

**CONGRESSO INTERNACIONAL DE  
DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS,  
TECNOLOGIA E INTERNET**

**ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, MEIO AMBIENTE E  
TECNOLOGIA**

---

A238

Administração pública, meio ambiente e tecnologia e formas de solução de conflitos e direito preventivo [Recurso eletrônico on-line] organização Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet: Faculdade de Direito de Franca – Franca;

Coordenadores: José Sérgio Saraiva, Maria Rafaela J. Bruno Rodrigues e Valter Moura do Carmo– Franca: Faculdade de Direito de Franca, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-918-6

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

Tema: Desafios da Regulação do Ciberespaço.

1. Direito. 2. Políticas Públicas. 3. Tecnologia. 4. Internet. I. Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet (1:2023 : Franca, SP).

CDU: 34

---

# CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS, TECNOLOGIA E INTERNET

## ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, MEIO AMBIENTE E TECNOLOGIA

---

### **Apresentação**

É com grande satisfação que apresentamos os Anais do Primeiro Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet, realizado entre os dias 12 e 15 de setembro de 2023, na Faculdade de Direito de Franca, composta por trabalhos apresentados nos Grupos de Trabalhos que ocorreram durante o evento, após rigorosa e disputada seleção.

Ditos trabalhos, que envolvem pesquisas realizadas nas mais diversas áreas do direito, mas primordialmente relacionados a temas centrados na relação entre o direito e o impacto das tecnologias, apresentam notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, buscando uma leitura atual e inovadora dos institutos próprios da área.

As temáticas abordadas decorrem de intensas e numerosas discussões que acontecem pelo Brasil, com temas que reforçam a diversidade cultural brasileira e as preocupações que abrangem problemas relevantes e interessantes.

Espera-se, então, que o leitor possa vivenciar parcela destas discussões que ocorreram no evento por meio da leitura dos textos. Agradecemos a todos os pesquisadores, colaboradores e pessoas envolvidas nos debates e organização do evento pela sua inestimável contribuição e desejamos uma proveitosa leitura!

Coordenação do Evento:

Alexandre Veronese (UnB)

Felipe Chiarello de Souza Pinto (Mackenzie)

José Sérgio Saraiva (FDF)

Lislene Ledier Aylon (FDF)

Orides Mezzaroba (CONPEDI/UFSC)

Samyra Naspolini (FMU)

Sílzia Alves (UFG)

Yuri Nathan da Costa Lannes (FDF)

Zulmar Fachin (Faculdades Londrina)

Realização:

Faculdade de Direito de Franca (FDF)

Grupo de Pesquisa d Políticas Públicas e Internet (GPPI)

Correalização:

Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI)

Faculdades Londrina

Universidade Federal de Goiás (UFG)

Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM)

Mestrado Profissional em Direito da UFSC

## **CONSUMO CONSCIENTE: O FUTURO DO FASHION LAW NO MUNDO DA REDES**

### **CONSCIOUS CONSUMPTION: THE FUTURE OF FASHION LAW IN THE DIGITAL AGE**

**Beatriz Anceschi dos Santos  
Yuri Nathan da Costa Lannes**

#### **Resumo**

O resumo expandido aborda os impactos negativos do fast fashion e enfatiza a importância da moda sustentável com propósito, destacando o papel crucial do fashion law na regulamentação do consumo consciente. O objetivo principal é analisar a influência do ciberespaço no consumo de moda e buscar alternativas conscientes em resposta aos desafios ambientais, utilizando uma abordagem dedutiva baseada em estudos bibliográficos. Dessa forma, a pesquisa visa direcionar a moda para um consumo mais responsável, com o apoio do fashion law para garantir regulamentações que promovam uma indústria alinhada aos valores sociais e ambientais.

**Palavras-chave:** Moda, Fast fashion, Sustentabilidade

#### **Abstract/Resumen/Résumé**

The expanded abstract addresses the negative impacts of fast fashion and emphasizes the importance of purposeful sustainable fashion, highlighting the crucial role of fashion law in regulating conscious consumption. The main objective is to analyze the influence of cyberspace on fashion consumption and seek conscious alternatives in response to environmental challenges, using a deductive approach based on bibliographic studies. Thus, the research aims to steer fashion towards more responsible consumption, with the support of fashion law to ensure regulations that promote an industry aligned with social and environmental values.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Fashion, Fast fashion, Sustainability

# 1 INTRODUÇÃO

O presente resumo expandido tem como objetivo discutir a importância da moda como instrumento de diferenciação e reconhecimento de identidades, bem como abordar o impacto do *fast fashion* na indústria da moda e a necessidade de adotar práticas mais sustentáveis no mundo digital. No contexto contemporâneo, a moda vai além da vestimenta e exerce influência em diversas áreas do cotidiano, como modelos de veículos, eletroeletrônicos, decoração, arte, política e ciência. Ela é vista como um constante abandono do passado e da tradição em buscado novo, sendo utilizada como forma de expressão e diferenciação social.

No entanto, com o advento da revolução industrial, a moda ganhou abrangência, mas manteve elementos diferenciadores de classes sociais. A chegada do *fast fashion* na década de 1990 ampliou o acesso à moda, porém, com consequências negativas. O *fast fashion* é caracterizado pelo ciclo interminável de produção em massa e descarte rápido de roupas baratas, incentivando o consumismo excessivo e causando danos ambientais significativos.

A produção em massa de roupas de baixo custo, para atender à demanda por moda rápida, muitas vezes é feita em condições de trabalho precárias, transmitindo a falsa ideia de que o *fast fashion* é sinônimo de acessibilidade e democratização. Isso levanta reflexões sobre o modelo de produção e consumo na indústria da moda, considerando os impactos socioambientais e a necessidade de promover um modelo mais equilibrado e responsável.

Sob essa perspectiva, surge o conceito de moda sustentável, que busca conciliar a produção e o consumo de moda com a saúde e o bem-estar da Terra e de todas as suas espécies vivas. A moda sustentável reconhece a interdependência entre as pessoas, o meio ambiente, a economia e a cultura, buscando criar roupas, acessórios e calçados que sejam produzidos, utilizados e descartados de maneira responsável e justa.

Diante do panorama atual, em um mundo cada vez mais conectado, a moda tem ganhado força e conquistado espaço na vida das pessoas. No entanto, a revolução digital e as redes sociais têm remodelado as relações de consumo, gerando ansiedade e esgotamento social e ambiental. A pandemia de COVID-19 intensificou ainda mais essa transformação, impulsionando o consumo de moda por meio do ambiente virtual, como e-commerce, redes sociais e aplicativos de compras.

Sendo assim, este trabalho pretende analisar as influências do ciberespaço no consumo sem propósito na indústria da moda, tendo em vista a frenético em um mundo esgotável. Será pesquisado sobre os empasses do atual modelo de consumo de Moda e como o Fashion Law deverá contribuir para consumo consciente como alternativa social e, principalmente,

sustentável. Assim, discutir sobre a necessidade de transformação em um planeta esgotável, bem como refletir sobre a urgência da conscientização ambiental, com medidas que estimulem a moda com propósito e o consumo consciente na Era Digital.

Como dito anteriormente, a problemática se remete à regulamentação de consumo consciente – sob perspectiva do Fashion Law – os impactos socioambientais das redes sociais, no mundo da moda. Portanto, para alcançar os objetivos propostos e, seguindo as orientações metodológicas, far-se-á uso do método dedutivo, que consiste em uma pesquisa no campo teórico, acerca de diferentes teorias já existentes, procedendo-se por meio das deduções, a fim de analisá-las e compará-las, objetivando uma reflexão a partir de ideias gerais para alcançar um ponto específico de maneira racional.

## **2 MODA COMO INSTRUMENTO DE DIFERENCIAÇÃO E RECONHECIMENTO DE IDENTIDADES**

Sabe-se que a moda permeia cada indivíduo, refletindo a evolução, mudanças e transformações da sociedade ao longo do tempo. Sua abrangência vai além da vestimenta e do ato de se vestir, sendo um conjunto de informações que influenciam comportamentos e alterações, abrangendo diversas áreas de conhecimento.

De acordo com Palomino (2003, p. 14), a moda é um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, unindo o simples uso das roupas no cotidiano a um contexto mais amplo, político, social e sociológico. Na perspectiva sociológica, por exemplo, ela pode ser definida de várias maneiras, pois além de abarcar aspectos de consumo, economia e indústria, é vista como um objeto de manifestação da vida social (GODART, 2010).

Sendo assim, neste capítulo, será explorada a moda como um instrumento de diferenciação e reconhecimento de identidades, visto que a moda vai além do simples ato de vestir-se, sendo um fenômeno complexo e abrangente que reflete as transformações sociais, culturais e históricas ao longo do tempo.

## **3 O IMPACTO DO FAST FASHION NA INDÚSTRIA DA MODA E A NECESSIDADE DA MODA SUSTENTÁVEL NO MUNDO DIGITAL**

Depois que os processos têxteis foram aprimorados com a Revolução Industrial no século XIX, o padrão de produção foi catapultado na década de 1990 com o barateamento

tanto da mão de obra quanto da matéria-prima na indústria têxtil, consolidando-se o conceito de *fast fashion*: a produção rápida para o consumo rápido e o descarte rápido.

Frisa-se que o *fast fashion* possui um impacto significativo no meio ambiente por meio das emissões de carbono. De acordo com o grupo ambientalista Stand, a indústria da moda é responsável por 10% das emissões anuais de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>).

Além disso, sabe-se que, para produzir em massa roupas baratas rapidamente, as empresas muitas vezes recorrem a condições inseguras, baixos salários e longas jornadas de trabalho. Como uma tentativa de expor as condições e precarização do trabalho hodiernamente, o documentário "*Inside Shein Machine: UNTOLD*" – produzido pela emissora britânica Channel 4 – explica o porquê do conceito de *fast fashion* ser o que torna a famosa Shein tão barata.

Dessa forma, é importante desmistificar a falsa ideia do *fast fashion* como gerador de empregos e produtor de moda com custo acessível, e, compreender seus efeitos negativos tanto para o meio ambiente quanto para as condições de trabalho.

No contexto do consumo no mundo da moda, é fundamental considerar não apenas as práticas sustentáveis no âmbito físico, mas também no ambiente digital. A influência das redes sociais e do mundo virtual no consumo de moda é cada vez mais significativa, e é necessário avaliar os impactos socioambientais dessas práticas.

André Carvalho, renomado autor e especialista em moda e consumo consciente, ressalta a importância de adotar práticas mais sustentáveis também no mundo digital. Ele destaca que as redes sociais têm um papel central na disseminação de tendências e na criação de desejos de consumo, muitas vezes incentivando um ciclo de consumo rápido e descartável. Carvalho ressalta que a moda é uma das indústrias mais poluentes do mundo, e o consumo excessivo e não consciente intensifica esse impacto negativo.

Ao discutir os impactos das redes sociais e do ambiente virtual no consumo de moda, é fundamental considerar o conceito de *fast fashion*. Essa abordagem se baseia na produção em massa de roupas baratas e de baixa qualidade, estimulando a compra frequente e descartando peças rapidamente. Essa mentalidade de consumo rápido e a busca incessante por tendências alimenta um ciclo de desperdício e impactos negativos no meio ambiente.

Para promover uma moda mais consciente no mundo digital, é necessário adotar estratégias que estimulem a moda com propósito e a moda circular. Uma abordagem importante é a valorização da qualidade e durabilidade das peças, incentivando os consumidores a investir em roupas de melhor qualidade, que durem mais tempo.

Sendo assim, é necessário destacar como o ambiente digital também pode ser utilizado

como uma ferramenta para promover a conscientização e a mudança de comportamento dos consumidores. Tendo em vista que, marcas e influenciadores podem utilizar as redes sociais para disseminar informações sobre moda sustentável, compartilhar dicas de consumo consciente e destacar iniciativas que promovam uma moda com propósito.

## **5 O PAPEL DO FASHION LAW NA FORMALIZAÇÃO DO CONSUMO CONSCIENTE E O FUTURO DO CONSUMO NO MUNDO DA MODA**

É importante examinar o papel do Fashion Law, tendo em vista a formalização do consumo consciente, como proposto por Amanda Oliveira da Câmara Moreira em seu livro "Fashion Law: A Proteção Jurídica do Design de Moda", que alerta sobre a regulamentação e políticas jurídicas na indústria da moda, visando a proteção dos direitos trabalhistas, a promoção da sustentabilidade e a garantia de práticas mais éticas.

A autora ainda destaca a necessidade de uma abordagem jurídica abrangente para lidar com os desafios enfrentados pela indústria da moda. Pois o Fashion Law desempenha um papel importante na proteção dos direitos trabalhistas dos profissionais do setor, garantindo condições de trabalho justas e seguras.

Além disso, o Fashion Law pode desempenhar um papel fundamental na promoção da sustentabilidade na indústria da moda. Políticas e regulamentos podem ser implementados para incentivar práticas sustentáveis, como o uso de materiais eco-friendly, a redução do desperdício e a adoção de processos de produção mais eficientes e menos poluentes. O Fashion Law também pode abordar questões relacionadas à transparência na cadeia de suprimentos, garantindo que os consumidores tenham acesso a informações claras sobre a origem e o impacto ambiental das roupas que estão comprando.

Dessa forma, fica clara a relevância de medidas legais e políticas públicas que podem ser adotadas para promover a transformação da indústria da moda em direção a um consumo mais consciente e responsável.

No último capítulo, será realizada uma análise prospectiva do futuro do consumo no mundo da moda, considerando as tendências e possíveis mudanças no comportamento do consumidor, com foco na busca por uma moda mais sustentável e consciente.

De acordo com pesquisa realizada pela McKinsey, aproximadamente 45% dos consumidores brasileiros consideram a sustentabilidade um fator importante nas decisões de compra, enquanto 60% dos entrevistados afirmaram estar dispostos a pagar mais por produtos

de marcas que adotam práticas sustentáveis (MCKINSEY, 2021).

Essa mudança de comportamento reflete uma crescente preocupação com o impacto ambiental da indústria da moda. Os consumidores estão buscando alternativas que reduzam o desperdício e promovam a economia circular.

Nesse sentido, é necessário os modelos alternativos de consumo e a economia circular, que tem se mostrado uma tendência promissora.

## 7 CONCLUSÃO

O presente trabalho aborda o tema da moda como instrumento de diferenciação e reconhecimento de identidades, com ênfase nos impactos do *fast fashion* e na necessidade de adotar práticas de moda sustentável no mundo digital. A moda é vista como uma expressão cultural que vai além do vestuário, influenciando várias áreas do cotidiano, e seu papel na construção de identidades individuais e coletivas é amplamente reconhecido.

No contexto contemporâneo, a indústria da moda passou por transformações significativas devido à revolução digital e às redes sociais, que moldaram as relações de consumo e geraram ansiedade e esgotamento social e ambiental. O *fast fashion*, caracterizado pelo ciclo acelerado de produção e descarte de roupas baratas, promoveu o consumismo excessivo e causou danos ambientais relevantes. Nesse cenário, surge a necessidade de repensar o modelo de produção e consumo, buscando uma moda mais sustentável e consciente.

No decorrer deste estudo, foram analisados os impactos socioambientais das redes sociais no consumo da moda, destacando a cultura de urgência e a influência do ambiente virtual no comportamento do consumidor. Discutiui-se o conceito de moda sustentável, reconhecendo a interdependência entre as pessoas, o meio ambiente, a economia e a cultura, ea busca por práticas responsáveis e justas na produção, uso e descarte de roupas.

O *Fashion Law* emergiu como um instrumento importante na formalização do consumo consciente, por meio da regulamentação e políticas jurídicas que visam à proteção dos direitos trabalhistas e ao estímulo de práticas éticas e sustentáveis na indústria da moda. Além disso, foram exploradas tendências e possíveis mudanças no futuro do consumo no mundo da moda, considerando modelos alternativos, como a economia circular e o compartilhamento de peças.

A partir das análises realizadas, verificou-se que as redes sociais exercem influência significativa no consumo da moda, gerando ansiedade e incentivando práticas insustentáveis.

No entanto, é notória a necessidade de promover a moda com propósito, adotando medidas que estimulem a sustentabilidade e conscientização ambiental, tanto por parte das empresas quanto dos consumidores. O *Fashion Law* surge como uma ferramenta importante para regular o mercado da moda no mundo virtual, estabelecendo diretrizes e políticas que promovam o consumo consciente e a moda sustentável.

Dessa forma, esta pesquisa contribui para a compreensão dos desafios enfrentados pela indústria da moda e aponta a importância de repensar o modelo de produção e consumo, visando uma moda mais sustentável, ética e responsável, tanto para o planeta quanto para as gerações futuras.

## **REFERÊNCIAS**

CARVALHAL, André. *Moda com Propósito: Manifesto pela Grande Virada*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

CLINE, Elizabeth L. *The Conscious Closet: The Revolutionary Guide to Looking Good While Doing Good*. New York: Penguin Books, 2019.

DONNELL, Alison; KLAUSER, Marci Zaroff. *Fashion Matters: Materiality and Modernity*. London: Bloomsbury Academic, 2018.

GOMES, Márcia. *Fast Fashion: A Sustentabilidade na Moda*. Lisboa: Pergaminho, 2018.

INSIDE THE SHEIN MACHINE: UNTOLD. Reino Unido: Channel 4, 2022. 1h. Documentário.

SANTOS, Amanda Oliveira da Câmara Moreira. *Fashion Law: A Proteção Jurídica do Design de Moda*. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2019.

SCAFIDI, Susan. *Who Owns Culture?: Appropriation and Authenticity in American Law*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2005.

WILBY, Alice. *Fashion, Ethics and Environment*. London: Bloomsbury Academic, 2014.