

**XXVI ENCONTRO NACIONAL DO
CONPEDI BRASÍLIA – DF**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

JOANA STELZER

RENATA DE ASSIS CALSING

CLAUDIA LIMA MARQUES

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte deste anal 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

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Claudia Lima Marques; Joana Stelzer; Renata de Assis Calsing - Florianópolis: CONPEDI, 2017.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-442-6

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Desigualdade e Desenvolvimento: O papel do Direito nas Políticas Públicas

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais.
2. Consumismo.
3. Superendividamento.
4. Responsabilidade civil. XXVI Encontro Nacional do CONPEDI (26. : 2017 : Brasília, DF).

CDU: 34



XXVI ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI BRASÍLIA – DF DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

Estes anais representam a consolidação de diferentes estudos realizados por pesquisadores e estudantes oriundos de diversos Programas de Pós-Graduação em Direito do Brasil que foram selecionados pelo sistema double blind peer review e apresentados e discutidos no Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo ocorrido por ocasião do XXVI Encontro Nacional do CONPEDI, realizado em Brasília, entre os dias 19 a 21 de julho de 2017. Sob o tema “Desigualdades e Desenvolvimento: O papel do Direito nas políticas públicas” e com a parceria da Universidade de Brasília (Curso de Pós-Graduação em Direito da UnB - Mestrado e Doutorado), o encontro mais uma vez oportunizou um espaço multidimensional para as mais variadas e vívidas discussões. O CONPEDI tem se consagrado ano após ano como maior e melhor evento da Pós-Graduação em Direito do País.

O Grupo de Trabalho se destacou pela profundidade na discussão de seus temas, onde podemos destacar estudos sobre as relações de consumo, com destaque para as situações de vulnerabilidade que dela podem decorrer; sobre o consumismo em um mundo globalizado e as dificuldades e novos desafios daí decorrentes; sobre o superendividamento em suas diversas nuances; e aspectos de responsabilidade civil e penal decorrentes do direito consumerista.

Os diversos temas que integram esse volume demonstram o incontestável esforço dos autores em trazer à luz temáticas com densidade teórica e complexidade, ou seja, características oportunas para os estudos em esfera de pós-graduação.

Esta coletânea conseguiu reunir uma massa crítica de cunho reflexivo sobre diferentes temas ligados à sua área de pesquisa que se encontram na vanguarda das discussões atuais, tanto no Brasil como no exterior. Os trabalhos promovidos no encontro presencial também possibilitaram novas reflexões acerca das pesquisas selecionadas, possibilitando uma interlocução entre diferentes grupos de pesquisadores, de diferentes regiões do país e comprometidas a continuar desbravando novos temas que consigam fazer a ponte entre a academia e a função do direito nas políticas públicas que visam reduzir as desigualdades sociais existentes hoje no Brasil.

Desta forma, é com imensa satisfação que as Coordenadoras desse Grupo de Trabalho apresentam esta obra. Pela novidade e profundidade de seus artigos, acreditamos em seu potencial de elevar as discussões entre os cursos de Pós-graduação no Brasil e os setores público e privado, a fim de que o estudo do Direito alcance, cada dia mais, sua função de transformação das relações sociais desiguais perpetuadas pela globalização do consumo, que abarcam as relações de produção de bens, de trabalho e capital, além do comércio, que é apenas o desfecho do ciclo do capitalismo moderno.

Prof^a. Dr^a. Claudia Lima Marques

Prof^a. Dr^a. Joana Stelzer (UFSC)

Prof^a. Dr^a. Renata de Assis Calsing (UDF)

A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL COMO SUPRESSÃO DA PRODUÇÃO FAST FASHION

THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS FAST FASHION PRODUCTION SUPPRESSION

Denise S. S. Garcia ¹
João Henrique Pickcius Celant ²

Resumo

A indústria da moda tem papel fundamental na sociedade capitalista atual, pois poderá ajudar na sustentabilidade, utilizando-se da Slow Fashion, ou então, ajudar no consumo exagerado e rápido, chamado de Fast Fashion. Em virtude disso, faz-se necessário a análise da relevância da responsabilidade social das empresas em dirimir os impactos causados pela Fast Fashion. Portanto, a pesquisa terá como objetivo AVERIGUAR como a responsabilidade social empresarial poderá ser relevante para dirimir os impactos da Fast Fashion. Na metodologia será utilizado o método indutivo na fase de investigação.

Palavras-chave: Fast fashion, Responsabilidade social empresarial, Consumo, Desenvolvimento sustentável, Impacto social

Abstract/Resumen/Résumé

The fashion industry plays a key role in today's capitalist society, as it can help in sustainability by using Slow Fashion, or help in exaggerated and fast consumption, called Fast Fashion. As a result, it is necessary to analyze the relevance of corporate social responsibility in resolving the impacts caused by Fast Fashion. Therefore, the research will aim to find out how corporate social responsibility may be relevant to resolve the impacts of Fast Fashion. In the methodology will be used the inductive method in the research phase.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Fast fashion, Corporate social responsibility, Consumption, Sustainable development, Social impact

¹ Doutora e Mestre em Direito Ambiental pela Universidade de Alicante. Professora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ciência Jurídica da UNIVALI. Mestre em Ciência Jurídica pela UNIVALI.

² Doutorando e Mestre em Ciência Jurídica pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI. Mestre em Derecho Público pela Universidad de Caldas - UCaldas. Professor universitário. jcelant@gmail.com.

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por objetivo analisar o conceito da *Fast Fashion* e da responsabilidade social empresarial e a relação desta para dirimir os impactos causados por aquela.

A escolha do tema se deu a partir da análise de que as empresas têm uma grande relevância para a diminuição dos impactos causados pela *Fast fashion*.

Por tudo isto, esta pesquisa terá como objeto a análise dos impactos da *Fast Fashion*, pois dificulta no objetivo de ambientalistas para que haja um desenvolvimento sustentável.

Tem como objetivo geral ANALISAR o conceito de *Fast Fashion* e de responsabilidade social e objetivos específicos VERIFICAR os impactos desse modo de consumo; e AVERIGUAR como a responsabilidade social empresarial poderá ser relevante para dirimir os impactos da *Fast Fashion*.

Portanto como problema central será focado no seguinte questionamento: Qual a importância da responsabilidade social empresarial para a diminuição dos impactos causados pela *Fast Fashion*?

A metodologia a ser aplicada será na fase de investigação o indutivo; na fase de tratamento de dados será o cartesiano e, dependendo dos resultados das análises, no relatório da pesquisa pode ser empregada a base indutiva e/ou outra que for mais indicada. Serão acionadas as técnicas do referente, da categoria, dos conceitos operacionais, da pesquisa bibliográfica e do fichamento.

Em linhas gerais é nesse universo que será desenvolvida a pesquisa, restando assim caracterizada sua relevância social, bem como contribuição à Ciência Jurídica.

1 A INDÚSTRIA *FAST FASHION*

Desde a Revolução Industrial¹, que aumentou consideravelmente o volume de produção de mercadorias a nível global, vivemos numa sociedade de crescimento desenfreado, o que resulta numa sociedade de consumo sem responsabilidade ou consciência

¹ “A revolução industrial pode ser estudada em três fases distintas e complementares: A primeira fase (1750 – 1860) é a chamada Revolução Industrial Inglesa, pois o processo de transformação sociais e a industrialização ocorreram somente na Grã-Bretanha. Esse período da Revolução Industrial foi impulsionada pela **indústria têxtil**, pelo carvão, pelo ferro e pela introdução do vapor. Quatro acontecimentos contribuíram para o processo de desenvolvimento da industrialização: a mecanização da indústria e da agricultura; a aplicação da força motriz na indústria; o desenvolvimento do sistema fabril e a aceleração dos transportes e das comunicações” (SHIGUNOV NETO; CAMPOS; SHIGUNOV, 2009, p. 51).

ambiental. Consumir e possuir bens representa mais do que simples aquisições, de modo que o valor agregado a esses objetos transcendem eles mesmos. “Em resposta à alienação generalizada, a cultura da mídia de massa vem avançando no campo de projeção de identificações, idealizando o consumo como compensação indireta para as frustrações cotidianas” (MACHADO; CEZAR, 2015, p. 4).

Segundo Ulrich Beck (2011, p. 23) vivemos em uma sociedade de risco, onde

[...] na modernidade tardia, a produção social de riqueza é acompanhada sistematicamente pela produção de riscos. Consequentemente, aos problemas e conflitos distributivos da sociedade da escassez sobrepõem-se os problemas e conflitos surgidos a partir da produção, definição e distribuição de riscos científico-tecnologicamente produzidos.

A luta é pela internalização desses riscos como forma de manutenção de uma vida plena e feliz, felicidade esta que precisa ser avaliada num contexto do ser e não do ter.

Assim, nessa era que se inicia, com o colapso da modernidade observa-se uma busca desenfreada pelo progresso tecnológico e a propagação de uma ideologia do consumismo constante. Como consequência, vivemos em um mundo no qual aquilo que produzimos precisa ser consumido o mais rápido possível, para que novas produções surjam. Se por um lado isto impede o homem a pesquisar, criar e produzir sempre mais, por outro acarreta um estado de finitude existencial do indivíduo que passa a buscar a felicidade apenas no consumo momentâneo de bens (SOARES, 2016, p. 52).

Serge Latouche (2014, p. 14) em sua obra *Hecho para tirar*, que traz o tema da obsolescência programada e psicológica, também traz uma crítica a essa sociedade de crescimento, afirmando que a sociedade de crescimento pode ser definida como uma sociedade dominada pela economia do crescimento, onde o objetivo principal e único é crescer por crescer, não se fala em crescer para que possam ser satisfeitas as necessidades já reconhecidas, o que seria justo. E tudo isso faz com que cresçam, de igual forma, a contaminação, os resíduos e a destruição do ecossistema planetário.

La obligación de vender más bienes, de innovar permanentemente, de fomentar un nivel siempre más alto de demanda de consumo es alimentada por la búsqueda del crecimiento. Pero ese imperativo es a partir de ahora tan poderoso que parece minar los intereses de aquellos a los que se supone debe servir (LATOUCHE, 2014, p. 15).

Diante dessa realidade de uma sociedade de crescimento/risco que possui um consumo desenfreado, há um aumento na quantidade de empresas da moda, que investem milhões no mundo todo e abarcam grande parcela da produção e do consumo mundial.

Não satisfeito, o grande número de produção e consumo, surge nos anos noventa² o conceito *fast fashion*, chamado de circuito curto ou *Quick Response System*, que nasce em Sentier, um bairro de Paris, com pequenos comerciantes do setor têxtil que começaram sua produção tardiamente, após a certeza de algumas tendências, para não errar e perder vendas (ERNER, 2005).

O sistema de *fast fashion* é a resposta da indústria a tal aceleração da demanda que se forma e que trabalha com quantidade limitada de mercadoria visando dois objetivos: reduzir as perdas se as vendas não forem satisfatórias quanto esperadas e dar a impressão de que os produtos são semi-exclusivos a um consumidor preocupado com produtos personalizados (DELGADO, 2008, p. 7).

Esse modelo é chamado de moda rápida, sendo adotado por diversas empresas, que alteram a sua coleção quase que semanalmente:

O encurtamento do ciclo de reposição dos estoques permite a atualização constante dos estilos postos a venda e, em consequência, exige dos fornecedores e subcontratados velocidade e flexibilidade para se adaptar à efemeridade das tendências, no entanto, o “lado negativo de *fast fashion* é que sua dependência em relação à produção rápida e flexível pode se traduzir em condições de trabalho precárias”.³

As empresas se preocupam mais com a individualidade das pessoas e o que elas estão acostumadas a usar no cotidiano, por isso muitas peças são esquecidas rapidamente:

O consumo exagerado de roupas e acessórios, tal qual a lógica do *fast fashion*, geram uma relação superficial entre produto e consumidor. Seu valor intrínseco e sua funcionalidade são deixados de lado e seu tempo de vida no mercado fica à mercê das mudanças da moda (CARVALHO, 2015, p. 58).

Porém, os consumidores desse sistema não devem prestar atenção apenas nos preços atrativos e mudança rápida de tendências, mas também em todas as etapas de produção, em que muitas vezes pode causar sérios impactos sociais e ambientais:

O sistema de moda marcado pelo consumo desenfreado e pela efemeridade baseado, principalmente, na indústria *fast fashion* acarreta consequências negativas para o meio ambiente. Muitas vezes as pessoas não percebem que desde a produção até o descarte, as peças passam por muitas etapas que envolvem o gasto e desgaste de recursos naturais (ARAÚJO; BROEGA, 2014, p. 4).

² A primeira teoria que surge acerca do *fast fashion* é na década de 1980, quando a Universidade da Carolina do Norte inicia pesquisas sobre como melhorar a flexibilidade, agilidade e diversidade de fabricantes e varejistas em uma séria e indústrias bens de consumo rápido, com respostas de mercado (SENHORAS; FERREIRA, 2016, p. 3).

³ CARVALHO, Felipe Ferreira Pires. **A terceirização na indústria têxtil e o trabalho em condições análogas às de escravo: um estudo do caso Zara (Inditex)**. Universidade de Brasília. 2015.p.58.

As consequências desse modelo *Fast Fashion* são marcantes, sendo debatido demasiadamente, principalmente por especialistas da moda e ambientalistas, conforme se vê a seguir:

Todavia, algumas empresas desse ramo estão projetando se envolver em uma produção sustentável, mesmo apresentando dificuldades pelo tamanho da sua escala de produção. Essa iniciativa vem mostrando que apesar de o consumismo ser ainda muito acentuado na população, muitas dessas pessoas estão assumindo o papel de formadores de opinião, se conscientizando e com sede de trazer essa visão ao planeta, da importância de se fabricar produtos renováveis, de buscar alternativas para substituição de um produto poluente por um 100% biodegradável, além de consumir menos e mais conscientemente (RIOS, 2016, p. 2).

Esse sistema vem atender um consumidor ávido, mas com pouco poder aquisitivo, eis que a produção advinda da *Fast Fashion* é de baixo custo e se utiliza na maioria das vezes de países com baixo PIB, com pouquíssimos recursos e com pouca proteção como, por exemplo, a China e Bangladesh.

Esses impactos não são perceptíveis apenas no âmbito interno da empresa, porém sim de forma externa, tendo em vista o fato do *Fast Fashion* ser um sistema globalizado, assim, tais impactos podem ser vistos também na estrutura empresarial:

[...] conclui-se que o fast-fashion apresenta-se como uma força dinâmica no mundo da moda que claramente transborda uma série de impactos com consequências, tanto, intranacionalmente, nas dinâmicas de consumo e produção, quanto internacionalmente na estruturação de relações hierarquizadas e assimétricas entre polos atratores e difusores de redes empresariais de fast-fashion (SENHORAS, 2016, p. 9).

As empresas que trabalham com esse sistema, portanto, se expandiram rapidamente e mundialmente, chegando ao alcance de um público de todas as classes sociais. Se por um lado tem-se uma democratização da moda, por outro propõe uma atenção redobrada dos consumidores quanto à produção, devendo-se observar o preço baixo que se paga nas peças (RIOS, 2016).

O sistema criado pela indústria *fast fashion* acarreta consequências negativas para o Meio Ambiente. Muitas vezes as pessoas não percebem que desde a produção até o descarte, as peças passam por muitas etapas que envolvem o gasto e desgaste dos produtos naturais. Esse sistema de moda está em oposição à sustentabilidade, mas já começam a aparecer contracorrentes na área, inclusive, vertentes como o *Slow Fashion*, que mostram ser possível aliar a moda e a sustentabilidade (ARAÚJO; BROEGA; MORA-RIBEIRO, 2014).

Uma empresa muito estudada quando se trata de Fast Fashion é a Zara, pois, inclusive já fora autuada pelo Ministério do Trabalho e Emprego, por estarem com 15 trabalhadores estrangeiros sujeitos às condições de trabalho análogas a de escravo (CARVALHO, 2015, p. 53). Tal condição advém do fato da produção ter que ser rápida, conforme se extrai a seguir:

O encurtamento do ciclo de reposição dos estoques permite a atualização constante dos estilos postos a venda e, em consequência, exige dos fornecedores a velocidade e flexibilidade para se adaptar à efemeridade das tendências, no entanto, o “lado negativo de *fast fashion* é que sua dependência em relação à produção rápida e flexível pode se traduzir em condições de trabalho precárias”.

O Estado não tem condições de lidar, sozinho, com os crescentes problemas sociais, entre eles a *Fast Fashion*, assim algumas empresas atuam na esfera social para compartilhar com o Estado tal responsabilidade, já que distribuindo suas atividades em diversos locais a sua atuação social aumenta.

Pela perspectiva de uma economia global, as corporações e conglomerados vão se expandindo, e esse poder econômico crescente implica uma influência cada vez mais decisiva no contexto social (CHAROUX, 2007, p. 19).

Grupos empresariais de *Fast Fashion* utilizam ferramentas e fórmulas para conquistar e encantar o seu público-alvo, adquirindo economia de escala. Ou seja, empresas de moda alteram as suas tendências, muitas vezes até semanalmente, fazendo com que se aumente o consumo, já que é a lógica desse modelo.

Aumentando o consumo, é necessário o aumento de produção, que conseqüentemente acarretará impactos sociais, econômicos e ambientais.

Impactos sociais, como o trabalho em condição análoga ao de escravo e de trabalho infantil é comumente em produção *Fast Fashion*, violando princípios constitucionais e, principalmente, a Dignidade da Pessoa Humana.

A mão de obra escrava é um grande problema quando se trata da *Fast Fashion*, pois a maioria das peças é confeccionada em países de baixa renda, existindo apenas mão de obra barata, e, por conseguinte, sem nenhuma regulação social ou ambiental. Isso afeta, diretamente, na Dignidade da Pessoa humana, em razão de não haver condições dignas de trabalho, nem mesmo salário compatível com a sobrevivência do trabalhador e de sua família.

Tal problema é terrificante, tendo em vista, em que, em pleno século XXI, ainda existir condições de trabalho análogas à de escravo é algo impactante na questão da eficácia

dos direitos fundamentais, pois reduzem a sua efetividade, contrariando a Constituição e os diversos tratados sobre direitos humanos, assinados e até ratificados, por muitos países.

Economicamente o sistema *Fast Fashion* também tem seu impacto ao reduzir o valor das roupas, sugerindo que as pessoas comprem cada vez mais, sem necessidade. Empresas, atualmente, apenas querem a lucratividade desse sistema, não pensando no que se gasta e se prejudica para a produção em demasia das peças.

A concorrência no mercado capitalista acarreta, cada vez mais, na produção varejistas, pois as empresas competem entre si para ver quem vende mais e quem ganha mais.

Tal impacto econômico está atrelado aos impactos ambientais, pois o sistema da *Fast Fashion* possui roupas descartáveis, tendo em vista a sua alternância de tendência e produção rápida, o que gera o descarte inapropriado das peças e o acúmulo em aterros sanitários, em que pese algumas irem para doação.

Ademais, as peças são cada vez mais confeccionadas por poliéster ou poli-algodão, que não são biodegradáveis, chegando aos oceanos e prejudicando a vida de animais marinhos. Afinal, para se produzir mais é necessário que se polua mais o ar e gaste mais água, levando o meio ambiente a sua degradação.

2 EXTERNALIDADES GERADAS PELA PRODUÇÃO DA MODA *FAST FASHION*

Percebe-se que diversas são as externalidades negativas geradas pela produção de produtos *fast fashion*, como, por exemplo, poluição ambiental, aumento do consumo irracional, pensamentos de dependência psicológica com o consumo, oscilações do mercado da moda mundial, etc. Porém um dos maiores problemas, que é a preocupação central deste artigo, é a utilização de mão de obra “barata” e na maioria das vezes, escrava.

O termo *sweatshops* define os locais especialmente utilizados pelas empresas têxteis onde as condições de trabalho são socialmente inaceitáveis, e o trabalho pode ser perigoso, difícil e com salários abaixo do mínimo aceitável (SILVA, 2014, p. 4).

Da terminologia *sweating system* derivou o termo *sweatshop*, criado nos Estados Unidos, no século XIX, para designar o local em que se desenvolve o *sweatingsystem*, um ambiente intermediário entre a residência e a oficina de trabalho do obreiro, com condições deficitárias de controle da produção e da proteção dos trabalhadores. Entre as suas principais características, encontram-se a aglomeração de diversas pessoas no mesmo local, jornadas de trabalho extenuantes, pagamentos irrisórios pelas peças produzidas, degradantes ou

inexistentes condições de higiene e segurança. Esse conjunto de fatores torna a confecção de roupas, por meio da extensa rede de subcontratações, um rincão de reserva em que os trabalhadores encontram-se despidos de seus direitos fundamentais e assenhorados para o chefe da casa, que possui, então, o condão de decidir sobre a vida e a morte dos obreiros.

Há uma estimativa de que pelo menos entre 50.000 e 75.000 crianças trabalhavam em indústrias têxteis nesse sistema, quando novas leis decorrentes de tratados internacionais da ONU⁴ e das normas internas de cada país proibiram o uso de mão de obra infantil em confecções, isso aproximadamente em 1992, várias delas migraram para trabalhos forçados no campo da mineração, contrabando de objetos roubados, tráfico de drogas e prostituição. Portanto, as violações das condições pioraram muito, em especial nos chamados países subdesenvolvidos (SILVA, 2014, p. 5).

Diante dessa triste realidade, a UNICEF fez uma declaração dizendo que o trabalho nas chamadas *sweatshops* era menos perigoso e exploratório que as novas atividades apresentadas. Triste inverdade, eis que mesmo sendo considerados trabalhos “mais amenos”, estes ainda continuaram desrespeitando as condições mínimas de um trabalhador e expõem crianças e adultos, na grande maioria, mulheres, a riscos de vida.

Os países que atualmente mais exploram os trabalhadores para esse tipo de produção são China, Bangladesh, África do Sul, Hong Kong e Taiwan. Nesses países os trabalhadores que buscam melhores condições de trabalho são espancados, ameaçados de morte e demitidos (SILVA, 2014, p. 5).

Outra realidade desses países é a existência de uma pobreza extrema que acaba se submetendo a qualquer coisa para poder “sobreviver”, bem como a quase completa ausência de leis trabalhistas eficazes que possam proteger essas pessoas.

Existem vários relatos tristes que demonstram as atrocidades cometidas por essas “indústrias da moda”, apresentam-se alguns destes como forma de tentar demonstrar a gravidade do tema:

1) Na Tailândia, sete crianças com menos de 10 anos estavam sentadas no chão montando bolsas em uma oficina de falsificação, cujos donos haviam quebrado as pernas das crianças e amarrado a perna inferior na coxa de modo que os ossos não se solidificassem e as mesmas ficassem sentadas trabalhando ininterruptamente (THOMAS, 2008, p. 263).

2) Na Índia, Aekesh de 5 anos, brincava na rua quando um homem o raptou juntamente com seus amigos para trabalhos forçados na indústria de fiação de carpetes.

⁴ Exemplo seria o *Child Labor Deterrence Act* de 1992, feito pelo senador Tom Harkin (SILVA, 2014, p. 5).

Ficaram sob poder dos raptadores por 9 anos, e dois destes morreram – um levou um tiro quando tentou fugir e outro adoeceu e morreu sem tratamento médico. Foram resgatados aos 14 anos, malnutridos, machucados e tão traumatizados que mal conseguiam falar (SILVA, 2014, p. 5).

3) Na China, um trabalhador saiu de uma fábrica em Guangzhou após 24 horas seguidas de trabalho desmaiou e morreu; um fabricante citou que este é apenas um em milhares de casos que ocorrem na China (THOMAS, 2008, p. 187).

4) Existe também o caso de uma indústria têxtil que funcionava em Bangladesh. Em um dos centros comerciais de confecção situado em Savar, subúrbio de Bangladesh, havia um prédio de 08 andares que circulava em média 5.000 trabalhadores por dia. Após rachaduras localizadas em suas paredes, mesmo após comunicados do perigo de desabamento desse prédio, costureiras foram obrigadas a continuar trabalhando sob pena de terem o dia descontado. Na manhã de 24 de abril de 2013, o prédio desabou e os bombeiros afirmam que aproximadamente 2000 pessoas trabalhavam no local (SILVA, 2014, p. 11)⁵.

Há quem defenda a evolução desse tipo de indústria e comércio, afirmando que seria melhor isso do que nada sob o argumento de que essas pessoas devem agradecer por terem um emprego e poderem sobreviver, o que na verdade é uma falácia construída pelas empresas têxteis opressoras que querem a qualquer custo o lucro rápido e alto. Contudo, a partir da realidade observada e apresentada acima através de alguns exemplos citados acima, a nosso ver, não existem argumentos existentes e possíveis para a sua defesa.

[...] o Relatório de Consumo Verde e Ético da Mintel destaca que o uso do trabalho infantil é uma das maiores preocupações dos consumidores, estando ao lado da reciclagem, do aquecimento global, da energia renovável e da destruição de florestas. Além disso, '[...] 76% das pessoas acham que o fim do trabalho infantil e da exploração da mão de obra são muito importantes para a produção ética, seguidos por itens como oferecer um preço justo aos produtores (60%) e limitar os danos causados ao meio ambiente (50%).' (LEE, 2009, p. 100) (SCHULTE; LOPES, 2013, p. 198).

Verifica-se que várias são as externalidades negativas geradas por essa atividade econômica exploratória praticada pelas empresas têxteis que se utilizam de uma produção *fast fashion*, como, por exemplo: trabalho escravo, violação de direitos humanos, problemas de saúde, psicológicos.

⁵ Esse fato também pode ser visto no documentário THE True Cost, 2015.

3 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

A necessária expansão da consciência coletiva com relação ao meio ambiente e a complexidade das atuais demandas sociais e ambientais que a sociedade repassa às organizações empresariais, induzem a um novo posicionamento por parte dos empresários quanto a essas questões.

Nesse contexto nasce a responsabilidade Social Empresarial, que é o constante compromisso das empresas em adotarem posturas éticas com o intuito de contribuir para o desenvolvimento econômico, e, por conseguinte, no favorecimento da qualidade de vida dos seus trabalhadores e da comunidade em geral (MORO, 2016, p. 31).

Conceitua-se ainda como:

[...] estratégias pensadas para orientar as ações das empresas em consonância com as necessidades sociais, de modo que a empresa garanta, além do lucro e da satisfação de seus clientes, **o bem-estar da sociedade**. A empresa está inserida nela e seus negócios dependerão de seu desenvolvimento e, portanto, esse envolvimento deverá duradouro. É um comprometimento (TOLDO, 2002, p. 71-102).

Esse conceito deve expressar compromisso com a adoção e a difusão de valores, conduta e procedimentos que induzam e estimulem o contínuo aperfeiçoamento dos processos empresariais, para que também resultem em preservação e melhoria na qualidade de vida da sociedade do ponto de vista ético, social e ambiental (TACHIZAWA, 2011, p. 68).

Verifica-se que a responsabilidade social empresarial não está preocupada somente com o bem-estar das pessoas que trabalham na empresa, mas também com a necessária melhoria na qualidade de vida de toda sociedade.

Denota-se nas externalidades apresentadas no desenvolvimento da indústria *fast fashion* que os impactos gerados extrapolam completamente o nível interno da empresa, mas também abala toda a sociedade. Uma empresa que tenha o compromisso social, portanto, nunca adotaria esse tipo de produção.

Com tal enfoque, a Responsabilidade Social Empresarial tem como intuito diminuir os estragos causados pelo enfraquecimento das políticas públicas, e por isso pode ter um relevante papel para dirimir os impactos desse modo de consumo de tendências.

Segundo estudos do IDEC, investir na Responsabilidade Social Empresarial é uma maneira estratégica para a manutenção do lucro a longo prazo, conforme descreve Adriana Charoux (2007, p. 13):

Numa Terceira visão, a Responsabilidade Social Empresarial já é entendida como elemento crucial da estratégia de negócios, ou seja, investir em SER é um modo de diferenciar o produto, agregando valor à marca, algo intangível, mas vem adquirindo crescente valorização em face da competitividade de mercados. Nessa visão, as empresas já assumem que a SER é um modo de assegurar sua longevidade.

Tal responsabilidade vai muito além da adoção, difusão e preservação de condutos que melhorem a qualidade de vida da sociedade e da empresa, pois o conceito de responsabilidade social é relativo ao de governança corporativa:

Segundo o autor, responsabilidade social relaciona-se ao conceito da governança corporativa e da gestão empresarial em situações cada vez mais complexas, nas quais questões ambientais e sociais são crescentemente mais importantes para o êxito e a sobrevivência nos negócios. Insere-se, ainda, no contexto internacional da globalização dos mercados (TACHIZAWA, 2011, p. 68).

Assim, a Responsabilidade social vai muito além de cumprir efetivamente obrigações jurídicas, bem como legislações de matéria ambiental e social:

A concepção de SER implica novo papel da empresa dentro da sociedade, extrapolando o âmbito do mercado, e como agente autônomo no seu interior, imbuído de direitos e deveres que fogem ao âmbito exclusivamente econômico. A empresa é vista cada vez mais como um sistema social organizado em que se desenvolvem relações diversas, além das estritamente econômicas (DIAS, 2011, p. 175).

Vê-se, então, que a empresa ao ir além das suas obrigações, desloca para si interações sociais, muito relevantes para a realidade da empresa:

[...] em decorrência da competitividade e concorrência no mundo dos negócios, a empresa não deve permanecer isolada de setores diversos da sociedade e, portanto, deve aproveitar os espaços de interlocução que estão ao seu alcance. Ou seja, ela deve saber interagir com os atores sociais que atuam no seu interior, como as entidades de representação de trabalhadores e também manter e renovar a confiança e o respeito mútuo em suas relações com grupos externos, tais como fornecedores, clientes, instâncias governamentais e instituições de crédito (JACQUES, 2015, p. 123).

Tal cenário é visto, inclusive, como uma mudança da ideia de Responsabilidade Social Empresarial:

Se antes a RSE era vista apenas como práticas de cidadania empresarial, cujas ações limitavam-se ao financiamento de atos de assistencialismo que fortaleciam o paternalismo das organizações (ALESSIO, 2004), atualmente, o debate e os protocolos passam a incluir a empresa e sua rede de produção (empresas terceirizadas, subcontratadas e quarterizadas) (JACQUES, 2015, p. 132).

Perceptível, então, que a *Fast Fashion* gera diversos impactos na sociedade, de diversas formas, conforme explicitado nos itens trabalhados anteriormente neste artigo e as empresas tem um relevante papel para dirimir esses problemas.

O papel das organizações está mudando, ainda lentamente, mas com rumo definido para uma maior responsabilidade social, inserindo-se como mais um agente de transformação e de desenvolvimento nas comunidades; participando ativamente dos processos sociais e ecológicos que estão no seu entorno e procurando obter legitimidade social pelo exemplo, e não mais unicamente pela sua capacidade de produzir. Ao seu papel econômico, que continua fundamental, agrega-se outro que assume conscientemente, de assumir maior responsabilidade social, onde se inclui a perspectiva ambiental (DIAS, 2011, p. 183).

Assim, a responsabilidade social empresarial deve atuar de acordo com um uma responsabilidade social que se concretiza no respeito aos direitos humanos, na melhoria na qualidade de vida da comunidade e da sociedade mais geral e na preservação do meio ambiente natural (DIAS, 2011, p. 175).

As discussões sobre responsabilidade social receberam considerável destaque no lançamento do Pacto Global pelas Nações Unidas em 1999, quando o secretário geral da ONU, Kofi Annan, apresentou dez princípios universais a serem adotados pelas empresas para uma globalização mais humanitária:

Princípios de Direitos Humanos

1. Respeitar e proteger os direitos humanos
2. Impedir violações de direitos humanos

Princípios de Direito do Trabalho

3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho
4. Abolir o trabalho forçado
5. Abolir o trabalho infantil
6. Eliminar a discriminação no ambiente do trabalho

Princípios de Proteção Ambiental

7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais
8. Promover a responsabilidade ambiental
9. Encorajar tecnologias que não agridem o meio ambiente

Princípio contra a Corrupção

10. Combater a corrupção em todas as suas formas inclusive extorsão e propina (DIAS, 2011, p. 175).

De uma simples leitura já se percebe que a forma de produção *fast fashion* viola a maioria desses Princípios Universais e mais do que nunca deve ser combatida. Não restam dúvidas, de tudo que foi exposto, que uma empresa que se utiliza de uma gestão voltada para uma responsabilidade social e ambiental, nunca adotaria essa forma de produção que abala toda uma sociedade.

Vê-se, porém que não basta a mudança de atitudes dentro da gestão empresarial é importante também lembrar que o consumidor do futuro deve privilegiar não apenas o preço e qualidade dos produtos, mas, principalmente, o comportamento social das empresas fabricantes desses produtos, buscando verificar a forma de produção do bem que está consumindo, deixando de ser hipócrita pensando que pode comprar mercadorias com baixíssimos preços sem que por traz disso tenha exploração de pessoas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer dos anos houve um aumento considerável no consumo, isso ocorrer a partir da Revolução Industrial que com sua produção em massa despertou na sociedade essa necessidade de ter cada vez mais.

A moda sempre foi uma das grandes responsáveis por esse consumo voraz e para atender a essa demanda, surgiu a partir dos anos noventa a chamada *fast fashion*.

Esse tipo de produção vem atender a um consumidor voraz e com pouco poder aquisitivo, pois que esse tipo de produção é de baixo custo, eis que se utiliza na maioria das vezes de países carentes e sem proteção trabalhista, o que possibilita, na grande maioria das vezes, uma produção em sistema análogo ao do escravo.

Verificou-se que esse tipo de produção gera várias externalidades negativas e isso causa um custo social e ambiental. Exemplos dessas externalidades seriam, a poluição ambiental, o aumento do consumo irracional, pensamentos de dependência psicológica com o consumo, oscilações do mercado da moda mundial, e principalmente a mão de obra 'barata' e na maioria das vezes, escrava.

Dentro desse contexto, o presente artigo apresentou a possibilidade de amenização dessas externalidades negativas geradas pela produção *fast fashion* com a utilização dos conceitos ligados a responsabilidade social empresarial.

Considerando que a responsabilidade social empresarial visa a melhoria da qualidade de vida das pessoas tanto de seus funcionários como de toda a sociedade, com a concretização e respeito aos direitos humanos, à dignidade da pessoa humana, a abolição do trabalho escravo e infantil, não restam dúvidas de que esta é uma importante ferramenta para o combate da produção exploratória das empresas que se utilizam da *fast fashion*.

Há que se destacar, porém que nada disso será possível se não houver uma mudança de mentalidade do consumidor, enquanto houver quem consuma esses produtos advindos da *fast fashion*, haverá empresas operando dessa forma exploratória e desumana.

REFERÊNCIA DAS FONTES CITADAS

ARAÚJO, Mariana. BROEGA, Ana Cristina. **Sustentabilidade na Moda e o Consumo Consciente**. XIX Seminário Acadêmico da APEC. Barcelona, 2014.

ARAÚJO, Mariana; BROEGA, Ana Cristina; MORA-RIBEIRO, Silvana. Sustentabilidade na moda e o consumo consciente. *In: Seminário Acadêmico da APEC: O Local, o Global e o Transnacional na Produção Acadêmica Contemporânea*, 19, junho de 2014, Barcelona. **Anais...** Barcelona: APEC, 2014.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade**. Trad. Sebastião Nascimento. São Paulo: Editora 34, 2011.

CARVALHO, Felipe Ferreira Pires. **A terceirização na indústria têxtil e o trabalho em condições análogas às de escravo: um estudo do caso Zara (Inditex)**. Universidade de Brasília. 2015.

CHAROUX, Adriana Guazzelli. **A ação social das empresas: quem ganha com isso?** São Paulo: Peirópolis, 2007.

DELGADO, Daniela. Fast Fashion: estratégia para conquista do mercado globalizado. **Modapalavra e-periódico**, ano 1, n. 2, ago-dez. 2008.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda? Como a criamos, por que a seguimos.** São Paulo: Senac, 2005.

IDEC, **Guia de responsabilidade social para o consumidor.** <http://www.idec.org.br/>. Consultado em 12 de maio de 2017.

JACQUES, Caroline da Graça. **Trabalho decente e responsabilidade social empresarial nas cadeias produtivas globais: o modelo fastfashion em Portugal e no Brasil.** Universidade Federal de Santa Catarina. 2015. Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/135124>>

LATOUCHE, Serge. **Hecho para tirar.** La irracionalidad de la obsolescencia programada. Barcelona: Editorial Octaedro, 2014.

MACHADO, Anaclara Toscano de Britto; CEZAR, Marina Seibert. Precisamos falar sobre o trabalho forçado: uma análise do comportamento atual sobre o consumo em massa. *In:* Encontro Nacional de Pesquisa em Moda, 5, junho de 2015, Novo Hamburgo - RS, **Anais...** Novo Hamburgo: Feevale, 2015. Disponível em: <goo.gl/m1p1bzcontent_copyCopy short URL>. Acesso em: 22 de fevereiro de 2016.

MACHADO, Anaclara Toscano de Britto. **Precisamos falar sobre o trabalho forçado: uma análise do comportamento atual sobre o consumo em massa.** 5º Encontro Nacional de Pesquisa em Moda.

MORO, Rita de Cássia Lopes. **Responsabilidade social na cadeia de fornecedores do varejo de vestuário de moda: estudo de múltiplos casos.** São Paulo: USP. 2016. Disponível em <<http://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/1001/tde-26112016-204057/pt-br.php>>. Consultado em 12 de maio de 2017.

RIOS, Marina Pereira. **Fast Fashion, Sustentabilidade e Eco-têxteis.** 3º Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda, 12º Colóquio de Moda. 9ª Edição Internacional. 2016..

RIOS, Marina Pereira. Fast Fashion, sustentabilidade e eco têxteis. *In:* Colóquio de Moda, 12, setembro de 2016, João Pessoa – PB. **Anais...** João Pessoa: UNIPÊ, 2016.

SHIGUNOV NETO, Alexandre. CAMPOS, Lucila Maria de Souza. SHIGUNOV, Tatiana. **Fundamentos da gestão ambiental**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2009.

.SOARES, Josemar Sidinei. Dignidade e Sustentabilidade: fundamentos para uma responsabilidade pessoal, social e jurídica. *In*: REAL FERRER, Gabriel; DANTAS, Marcelo Buzaglo; SOUZA, Maria Claudia da S. Antunes de (orgs.); BODNAR, Zenildo; GARCIA, Denise Schmitt Siqueira; PILAU SOBRINHO, Liton Lanes (cords.). **Sustentabilidade e suas interações com a Ciência Jurídica**: tomo 01 da Coleção Estado, Transnacionalidade e Sustentabilidade. Itajaí: Univali.

SENHORAS, Elói Martins; FERREIRA, Rita de Cássia de Oliveira. Mapeando o segmnto da moda fast-fashion. *In*: Congresso Internacional de Moda e Design, 3, 2016, Buenos Aires. **Anais...** Buenos Aires: CIMODE/UBA, 2016.

SILVA, Cleber Máximo da. Tráfico de pessoas e trabalho escravo na indústria têxtil. *In*: ETIC - ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 10, 2014, Presidente prudente. **Anais do Encontro de Iniciação Científica do Centro Universitário "Antonio Eufrásio de Toledo" de Presidente Prudente**, Presidente Prudente: Faculdades Integradas "Antonio Eufrásio de Toledo", 2014. Disponível em: <<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/revista/index.php/ETIC/article/view/4312/4071>>. Acesso em: 22 de fevereiro de 2017.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana. A moda no contexto da sustentabilidade. **Moda Palavra e-Periódico**, ano 6, n. 11, jul-dez 2013.

THOMAS, Dana. **Deluxe, como o luxo perdeu seu brilho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

TOLDO, Marisa. Responsabilidade social empresarial. Instituto Ethos. **Responsabilidade social das empresas**: a contribuição das universidades: São Paulo: Fundação Petrópolis, 2002.

THE True Cost. Direção: Andrew Morgan, Estados Unidos: BullFrog Films, 2015. (92 min).

TACHIZAWA. Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.