direitos humanos no meio empresarial, para estimular a adoção da Responsabilidade Social Empresarial como pilar central das atividades empresariais no mercado da moda.

## CONCLUSÃO

Como elencado durante toda a explanação do presente trabalho, o mercado de moda passa por um momento de transformações forçadas, em meio a diversas controvérsias sobre as práticas de mercado empregadas na indústria têxtil. Envolvendo questões afetas aos direitos trabalhistas, aos direitos do consumidor, à preservação ambiental, ou seja, aos direitos fundamentais de forma geral, é evidente o papel central do Direito e da Diplomacia na questão.

Apesar da aparente ineficácia, ou da influência lenta, que estas duas instituições vêm apresentando com relação aos problemas do mercado da moda, é possível perceber uma movimentação social internacional em favor de novos hábitos e da renovação dos costumes anteriormente praticados.

Com as peculiaridades do Direito Internacional e das limitações impostas pela relação entre os Estados, é natural que as mudanças efetivas sejam um produto da movimentação social, que já tem mostrado frutos e inspirado uma nova tendência de empreendedores socialmente engajados ou, minimamente, socialmente responsáveis. Já existem, inclusive, marcos de intervenção estatal sobre o assunto, atuando no maior controle da responsabilidade

das marcas transnacionais sediadas em seu próprio território<sup>20</sup>.

Com relação a adoção de novas práticas éticas e sustentáveis, a indústria têxtil e o mercado de moda no Brasil têm o potencial de apresentar uma participação pioneira na construção desta nova realidade. O setor, que é economicamente promissor para o país, representado pela ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção, reconhece que ainda há muito que se fazer para combater problemas envolvendo a utilização de trabalho análogo ao escravo, trabalho infantil, agressões ao meio ambiente, irresponsabilidade no comércio de roupas que utilizam toxinas, falsificação e problemas referentes aos direitos de consumidores e etiquetagem de roupas<sup>21</sup>.

No entanto, diversas iniciativas já podem ser percebidas em toda a extensão do território nacional. Investimentos em pesquisa para produção de materiais orgânicos e o aumento do engajamento das marcas no consumo de produtos do mercado interno brasileiro têm crescido a cada ano, além da participação da ABIT em diversas iniciativas internacionais em prol de uma economia sustentável no mercado da moda internacional.

Além das iniciativas do próprio setor, as instituições do poder judiciário, principalmente no âmbito do Ministério Público do Trabalho, têm promovido campanhas contra o trabalho análogo ao escravo – inclusive de crianças – e fiscalizado assiduamente o funcionamento de fábricas, autuando as marcas<sup>22</sup> contratantes como corresponsáveis pelas condições impostas aos trabalhadores.

Os bons exemplos surgem, principalmente, dos novos empreendedores e dos micro e pequenos empresários, que têm se mostrado importantes embaixadores da ética empresarial e da sustentabilidade. No mercado da moda brasileira é possível identificar diversas marcas<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup>Países como os Estados Unidos e o Reino Unido já possuem em seus ordenamentos jurídicos um regramento específico para demandar dos empresários maior transparência com relação às suas cadeias produtivas. No Reino Unido entrou em vigor em Outubro de 2015 o chamado “Modern Slavery Act” documento que determina que as sociedades empresariais com faturamento superior a 36 milhões de libras divulguem um relatório anual evidenciando práticas ativas em prol da erradicação do trabalho escravo e do tráfico de pessoas em suas cadeias produtivas.

<sup>21</sup>Um relatório é produzido anualmente com o reconhecimento dos desafios do setor e as medidas que são implementadas para sua resolução, tal relatório referente ao ano de 2015 pode ser acessado através do sítio oficial da ABIT.

<sup>22</sup>A exemplo do caso envolvendo a marca europeia Zara, que, como já mencionado, voltou a ser autuada pelo MPT pelo descumprimento do Acordo assinado em 2011 acerca do trabalho escravo em fábricas contratadas no interior de São Paulo.

<sup>23</sup>Podemos elencar como exemplos a pioneira Flavia Aranha (que desenvolveu técnicas de tingimento natural feito no próprio ateliê) que investe na produção com algodão orgânico produzido em Goiás, e seda e lã trazidas do Sul do Brasil, além de outras marcas recentemente estabelecidas no mercado brasileiro: Coletivo de Dois, Gioconda Clothing, Orna Concept, Karmen, Linda Dellic, Heloisa Faria, dentre muitas outras que, infelizmente, ainda se concentram nos grandes centros urbanos do sudeste, sul e nordeste do Brasil. No entanto, é preciso frisar a clara tendência à disseminação do conceito no mercado brasileiro.

alinhadas com os ideais do modelo “*Slow Fashion*” que protagonizam iniciativas em prol do comércio justo, da produção local, do estímulo ao consumo consciente e à valorização das peças e acessórios. É preciso ampliar estas iniciativas, que não são exclusivas do empreendedorismo brasileiro, promovendo no mercado internacional da moda o encontro entre a valorização da estética e a ética empresarial.

## REFERÊNCIAS

ABIT. **Relatório de Atividades ABIT 2015**. Disponível em: <[www.abit.org.br/conteudo/informativos/relatorio\\_atividades/2015/relatorio2015.pdf](http://www.abit.org.br/conteudo/informativos/relatorio_atividades/2015/relatorio2015.pdf)> Acesso em: 17 de Setembro de 2016.

AGÊNCIA BRASIL. **Zara é autuada por não cumprir acordo para acabar com trabalho escravo**. Carta Capital, 13 Mai 2015, Economia. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/economia/zara-e-autuada-por-nao-cumprir-acordo-para-acabar-com-trabalho-escravo-8409.html>> Acesso em: 26 de Agosto de 2016.

BANJO, Shelly. **Inside Nike's Struggle to Balance Cost and Worker Safety in Bangladesh**. The Wall Street Journal, UK, 21 Apr 2014, Business. Disponível em: <<http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303873604579493502231397942>> Acesso em: 22 de Agosto de 2016.

BLOOMER, Phil. **Negotiating and fighting for a binding treaty on business and human rights**. The Guardian, UK, 27 Jul 2015, Global development professionals network. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2015/jul/27/negotiating-and-fighting-for-a-binding-treaty-on-business-and-human-rights>> Acesso em: 22 de Agosto de 2016.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília.

BUTLER, Sarah. **Firms in UK will have to reveal efforts to stop supply chain slavery and trafficking**. The Guardian, UK, 29 Jul 2015, Slavery. Disponível

em:<<https://www.theguardian.com/world/2015/jul/29/major-companies-in-uk-obliged-to-make-slavery-and-trafficking-statements>> Acesso em: 22 de Agosto de 2016.

CIETTA, Enrico. **A Revolução do Fast Fashion: Estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

CONCA, James. **Making Climate Change Fashionable - The Garment Industry Takes On Global Warming**. Forbes, UK, 03 Dec 2015, Nuclear energy and the environment. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climate-change-fashionable-the-garment-industry-takes-on-global-warming/#76d70316778a>> Acesso em: 22 de Agosto de 2016.

CONSULTANCY.UK. **Accenture: Living wage supply chain basic human right**. Consultancy.uk, 05 Aug 2015, News. Disponível em: <<http://www.consultancy.uk/news/2306/accenture-living-wage-supply-chain-basic-human-right>> Acesso em 26 de Agosto de 2016.

DOUZINAS, Costas. **O paradoxo dos direitos humanos**. Tradução de Caius Brandão. Texto parte do Projeto Revoluções, 2010. Disponível em: <<http://www.revolucoes.org.br/downloads>> Acesso em 25 de setembro de 2016.

FRAZÃO, Ana. **Função social da empresa repercussões sobre a responsabilidade civil de controladores e administradores de S/As**. São Paulo: Renovar, 2011.

GREENPEACE. **Toxic Threads: The Big Fashion Stitch-Up**. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org/international/Global/international/publications/toxics/Water%202012/ToxicThreads01.pdf>>. Acesso em: 19 de Setembro de 2016

GUILDE GmbH.. **O que é a Responsabilidade Social Empresarial?**. Disponível em: <<http://www.csr-training.eu/fileadmin/downloads/PT/PT.pdf>> Acesso em: 22 de Setembro de 2016.

MELLO, Celso D. de Albuquerque. **Curso de Direito Internacional Público**. Rio de Janeiro: Renovar, 2002, v.1.

MELLO, Daniel. **MPT convoca Zara para assinar acordo**. Carta Capital, 10 Nov 2011. Sociedade, Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/mpt-convoca-zara-para-assinar-acordo>> Acesso em: 25 de Agosto de 2016.

MINNEY, Safia. **Slow Fashion: aesthetics meets ethics**. Oxford: New Internationalist Publications Ltd., 2016

OSORIO, Luiz Felipe Brandão. **Direitos humanos, direito internacional e relações internacionais: uma reflexão crítica da teoria e aplicação no contexto contemporâneo**. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XVI, n. 117, out 2013. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=13710](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=13710)>. Acesso em 25 de Setembro de 2016.

PORTAL Brasil. **Experiência brasileira com algodão orgânico será difundida no Mercosul**. Portal Brasil, 01 Mar 2016, Economia e emprego. Disponível em:<<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2016/03/experiencia-brasileira-com-algodao-organico-sera-difundida-no-mercosul>> Acesso em: 20 de Setembro de 2016.

Reuters in Dhaka. **Rana Plaza collapse: 38 charged with murder over garment factory disaster**. The Guardian, UK, 18 Jul 2016, Rana Plaza. Disponível em:<<https://www.theguardian.com/world/2016/jul/18/rana-plaza-collapse-murder-charges-garment-factory>> Acesso em: 22 de Agosto de 2016.

SILVA, Ligia Neves. **Responsabilidade social empresarial e os paradigmas igualitários da justiça social**. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XIII, n. 82, nov 2010. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=8573#\\_ftn10](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=8573#_ftn10)> Acesso em: 25 de Setembro de 2016.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. **Global Waste Management Outlook**. Disponível em: <<http://www.unep.org/ietc/Portals/136/Publications/Waste%20Management/GWMO%20report/GWMO%20full%20report.pdf>> Acesso em: 15 de Setembro de 2016.

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT OFFICE. **Guide to Corporate Sustainability: Shaping a sustainable future.** Disponível em: <[https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN\\_Global\\_Compact\\_Guide\\_to\\_Corporate\\_Sustainability.pdf](https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN_Global_Compact_Guide_to_Corporate_Sustainability.pdf)> Acesso em: 22 de Setembro de 2016.

UNITED NATIONS HUMAN RIGHTS OFFICE. **Guiding Principles on Business and Human Rights.** Disponível em: <<https://business-humanrights.org/en/un-guiding-principles>> Acesso em: 22 de Setembro de 2016.

UNITED NATIONS OFFICE FOR DISASTER RISK REDUCTION. **Number of Climate-related Disasters Around the World (1980-2011)** Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/isdr/7460711188/in/album-72157628015380393/>> Acesso em 26 de Setembro de 2016.