

15 DO FAST FASHION A CRIAÇÃO DE UMA CADEIA DE VALOR: BREVES REFLEXÕES SOBRE AS AÇÕES DO SETOR TÊXTIL BRASILEIRO NA BUSCA POR UMA CADEIA PRODUTIVA MAIS SUSTENTÁVEL

Luiz H. Eccel
Luiz A. Vogel

Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar breves reflexões sobre a evolução das discussões sobre meio ambiente e sustentabilidade no cenário nacional e internacional e como isso tem impactado governos, empresas e pessoas. Também se busca discutir os impactos do *fast fashion*, da obsolescência psicológica e do consumismo na sustentabilidade do setor têxtil brasileiro. Por fim, são apresentadas algumas ações desenvolvidas pelo varejo têxtil brasileiro para criar uma cadeia fornecedora mais sustentável e responsável socialmente e também alinhada com a Agenda 2030. Para elaboração deste artigo se utilizou a metodologia de pesquisa bibliográfica em livros, artigos e sites disponíveis na internet. Após a pesquisa foi possível perceber que o setor têxtil nacional, especialmente o grande varejo, está preocupada com a garantia do direito ao futuro das próximas gerações e vem adotando práticas que buscam criar uma cadeia mais sustentável.

Palavras-chave

Consumismo. Moda. Obsolescência. Sustentabilidade. Têxtil.

Introdução

O presente artigo busca trazer breves reflexões sobre como o tema sustentabilidade tem sido abordado nas discussões dos órgãos internacionais ao longo dos últimos anos e como o setor têxtil nacional, especialmente o grande varejo, vem se adequando a este novo momento.

Ao ser alçado a um novo patamar pela Carta de 1988, o direito ambiental no Brasil almeja viabilizar um ambiente ecologicamente equilibrado onde Estado e sociedade são responsáveis pela defesa e preservação do meio ambiente.

A garantia de um futuro sustentável para as próximas gerações passou a ser responsabilidade de todos.

Este artigo também busca demonstrar, de forma breve, como o setor têxtil nacional, especialmente o grande varejo, vem adotando práticas mais sustentáveis e alinhadas com este novo modelo de economia verde.

O setor têxtil utiliza, em sua cadeia produtiva, uma grande quantidade de matéria prima e bens não renováveis e, por isso, a urgente necessidade de rever sua cadeia como um todo.

Seus consumidores, via de regra, possuem um hábito consumerista, fomentados pelo modelo de consumo *fast fashion*, ou moda rápida, e buscam consumir grandes quantidades de produtos em um curto espaço de tempo não se preocupando com o descarte adequado das peças antigas.

Neste modelo, que utiliza a obsolescência psicológica para gerar o desejo constante de compra no consumidor, o que era para ser um bem durável passa a ser um bem descartável.

O grande varejo brasileiro, por sua vez, vem buscando adotar medidas para minimizar os impactos de sua cadeia produtiva no meio ambiente e busca criar uma cadeia mais sustentável e de valor.

Um dos exemplos de ações do grande varejo é a criação da Associação Brasileira do Varejo Têxtil – ABVTEX –, que tem como signatários os grandes

varejistas do mercado nacional e internacional e que, juntos, representam mais de 20% do varejo têxtil nacional.

Esta associação desenvolveu, em 2010, o Programa ABVTEX que consiste, basicamente, em um programa de *compliance* e de princípios de governança corporativa que busca certificar a cadeia produtiva composta por fornecedores e subcontratados dos varejistas signatários do programa com o intuito de criar uma cadeia de valor, sustentável e socialmente responsável.

Para isso, um fornecedor ou subcontratado deve passar por um rigoroso processo de certificação, através de uma empresa de auditoria privada, que analisa questões administrativas, jurídicas, de pessoal, ambientais e de resíduos.

Esta ação setorial vem impactando positivamente o setor.

Apesar de outras medidas estarem sendo adotadas, como a utilização de matéria prima orgânica nos processos produtivos, percebe-se que estas importantes ações devem ser apenas os passos iniciais de uma evolução constante deste setor para um modelo produtivo e de consumo mais sustentável.

1. Uma breve reflexão sobre o conceito sustentabilidade.

A busca pela preservação do meio ambiente é, sem dúvida, o foco de atuação de grande parte dos governos, pessoas e empresas.

Se o meio ambiente é “tudo o que nos envolve e com o que interagimos. É um universo de certa forma intangível”¹, a Constituição Federal conferiu a devida importância a este assunto ao destinar um capítulo exclusivo para tratar deste relevante tema buscando criar “o direito ao ambiente sadio e o dever de proteger os bens ambientais”².

Com isso o ordenamento jurídico brasileiro se aproximou das discussões travadas no cenário jurídico internacional e passou a ser menos extrativista e mais protecionista.

A discussão global sobre o tema passa pela Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, realizada em 1972, em Estocolmo, na Suécia, pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, pelo relatório intitulado de “Nosso Futuro Comum”, também conhecido como relatório “Brundtland”, e culmina na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento – CNUMAD (Rio 92) onde, pela primeira vez, se ouviu a expressão desenvolvimento sustentável.

Embora amplamente utilizada, a definição do que seria desenvolvimento sustentável ou sustentabilidade não é algo simples.

O nobre José Eli da Veiga³ afirma que “para a pergunta ‘O que é sustentabilidade?’ não há resposta simples (e muito menos definitiva)”, visto que, até a Rio 92, o debate se ateve apenas ao passado e ao presente, mas não tratou do futuro.

E sustentabilidade seria justamente tratar do futuro através da adoção de práticas que podem reduzir o impacto das ações do homem nas futuras gerações.

¹ MILARÉ, Édis. **Direito do meio ambiente**. 9ª edição. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2014. p. 49.

² TEIXEIRA, Orci Paulino Bretana. **O direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental**. Porto Alegre: Livraria do advogado Editora, 2006. p. 87.

³ VEIGA, José Eli da. **Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor**. São Paulo: Editora Senac, 2017. Paginação irregular.

Para Juarez Freitas sustentabilidade:

trata-se do princípio constitucional que determina, com eficácia direta e imediata, a responsabilidade do Estado e da sociedade pela concretização solidária do desenvolvimento material e imaterial, socialmente inclusivo, durável e equânime, ambientalmente limpo, inovador, ético e eficiente, no intuito de assegurar preferencialmente de modo preventivo e precavido, no presente e no futuro, direito ao bem-estar.⁴

Para o autor, ainda, a “sustentabilidade, corretamente assimilada, consiste em assegurar, hoje, o bem-estar material e imaterial, sem inviabilizar o bem-estar, próprio e alheio, no futuro”⁵.

Diante deste novo cenário e destas novas discussões, em junho de 2012 é realizada a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável na cidade do Rio de Janeiro, e marcou os vinte anos da Rio 92 ficando conhecida como Rio+20.

Com uma pauta focada em criar uma agenda sustentável para os próximos quinze anos, no ano de 2015 nascia a Agenda 2030, com o título: “Transformando o nosso mundo: a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável”.

Com dezessete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS e cento e sessenta e nove metas, envolvendo temas como erradicação da pobreza, saúde, educação, energia, água e saneamento, padrões sustentáveis de produção e de consumo, cidades sustentáveis, crescimento econômico inclusivo, só para citar alguns.

Este breve resumo demonstra que o tema sustentabilidade tem sido o foco das discussões globais sobre meio ambiente nos últimos anos e, sem dúvida, passou a ser uma grande preocupação dos governos, empresas e do próprio cidadão onde o desenvolvimento deve caminhar com a preservação do meio ambiente para garantir o direito ao amanhã para as futuras gerações.

2. Os impactos do *fast fashion*, da obsolescência psicológica e do consumismo na sustentabilidade do setor têxtil.

O setor têxtil nacional é, sem dúvida, um dos mais relevantes para a economia.

Levantamento realizado pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção - ABIT⁶, relativo ao ano de 2018, mostra a pujança e a relevância deste setor para a economia nacional.

Sua força produtiva é composta por 25,2 mil empresas instaladas somente no território nacional e que geraram um faturamento anual de US\$ 48,3 bilhões de dólares.

Emprega, aproximadamente, 1,5 milhão de trabalhadores diretos, sendo, com isso, o segundo maior empregador da indústria de transformação brasileira.

Autossuficiente na produção de algodão e confeccionando algo em torno de 8,9 bilhões de peças ao ano é considerado o quarto maior produtor de malhas do mundo.

⁴ FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 41.

⁵ FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. p. 42.

⁶ <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acessado em 16/10/2020

Estes números comprovam a relevância deste setor para a economia nacional.

Entretanto, o setor têxtil nacional enfrenta um grande desafio para se adequar a agenda 2030 e desenvolver sua cadeia visando torna-la mais sustentável.

Isto porque grande parte dos consumidores dos produtos têxteis apresentam hábitos consumistas.

Milaré⁷ destaca que “existe, obviamente, uma diferença abissal entre consumo e consumismo, como existe entre o necessário indispensável e o supérfluo perdulário, entre a dignidade e a vaidade”.

O consumismo, “que consiste numa mentalidade arraigada e em hábitos mórbidos, mais ou menos compulsivos, que embotam a consciência do cidadão consumista impedindo-o de fazer sequer a menor autocrítica”⁸ impacta diretamente na sustentabilidade da cadeia têxtil brasileira e mundial.

Isto porque o hábito mórbido de consumo demanda uma produção desnecessária e que utiliza grande quantidade de matéria prima oriunda de recursos não renováveis, uma mão de obra que muitas vezes é oriunda de um ambiente socialmente inadequado, além de gerar uma grande quantidade de resíduos, entre tantos outros impactos negativos ao meio ambiente.

É bem verdade que este hábito consumista foi criado, e continua sendo fomentado, pela própria indústria, não só do setor têxtil, mas de vários outros setores da economia.

Para obter, e aumentar, estes já expressivos números, o setor vem desenvolvendo práticas comerciais e publicitárias cada vez mais agressivas para poder vender mais aos seus ávidos consumidores.

Uma destas práticas adotadas pelo setor é o chamado *fast fashion*, ou moda rápida, que utiliza a estratégia de vender produtos fabricados em larga escala e com preço e qualidade abaixo dos encontrados nas lojas de grandes marcas.

Como a distribuição destes produtos é fragmentada em todo o globo, o consumidor tem a sensação de estar adquirindo um produto quase exclusivo a um custo baixo.

A alta velocidade na substituição dos produtos, aliada a consumidores com hábitos extremamente consumistas e que buscam, a todo custo, continuarem na moda gera um consumo exagerado onde o consumidor não possui mais qualquer relação profunda com aquele produto.

Para Carvalho⁹:

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.

Este modelo de negócio substitui a criação de produtos têxteis duráveis e que, conseqüentemente, geram menos impacto ambiental e social, por produtos descartáveis que, por sua vez, aumentam o impacto ambiental, pois utiliza mais recursos naturais no processo produtivo e gera um grande número de resíduos

⁷ MILARÉ, Édis. **Direito do meio ambiente**. 9ª edição. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2014. p. 80.

⁸ MILARÉ, Édis. **Direito do meio ambiente**. 9ª edição. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2014. P. 80.

⁹ 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.

oriundos de sua cadeia produtiva, sem contar os efeitos negativos na área social com a utilização, muitas vezes, de mão de obra em condições análogas à escravidão.

Os impactos ambientais causados pelos produtos oriundos do modelo *fast fashion* são tratados de forma ímpar no artigo escrito pelas professoras Dra. Denise Schmitt Siqueira Garcia e Dra. Heloise Siqueira Garcia¹⁰ que afirmam:

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.

O que se percebe é que a indústria têxtil brasileira e mundial se moldou para atender a um mercado extremamente consumista, mercado este criado pela própria indústria através da adoção de práticas comerciais e campanhas publicitárias que fomentam a substituição constante, e no menor tempo possível, de seus produtos, ou seja, se criou produtos têxteis feitos para se jogar fora, descartáveis, o que no passado era inaceitável.

Serge Latouche, em sua obra "*Hecho para tirar*"¹¹, feito para se jogar fora – em tradução livre, já alertava para este modelo produtivo e os impactos ao meio ambiente.

Nesta obra, o autor menciona que ainda nos anos cinquenta se criou a cultura do consumismo para se combater a recessão econômica.

Pouco importa o que se consuma, desde que se consuma! O consumo acarreta em geração de emprego, renda e crescimento econômico passando a ideia de que todos, indústria, trabalhadores e consumidores, saem ganhando com este modelo de negócio.

O setor têxtil, é bem verdade, não se utiliza da obsolescência programada clássica, ou seja, aquela classificada por Latouche¹² como sendo a inserção de mecanismos técnicos para redução do tempo de vida do produto.

Neste setor é comum se utilizar da obsolescência psicológica que, para Latouche¹³, não é aquela provocada pela inserção de mecanismos técnicos que reduzem o tempo de vida do produto ou por uma inovação real, mas sim pela persuasão clandestina provocada pela publicidade e pela moda.

Explica o autor que o produto novo não é tecnicamente diferente do produto antigo, mas tão somente é apresentado de uma forma diferente, em uma embalagem diferente com um desenho diferente.

Estas pequenas mudanças na forma de apresentação e desenho do produto aliados a uma campanha publicitária agressiva despertam no consumidor a necessidade, e o interesse, em substituir um produto que, em um primeiro momento, por questões técnicas, não era necessário se fazer.

¹⁰ GARCIA, Denise Schmitt Siqueira. GARCIA, Heloise Siqueira. Os produtos "*Fast Fashion* e a justiça ambiental: análise da possibilidade da internalização das externalidades negativas. In: Guilherme Ribeiro Baldan, Inês Moreira da Costa, Jorge Luiz dos Santos Leal. (Org.). Sustentabilidade, governança e proteção ao meio ambiente: uma visão a partir da Amazônia. 1ed. Porto Velho: Emeron, 2017, v. 1, p. 9-27.

¹¹ LATOUCHE, Serge. **Hecho para tirar. La Irrracionalidad de la obsolescencia programada.** Barcelona: Octaedro, 2014.

¹² LATOUCHE, Serge. **Hecho para tirar. La Irrracionalidad de la obsolescencia programada.** p. 34

¹³ LATOUCHE, Serge. **Hecho para tirar. La Irrracionalidad de la obsolescencia programada.** p. 34

Sobre este tema escreve a professora Dra. Maria Cláudia¹⁴:

O consumidor não está mais atento à qualidade e durabilidade do produto que consome, ele o adquire, como visto anteriormente, com o objetivo de satisfazer seus desejos. Assim, verifica-se a clara transição entre a sociedade tradicional para a sociedade de consumo. A insatisfação dos desejos instáveis e rapidamente mutáveis do consumidor o leva a descartar os objetos que comprou com a promessa de cumprir esta tarefa.

E a indústria da moda sabe explorar muito bem essa relação entre desejo e consumo utilizando, para isso, a publicidade e modelos de negócio como o *fast fashion*.

Sobre o impacto da publicidade nos hábitos de consumo Latouche, em sua obra *Pequeno Tratado do Decrescimento Sereno* ensina que:

três ingredientes são necessários para que a sociedade de consumo possa prosseguir na sua ronda diabólica: a publicidade, que cria o desejo de consumir; o crédito, que fornece os meios; e a obsolescência acelerada e programada dos produtos, que renova a necessidades deles. Estas três molas propulsoras da sociedade de crescimento são verdadeiras 'incitações-ao-crime'¹⁵.

No setor têxtil os três requisitos estão presentes, visto que as empresas trabalham com campanhas publicitárias abastecidas por expressivos recursos financeiros e que incitam a necessidade de substituição dos produtos no menor tempo possível para que o consumidor fique na moda; a facilidade de compra, através de parcelamentos e acesso fácil ao crédito e, por fim, a obsolescência psicológica que ao lançar produtos novos em um curtíssimo espaço de tempo desperta o desejo do consumidor em adquirir estes novos produtos.

Evidente que este modelo causa um grande impacto ambiental.

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.¹⁶

¹⁴ SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes de; SOARES, J. S. **Sociedade de Consumo e o Consumismo: Implicações existenciais na dimensão da sustentabilidade**. Revista direito e desenvolvimento, v. 9, 2018. p. 304-318

¹⁵ LATOUCHE, Serge. **Pequeno tratado do decrescimento sereno**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009. p. 17-18.

¹⁶ 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.

Como visto, sob qualquer aspecto, este modelo de negócio adotado pelo setor têxtil acarreta em um grande impacto ambiental, seja na cadeia produtiva, com a utilização de um número cada vez maior, e desnecessário, de matéria prima e recursos não renováveis, seja pelos resíduos gerados não só pela cadeia produtiva, mas pelo consumidor com hábito consumista, que acaba por jogar fora, de forma precoce, um grande número de peças que ainda poderiam ser aproveitadas para uso ou até mesmo reciclagem.

Esta questão do descarte, pelo consumidor, dos produtos também tem grande impacto ambiental, pois grande parte das peças produzidas pelo *fast fashion* utiliza como fibra o poliéster, um tecido sintético que tem como base o petróleo e que não é, em sua grande maioria, biodegradável exigindo um grande número de séculos para sua decomposição.

Além disso, o processo para produção do poliéster também utiliza uma grande quantidade de água e produtos químicos, prejudicando ainda mais a sustentabilidade desta cadeia produtiva.

Além destes já conhecidos, e visíveis problemas, o poliéster tem gerado contaminação dos peixes e da vida marinha em geral, pois os microplásticos que o compõem, ao serem descartados de forma incorreta, se desgarram de suas fibras e são ingeridos por estes animais que, posteriormente, são consumidos pelos seres humanos.

O algodão, uma alternativa ao uso do poliéster, apesar de ser uma fibra natural e biodegradável, oriunda de matéria prima renovável, utiliza em sua produção um grande número de agrotóxicos que geram impactos nocivos ao meio ambiente.

Em suma, para se atender a um desejo insaciável da busca frustrada pela felicidade por parte do consumidor, a indústria acaba criando um modelo de negócio que gera uma quantidade enorme de lixo desde a produção da matéria prima até o descarte do produto tido como obsoleto conforme ensina a professora Dra. Maria Cláudia¹⁷

a insaciabilidade dos desejos supérfluos do homem contemporâneo aqui gera toneladas de lixo que devem ser removidas e que muitas vezes não tem a destinação adequada, acarretando enorme ônus ao planeta e a todas as espécies.

Logo, se percebe que este modelo de negócio tem impacto não só no setor têxtil, mas em todo o meio ambiente e, por isso, se mostra mais do que necessária à sua revisão.

3. Ações do setor têxtil para a criação de uma cadeia produtiva mais sustentável.

O setor têxtil nacional, especialmente o varejo têxtil, ciente das limitações dos recursos naturais e da insustentabilidade dos seus métodos produtivos e das práticas consumistas de seus clientes, vem adotado algumas práticas para tornar sua cadeia produtiva mais sustentável.

Sobre desenvolvimento e sustentabilidade Juarez Freitas¹⁸ afirma que

¹⁷ SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes de; SOARES, J. S. **Sociedade de Consumo e o Consumismo: Implicações existenciais na dimensão da sustentabilidade.** p. 304-318, 2018.

¹⁸ FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro.** p. 42.

O desenvolvimento não precisa ser contraditório com a sustentabilidade. Claro que não. Desde que se converta num deixar de se envolver (des-envolver) com tudo aquilo que aprisiona e bloqueia o florescimento integral dos seres vivos. Dito de outro modo, uma vez reconcebido, o desenvolvimento pode-deve ser sustentável, contínuo e duradouro.

Visando se desenvolver de forma sustentável, este setor vêm adotado práticas que se mostram alinhadas com a ideia de desenvolvimento sustentável e do “*Green New Deal*” mencionado por José Eli da Veiga¹⁹ onde este afirma que a renovação da humanidade baseada em uma economia verde deverá trazer a natureza de volta e onde as políticas governamentais, as práticas empresariais e as próprias escolhas dos consumidores serão responsáveis pelo surgimento e conservação de uma economia que pratique hábitos sustentáveis.

Ciente destas discussões globais e da necessidade de adequação de suas ações, especialmente aquelas relacionadas à criação de uma cadeia produtiva sustentável e socialmente responsável, o setor têxtil nacional – através do grande varejo – resolve fundar a Associação Brasileira do Varejo Têxtil – ABVTEX.

Atualmente o programa conta com 98 (noventa e oito) marcas signatárias, entre elas as principais varejistas nacionais e internacionais, e que hoje representam uma boa parte do varejo de vestuário brasileiro, segundo dados da própria ABVTEX²⁰.

Em seu relatório anual de 2019, a ABVTEX indica como seu propósito “promover a moda sustentável, tornando-a mais acessível a partir do desenvolvimento de uma cadeia produtiva justa, responsável, inovadora, competitiva e transparente”²¹.

Para alcançar este propósito foi criado, no ano de 2010, o Programa ABVTEX e que segundo a própria associação²² é “um esforço setorial de responsabilidade social corporativa e promoção do trabalho digno na cadeia de fornecimento das principais redes de varejo de moda do País”.

Para isso o programa realiza auditorias privadas em 100% das empresas fornecedoras dos varejistas signatários, bem como em suas subcontratadas, monitorando a cadeia produtiva e garantindo que ela esteja dentro das exigências do programa obtendo, assim, o selo ABVTEX e o direito de fornecer seus produtos às varejistas signatárias abrindo um grande mercado para estes fornecedores e subcontratados.

Este procedimento de auditoria realiza o monitoramento, *in loco*, de diversos itens que estão listados no regulamento do programa, itens estes relacionados à constituição jurídica da empresa, trabalho formal, práticas sustentáveis entre outras.

Desde a criação do programa foram realizadas 36.688 auditorias em 618 municípios de 18 estados e impactando 335.394 trabalhadores. Ainda, somente no

¹⁹ VEIGA, José Eli da. **Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor**. Paginação irregular.

²⁰ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL. **ABVTEX**. Disponível em: <https://www.abvtex.org.br> Acesso em: 16 de outubro de 2020.

²¹ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL. **ABVTEX**. Disponível em: <https://www.abvtex.org.br/relatorio-anual-do-programa-abvtex/> Acesso em: 16 de outubro de 2020.

²² ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL. **ABVTEX**. Disponível em: <https://www.abvtex.org.br/relatorio-anual-do-programa-abvtex/> Acesso em: 03 de outubro de 2020.

ano de 2019 foram aprovadas no programa 3.685 empresas conforme dados do seu relatório anual.

Os resultados já obtidos com o programa demonstram que a ABVTEX está contribuindo, de forma significativa, para a criação de uma cadeia de fornecimento mais sustentável e de valor.

Isto porque, com o monitoramento de 100% da cadeia fornecedora dos grandes varejistas que atuam no mercado nacional houve uma expressiva formalização dos negócios culminando na redução da concorrência desleal por parte das empresas informais, bem como na melhoria do ambiente de trabalho e na redução de acidentes de trabalho sem contar as significativas melhorias na sustentabilidade dos negócios que participam do programa.

Em dezembro de 2019 a ABVTEX recebeu o prêmio Selo de Direitos Humanos e Diversidade 2019-2020, concedido pela prefeitura da cidade de São Paulo.

Este importante prêmio reconhece, publicamente, os esforços que a associação, através de seu programa, vem desenvolvendo para transformar a cadeia de valor da moda e demonstra que suas ações estão alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS criados na agenda 2030.

Além das ações desenvolvidas dentro da própria cadeia de fornecedores, a ABVTEX vem adotando práticas que combatem a pirataria e o trabalho informal.

Isto porque a produção de peças piratas, além de prejudicar o detentor dos direitos daquela marca/produto, está diretamente ligada a ações pouco sustentáveis do ponto de vista ambiental e diretamente ligada a precarização da mão de obra.

Com estas ações o programa vem criando condições cada vez mais justas de concorrência entre as empresas e, principalmente, criando um ecossistema de fornecedores que adotam praticas sustentáveis tanto do ponto de vista ambiental quanto social.

Outra ação adotada pelo setor têxtil é a adoção de matéria prima orgânica, como o algodão orgânico, que não utiliza pesticidas sintéticos de alta toxicidade, além de não receber corantes sintéticos ou outros tratamentos químicos.

A reciclagem das fibras dos produtos descartados também está no foco de atuação deste setor para tentar reduzir os impactos ambientais gerados, que vem adotando também outras técnicas produtivas mais eficientes, como o descarte zero.

Todas estas ações, umas mais avançadas, como o programa ABVTEX, outras nem tanto, demonstram a preocupação do setor têxtil e do grande varejo com a Agenda 2030.

Considerações finais

A inserção da sustentabilidade no cenário jurídico, econômico e social é, sem dúvida, um fato que vem se concretizando a tempos.

É perceptível que governos, empresas e pessoas estão cada vez mais preocupados com este tema e que a garantia do direito ao meio ambiente equilibrado para as futuras gerações deixou de ser apenas um discurso para se converter em ações efetivas.

A criação da Agenda 2030 e dos ODS, sem dúvida, são um marco quando falamos em desenvolvimento sustentável e que vem impactando positivamente nesta mudança de pensamento e, principalmente, de agir de toda a sociedade.

Contudo, é necessária uma grande mudança nos hábitos dos consumidores e nas ações das próprias indústrias.

Conscientizar o consumidor de que ele é uma peça importante no quesito preservação e que seus hábitos impactam, diretamente, na forma com que a indústria desenvolve suas ações é, sem dúvida, um grande passo.

Noutra senda, ações setoriais como o programa ABVTEX demonstram que o grande varejo têxtil brasileiro vem buscando, cada vez mais, adotar práticas sustentáveis em sua cadeia de fornecedores sem deixar de lado o desenvolvimento econômico e o bem-estar social.

Entretanto, apesar de ser um grande e importante passo, o programa ABVTEX deve ser visto apenas como o início de diversas ações a serem praticadas tanto pela indústria quando pelo consumidor visando pensar a sustentabilidade não só como o ontem e o hoje, mas sim como o amanhã.

A cadeia produtiva como um todo precisa ser revista.

A indústria precisa repensar o uso desenfreado de matérias primas não renováveis, bem como não adotar práticas publicitárias que induzam o consumidor a substituir o produto no menor tempo possível e conscientizar o consumidor de que suas decisões impactam, diretamente, no futuro sustentável do planeta.

A adoção de modelos de negócio como o *slow fashion*, que nada mais é do que o oposto do *fast fashion*, deve passar a ser a diretriz de uma indústria que demonstra, com ações, ser preocupada com a sustentabilidade.

Os organismos internacionais, como a Organização Mundial do Comércio – OMC, precisam criar ferramentas para padronizar os métodos de produção no setor têxtil global visando instituir uma concorrência global justa, pois não é possível o setor têxtil brasileiro, por exemplo, concorrer com o setor têxtil chinês.

É esse tipo de competição desleal que faz com que o setor, muitas vezes, adote práticas não sustentáveis.

O consumidor, principal elo da cadeia, pois se não há demanda não há produção, precisa se conscientizar e consumir produtos que sejam oriundos de empresas ambientalmente sustentáveis, pois só assim poderemos garantir o direito ao futuro às próximas gerações.

A criação de uma cadeia sustentável, especialmente em um setor como o têxtil, não é um processo rápido, tão pouco fácil, mas são pequenas ações que, juntas, poderão criar uma moda mais sustentável e acessível para todos.

Referências das fontes citadas

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.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL. **ABVTEX.** Disponível em: <www.abvtex.org.br>. Acesso em: 16 de outubro de 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **ABIT.** Disponível em: www.abit.org.br. Acessado em: 16 de outubro de 2020.

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.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro.** Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 41.

GARCIA, Denise Schmitt Siqueira. GARCIA, Heloíse Siqueira. **Os produtos "Fast Fashion e a justiça ambiental:** análise da possibilidade da internalização das externalidades negativas. In: Guilherme Ribeiro Baldan, Inês Moreira da Costa, Jorge Luiz dos Santos Leal. (Org.). Sustentabilidade, governança e proteção ao

meio ambiente: uma visão a partir da Amazônia. 1ed. Porto Velho: Emeron, 2017, v. 1, p. 9-27.

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

LATOUCHE, Serge. **Pequeno tratado do decrescimento sereno.** São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

MEDEIROS, Fernanda Luiza Fontoura de. **Meio ambiente: direito e dever fundamental.** Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2004.

MILARÉ, Édís. **Direito do meio ambiente.** 9ª edição. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2014.

SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes de; SOARES, J. S. **Sociedade de Consumo e o Consumismo: Implicações existenciais na dimensão da sustentabilidade.** Revista direito e desenvolvimento, v. 9, 2018.

TEIXEIRA, Orci Paulino Bretana. **O direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental.** Porto Alegre: Livraria do advogado Editora, 2006.

VEIGA, José Eli da. **Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor.** São Paulo: Editora Senac, 2017. Livro eletrônico.