

QUANTO CUSTA O GLAMOUR: O PAPEL CONTRIBUTIVO DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL NO CONSUMO EM FACE DA INDÚSTRIA DA MODA NO BRASIL

Danielle Queiroz Gomes¹
Sarah Maria Borges Lopes²
Rodrigo Borges de Barros³

RESUMO

O propósito deste trabalho, à luz da doutrina e pesquisas bibliográficas, é evidenciar o papel contributivo da educação ambiental na transformação de consumidores conscientes em face das indústrias da moda no Brasil. Demonstrar que o consumo desenfreado é o principal agente causador da escassez de recursos naturais e degradação da natureza. Além de apontar a relação intrínseca entre o consumidor final e o meio ambiente, bem como discutir sobre a influência desses consumidores frente ao mercado capitalista e a cadeia de produção das indústrias da moda. Dessa forma, apresenta-se a problemática: qual o melhor método para construir uma consciência ambiental duradoura e efetiva? Neste sentido, foi possível concluir que a melhor ferramenta seria a educação ambiental como disciplina transversal no processo de aprendizagem dos indivíduos para a efetiva construção de consumidores conscientes e alcance da simbiose entre ser humano e ecossistema.

Palavras-chave: Educação Ambiental. Consumo. Consciente. Moda. Leis.

HOW MUCH GLAMOUR COSTS: THE CONTRIBUTIVE ROLE OF ENVIRONMENTAL EDUCATION IN CONSUMPTION IN FACE OF THE FASHION INDUSTRY IN BRAZIL

ABSTRACT

This paper evidences the contributory role of environmental education in the transformation of conscious consumers in the face of the fashion industries in Brazil under the light of the doctrine and bibliographical research. Furthermore, we aim to demonstrate that the unbridled consumption is the main causative agent of the shortage of natural resources and degradation of nature. In addition, it points out the intrinsic relationship between the final consumer and the environment, as well as discusses the influence of these consumers facing the capitalist market and the production chain of fashion industries. Thus, the problem is presented: what is the best method to build a lasting and effective environmental awareness? In this sense, it was possible to conclude that the best tool would be environmental education as a transversal subject in the learning process of individuals for the effective construction of conscious consumers as well as the achieveness of a symbiosis between human being and ecosystem.

Keywords: Environmental education. Consumption. Awareness. Fashion. Laws.

¹Acadêmica da 10ª etapa do curso de Direito da Universidade de Uberaba. daniellequeirozg@edu.uniube.br

²Acadêmica da 10ª etapa do curso de Direito da Universidade de Uberaba. sarahmbl@edu.uniube.br

³Advogado e professor orientador de Direito da Universidade de Uberaba. rodrigo.barros@uniube.br

1 INTRODUÇÃO

A moda sustentável deve ser amparada pelos 3 eixos: economia, meio ambiente e sociedade. Os princípios que tangem a prática ecológica atingem não só a comercialização dos produtos, mas sim desde a sua matéria prima e produção. Além disso, transforma o consumo consciente em um estilo de vida, em que a população se preocupará com esgotamento dos recursos naturais, bem como com os malefícios do processo de produção que degrada e usufrui de fontes renováveis.

É evidente que o propósito cria e rompe barreiras entre a mercadoria e o comprador, o que demonstra ser necessário alguma ação que transforme o comportamento do protagonista dessa problemática: o consumidor. Nesse cenário, se destaca a educação ambiental como ferramenta para desconstruir padrões do consumo desenfreado, com enfoque no ensino dos dispositivos jurídicos que preveem a prática consciente, como a Lei 13.186/2015, que institui a Política de Educação para o Consumo Sustentável, e a Lei 9.795/1999, que dispõe especificamente sobre a educação ambiental nesse caso.

A metodologia que direciona o estudo, foi a pesquisa bibliográfica, que consiste na seleção de autores, obras, e informações pertinentes ao assunto para a análise e reflexão da problemática, bem como da proposta de solução trazida. A finalidade principal é analisar como a educação ambiental no cenário do consumo contribui com os impactos ambientais causados pela indústria da moda no Brasil e evidenciar a necessidade do ensino dessa responsabilidade aos consumidores com o objetivo de equilibrar ambas necessidades humanas: o consumo e a preservação da natureza.

Entende-se, à luz da doutrina e da história, o papel fundamental da educação na formação de uma nova mentalidade, dessa forma, exibiu ainda que a educação é o elemento-chave para a efetiva conscientização dos indivíduos e a criação de consumidores conscientes em face e transformar a antiga dominação e exploração em responsabilidade e ética.

2 A CADEIA DA INDÚSTRIA DA MODA E SUAS GARANTIAS JURÍDICAS

A indústria da moda é um segmento tradicional e extremamente relevante para a economia mundial. A despeito de sua tradicionalidade, hodiernamente, a influência do vestuário na cultura é um reflexo direto da globalização e do caráter capitalista da sociedade. No campo econômico, a indústria modista se destaca por alcançar faturamento expressivo em

vendas na modalidade e-commerce, na ordem de 525 bilhões de dólares por ano, além de manter a expectativa, para 2025, em torno da cifra de 1 trilhão de dólares. (FORBES, 2021)

Entretanto, por outro lado, um estudo de 2019, denominado por Pulse Report e desenvolvido por uma empresa global de consultoria de gestão e estratégia de negócios - Boston Consulting Group (BCG), juntamente a Sustainable Apparel Coalition (SAC), revelou que os problemas ambientais causados pela indústria da moda geram grandes prejuízos, todavia, solucioná-los refletiria, por conseguinte, na obtenção de um ganho aproximado de 192 bilhões de dólares em prol da economia global, até o ano de 2030. (FORBES, 2021)

Notando a real significância social e econômica do segmento da indústria modista em diversas áreas da sociedade, percebe-se a necessidade de regulamentações que possam respaldar e oferecer segurança jurídica às empresas e indústrias de moda e ao mesmo tempo, impor limites sobre o uso dos recursos naturais nas produções das mercadorias.

É possível relacionar as fases específicas de toda cadeia de produção com uma área do direito. O direito de autor e da propriedade Industrial garante proteção jurídica às criações de designers e estilistas. Enquanto a linha de processo de produção, distribuição e comercialização, por sua vez, possuem anteparo jurídico nas normas previstas nas áreas do Direito do Trabalho, Consumidor, Internacional Privado, Empresarial e Contratos. Quanto ao foco do estudo, o meio ambiente também possui garantia jurídica, normas jurídicas específicas que versam sobre a proteção ambiental e a prática do consumo consciente, tais como a Lei 13.186/2015, e a Lei 9.605/1998, que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas lesivas ao meio ambiente.

A cadeia produtiva da indústria de moda, especificamente a indústria têxtil, pode ser simplificada nas etapas de obtenção de fibras têxteis, fiação, preparação para a tecelagem, lavanderia e confecção, beneficiamento e acabamento e, por último, a tecelagem. Cada etapa interage com o meio ambiente e gera impactos ambientais que precisam ser controlados pelas empresas.

Uma forma de amenizar os impactos gerados pela produção industrial da moda é a adoção de boas práticas em favor do meio ambiente, consistente no cumprimento de cuidados específicos, a partir da observância de regras peculiares editadas no âmbito Estadual e Federal. Atualmente, os atos normativos vigentes estaduais são de competência do Sistema Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos (SISEMA), enquanto os federais emanam de atribuições legais conferidas ao IBAMA.

Nesse caso, as principais obrigações legais atualmente vigentes são o Licenciamento Ambiental, Cadastro Técnico Federal (CTF), Taxa de Controle e Fiscalização (TCFA),

Inventário Estadual de Resíduos Sólidos e Declaração de Carga Poluidora (SALIBA, 2018). Como obrigação legal, as empresas que utilizam recursos naturais, devem se inscrever no Cadastro Técnico Federal de Atividades Potencialmente Poluidoras e/ou Utilizadoras de Recursos Ambientais (CTF/APP).

Além disso, também estão obrigadas a apresentar, a cada ano, uma Declaração de Carga Poluidora à FEAM, tendo em vista a geração de efluente líquido perigoso. O Inventário supracitado deve ser preenchido anualmente, a fim de comprovar o desenvolvimento de alguma atividade prevista na lista da Deliberação Normativa Copam 90/2005, tais como as elencadas na C-08, da indústria têxtil e na C-09, da indústria de Vestuário, Calçados e Artefatos de Tecidos e couros.

3 A MODA E A SUSTENTABILIDADE SEGUNDO A COMISSÃO BRUNDTLAND

As convenções, tratados e comissões são essenciais para o ordenamento jurídico brasileiro, pois através deles que os Estados resolvem alguns problemas de nível global. Os fatos sociais e econômicos são melhores controlados, nos dias atuais, com esses instrumentos. As partes, em todos os tratados, convenções e comissões, são necessariamente pessoas jurídicas de Direito Internacional Público, ou seja, Estados soberanos, organismos internacionais e outras coletividades aptas a pactuar a nível internacional.

Posto isto, é importante pontuar a Comissão de Brundtland “World Commission on Environment and Development”, criada pelo Programa de Meio Ambiente da ONU, entre 1983 e 1987. Presidida por GroBrundtland, a primeira-ministra da Noruega que comandou a Conferência de Meio Ambiente Humano em 1972. Foi produzido o relatório “Nosso Futuro Comum”, diagnóstico da situação ambiental mundial sob a ótica do desenvolvimento sustentável que inspirou a realização da Rio-92. (REDAÇÃO VERDE, 2014)

Por conseguinte, a definição mais conhecida de desenvolvimento sustentável foi exposta nesta comissão, composta por 40 especialistas de todo o mundo. Foi constituída pela ONU e tinha como principal objetivo analisar e achar meios para solucionar os problemas relacionados a assuntos com a temática socioambiental. (REDAÇÃO VERDE, 2014).

Bellen defende que o “conceito de desenvolvimento sustentável trata especificamente de uma nova maneira da sociedade se relacionar com seu ambiente de forma a garantir sua própria continuidade e a de seu meio externo” (BELLEN, 2005, p. 22). Sachs refere ainda a “harmonização de objetivos sociais, ambientais e econômicos” (SACHS, 2002, p. 54). Diniz e Bermann defendem que no conceito de desenvolvimento sustentável

Temos a necessidade de repensar o desenvolvimento econômico de uma nova forma, levando em conta a igualdade entre gerações. Até então, o desenvolvimento econômico tinha uma óptica um pouco mais restrita e normalmente considera os determinantes fundamentais do crescimento econômico sem levar em conta o meio ambiente” (DINIZ; BERMAN, 2012, p. 323).

Desta forma, a sustentabilidade deverá ser abordada em várias esferas, até mesmo na moda e nas novas tendências, mas ao tentar relacionar a sustentabilidade à moda, verifica-se a bifurcação existente entre as abordagens, vez que o sistema de moda está essencialmente fundamentado na efemeridade e no incentivo ao consumo, ocasionando diversos males ao meio ambiente, por meio do uso de recursos naturais ou mesmo em detrimento da utilização de mão de obra escrava na produção das peças.

Contudo, é exatamente devido aos danos causados pela indústria da moda que surge a necessidade premente de ser repensada a forma de produção da indústria do vestuário, a fim de se ajustar a um modelo viável com o meio ambiente:

De fato, verificamos que a moda pode, sim, adotar práticas de sustentabilidade, criando produtos que demonstrem sua consciência diante das questões sociais e ambientais que se apresentam hoje em nosso planeta, e pode, ao mesmo tempo, expressar as ansiedades e desejos de quem a consome. Afinal, a moda não apenas nos espelha – ela nos expressa. (BERLIM, 2012, p. 13).

Compreender a sustentabilidade ainda é um desafio para os designers de moda em toda a cadeia produtiva, porém já surgiram ações que visam o desenvolvimento ambientalmente sustentável. A vista disso é função do estilista atuar com responsabilidade, pois ele tem o papel de correlacionar a indústria, o comércio e a sociedade.

É, cada vez mais necessária à intervenção do designer para alcançar uma melhor relação produto - ambiente – sociedade, e isto inicialmente pode ser alcançado com a formação de uma cultura de designers conscientes dos problemas sociais e dos impactos ambientais. (PAZMINO, 2007, p. 02).

Para Anciet, Bessa e Broega “de fato, verifica-se cada vez mais nesta área uma consciência de que os designers detêm a sua quota-parte de responsabilidade no que respeita à preservação do ambiente e ao desenvolvimento sustentado” (Anciet, Bessa, & Broega, 2011, p. 02). São muitos estudos e análises que conciliam a moda com a sustentabilidade, desenvolvendo ferramentas que tenham como foco principal a utilização de recursos naturais de forma consciente.

Uma das maiores dificuldades do crescimento sustentável no mundo *fashion*, é a sua integração com o meio ambiente em todo o processo de produção, desde a pré- produção até o desprezo e descarte das peças. Na fase denominada pré-produção, deverão ser selecionadas fibras têxteis biodegradáveis, enquanto na etapa seguinte, intitulada produção, deverá ser dada preferência a técnicas que reduzam o impacto ambiental.

Ainda que tenha muito caminho a ser percorrido, a moda e seus desdobramentos começam a incorporar a sustentabilidade em algumas ações concretas, de modo a se adequar ao novo pensamento de preservação ambiental. A reutilização, a redução e a reciclagem são exemplos dessa moderna mentalidade social. A primeira está relacionada com a utilização de produtos já existentes, seja para a mesma função ou uma nova. Na redução, a preocupação é minimizar os resíduos que surgem por meio da fabricação e consumo de produtos. Por sua vez, a reciclagem importa em reutilizar a matéria-prima dos produtos para desenvolver e produzir novos.

Em algumas situações, é possível notar a existência de consumidores informados e conscientes, que se preocupam com a origem dos produtos e a natureza das matérias-primas utilizadas. Pessoas interessadas na preservação do meio ambiente são mais criteriosas quanto ao modo de produção *fashion* e exigem a adoção de cuidados cada vez mais voltados à sustentabilidade.

4 O CONSUMO DESENFREADO E SEUS REFLEXOS AO MEIO AMBIENTE

Diferentes autores defendem a importância da conscientização quando se busca uma sociedade sustentável, inclusive, acreditam que as organizações, empresas, governo e a sociedade são protagonistas na construção dessa nova consciência ambiental. E para tanto, é preciso evidenciar a postura atual da sociedade perante a relação de consumo e respeito ao meio ambiente com o objetivo de entender o porquê dessa mudança de fato se fazer necessária.

Nesse cenário, pode-se considerar a Segunda Guerra Mundial como um fato histórico que cooperou com o sistema capitalista vigente, visto que os Estados Unidos necessitavam de um impulso na economia e o fez às custas da utilização do consumo como ferramenta para imposição de um estilo de vida e padrão na sociedade, fazendo com que o consumo desenfreado da atualidade se iniciasse e perdurasse a partir desse acontecimento. E em decorrência, transformou a prática de consumir em algo além da necessidade humana de sobrevivência. Nesse sentido, acredita Pereira:

Pode-se dizer que foi criada uma subjetividade heterônoma, que elabora a racionalidade cognitiva, moral e estética. Os cidadãos se tornam predeterminados a desejarem produtos apresentados no mercado e acreditam que a felicidade está na aquisição desses produtos (Pereira et al (2009, p. 13).

Dessa forma, pode-se afirmar que a sociedade contemporânea vale-se do consumo como uma busca de satisfazer os interesses pessoais e uma forma de prazer e autodeterminação. Observada a problemática, é essencial citar os reflexos do consumo desenfreado ao meio ambiente. De frente já é possível demonstrar a geração de resíduos e a cultura do descarte inconsciente, ações que implicam na preservação do ecossistema. (CAMARGO; MONTEIRO; SILVA, 2017).

Além disso, conforme Portilho (2005, p. 23), o consumo tem agravado a capacidade de reprodução dos recursos naturais e a produção de matéria prima que serve para a fabricação de inúmeras mercadorias. Entende-se que o uso exacerbado das matérias-primas para a produção de produtos em grande massa é um dos agentes prejudiciais ao meio ambiente, causando acúmulo de rejeitos da ecosfera de difícil reciclagem e morosa decomposição.

Notados os efeitos negativos de um corpo social consumista, fica configurada a necessidade da mudança cultural e social de toda população e, para tanto, existem vários mecanismos que podem servir de ferramenta para a busca do equilíbrio entre o consumo e a consciência ambiental, como, por exemplo, normas regulamentadoras, princípios ambientais previstos no ordenamento jurídico e políticas sustentáveis de produção e consumo.

A partir dessa visão, entende-se que a solução não é impedir o consumo ou lutar contra o capitalismo, mas, na realidade, utilizar tais ferramentas em busca do equilíbrio e fazer a simbiose entre o homem e o meio ambiente, visto que não há maneira de frear o consumo, tampouco, possível viver em uma sociedade sem recursos naturais.

5 A IMPORTÂNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR PARA A EDUCAÇÃO AMBIENTAL E O CONSUMO CONSCIENTE

É incontestável que o consumo de produtos e serviços provocam efeitos no meio ambiente e na sociedade, tornando-se uma “máxima” de existência digna do ser humano. Não versa somente sobre serviços básicos como água, energia elétrica ou alimentos, mas sim de um consumo desenfreado de mercadorias descartáveis.

Segundo o Sociólogo Zygmunt Bauman:

A sociedade de consumidores é um tipo de sociedade que “interpela” seus membros (ou seja, dirige-se a eles, os saúda, apela a eles, questiona-os, mas também os interrompe e “irrompe sobre” eles) basicamente na condição de consumidores. Ao fazê-lo, a “sociedade” espera ser ouvida, entendida e obedecida. Ela avalia – recompensa e penaliza – seus membros segundo a prontidão e adequação da resposta deles à interpelação. Como resultado, os lugares obtidos ou alocados no eixo da excelência/inépcia do desempenho consumista se transformam no principal fator de estratificação e no maior critério de inclusão e exclusão, assim como orientam a distribuição do apreço e do estigma sociais, e também de fatias da atenção do público. (BAUMAN, 2008, p. 70-71).

Ademais, na atualidade consumerista é importante estar dentro dos padrões impostos pelos grandes pólos da indústria da moda, sendo necessário o consumo desenfreado para se encaixar em grupos que possuam o mesmo estilo de vida, acelerando assim a cadeia de produção dos grandes centros comerciais.

O Código de Defesa de Consumidor surgiu para amenizar as consequências dos problemas causados pelo consumo em massa, visto que a sociedade necessitava de normas legais para equilibrar a relação jurídica entre consumidor e fornecedor, buscando evitar problemas tanto sociais quanto econômicos, atentando-se para a vulnerabilidade do consumidor, e a desvantagem que detém sobre a relação de consumo.

A princípio, com a criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei Federal 8.078 de 11 de setembro de 1990, o direito dos brasileiros vinculados à justiça nas relações de consumo passou a ter maior respaldo com a implementação de normas, especificando dentre outras coisas a educação para o consumo consciente e equilibrado.

O CDC conduz normas de ordem pública e, por conseguinte, todos os direitos previstos como educação para o consumo se tornam indisponíveis. Deste modo, o consumidor não poderá abrir mão de seus direitos, mesmo que queira. Outrossim, todas as cláusulas contratuais que aludem contra as regras com previsão legal no Código de Defesa do Consumidor serão nulas de pleno direito, assim dizendo, sem efeito ou validade no mundo jurídico.

Por outro lado, o direito consumerista é protegido também pela Constituição Federal Brasileira, por estar relacionado a um direito fundamental, respaldado no art. 5º, inciso XXXII, por representar uma influência social, uma vez que o consumo pode delimitar, de forma errônea, a classe social do indivíduo.

O consumo está diretamente ligado à dignidade da pessoa humana e à sua sobrevivência, em face da ligação com produtos e serviços essenciais, como tratamento de água e esgoto, alimentação, fornecimento de energia elétrica e água. Por isso é importante a

educação para o consumo consciente almejando o equilíbrio nas relações jurídicas consumeristas e a conscientização da população.

6 A IMPOSSIBILIDADE DE CRIAÇÃO DE UM TIPO PENAL ESPECÍFICO

Nos dias hodiernos, a técnica legislativa que prevê legalmente os fatos delituosos em área ambiental é denominada de norma penal em branco, as quais compreendem normas genéricas, que necessitam de complementação por disposições jurídicas separadas ou julgamentos axiológicos. Esse tipo de norma descreve a ação criminosa de forma vaga, com a finalidade de que sua interpretação alcance um maior número de possíveis condutas, e traz como condição à sua aplicabilidade uma complementação contida em algum outro dispositivo legal. (PIMENTA, 2010, p. 211)

Há quem acredite que apenas a conscientização não seja suficiente e que existe uma omissão do Estado quanto aos crimes ambientais. Defendem a posição de que é responsabilidade do legislador criar uma norma penal específica que tipifique todos os crimes ambientais existentes. Entretanto, o bem jurídico tutelado – meio ambiente – nem sempre é único, pelo contrário, os tipos de condutas capazes de lesar o meio ambiente são amplos e mutáveis.

Tanto é verdade que, em meados da década de 30, o legislador ainda arriscou estabelecer um tipo penal específico para a questão da crueldade animal, considerada uma norma da área do direito ambiental. O Decreto 24.645/1934, que tipificava e definia os maus tratos de animais foi revogado pelo Presidente da República à época, Fernando Collor de Mello, por meio do Decreto 11, em 18 de janeiro de 1991, devido as suas disposições penais inaplicáveis e ineficazes frente a impossibilidade de especificar uma conduta pois elas podem ocorrer de diversas possibilidades.

Nesse sentido, a doutrina reconheceu a viabilidade das normas penais em branco, devido a sua capacidade de atingir uma ampla diversidade de condutas que podem degradar o meio ambiente e lesar esses bens de maior complexidade, demonstrado ser impossível descrever um dispositivo penal que tipificasse crimes ambientais de maneira única e específica:

Na defesa do meio ambiente, há necessidade de complementação da lei penal em branco mediante ato administrativo. [...] **A lei é estática; e o meio ambiente é dinâmico.** Se se pretende proteger o meio ambiente, é necessário adotar medidas eficazes e rápidas para se evitar o dano

irreversível. Não seria possível esperar a tramitação de uma lei até sua promulgação, por exemplo. (SIRVINSKAS, 2002, p. 41, grifo nosso).

Um exemplo clássico para visualização do disposto anteriormente é a impossibilidade de previsão de todas as condutas passíveis de causar poluição (de qualquer gênero), motivo pelo qual o legislador adotou a norma penal em branco para tipificá-las. Nesse cenário, pode-se demonstrar também que a sociedade está em constante evolução e mudança, conseqüentemente, as condutas seguem o mesmo raciocínio e se modificam em um intervalo de tempo muito curto, o que faz ser impossível que normas estáticas alcancem as necessidades da população. (RODRIGUES, 2005, p. 154)

Desta forma, nota-se a coerência em utilizar esse tipo penal no âmbito do direito ambiental, diante da afirmação de que os bens jurídicos tutelados nesta área não são individuais e as condutas degradantes não possuem precisão sobre o “início, meio e fim”, impossíveis, portanto, de serem tratadas no mesmo tipo penal. Observa-se ainda a tentativa frustrada da década de 40 e entendido o caráter ultrapassado e ineficaz que a hipotética norma teria frente ao cenário amplo de condutas degradantes ao meio ambiente.

Ressalta-se que o intuito não é analisar a validade do tipo penal em branco, somente demonstrar a impossibilidade da criação de uma norma penal fechada específica e evidenciar que o protagonista da mudança é a aplicação da política de educação ambiental e consumo consciente, a qual se faz necessária para a efetiva proteção de bens jurídicos complexos tutelados.

7 A EDUCAÇÃO AMBIENTAL COMO FERRAMENTA DE CONSCIENTIZAÇÃO DO CONSUMO

É possível constatar que se vive em uma sociedade onde o denominado ‘consumo simbólico’ é muito presente, onde consome sem necessidade e o consumidor é aquele que sempre quer o mais moderno, sem questionar tal finalidade do seu uso. Por isso, se faz necessário o estudo e aplicabilidade de todas essas ferramentas para conscientizar a sociedade e que criará uma nova postura frente ao consumo e refletirá diretamente para as próximas gerações. (PARANOTTO, 2008, p. 134).

Existe um princípio doutrinário que recebe nome de ‘justiça ambiental’ e refere-se “ao conjunto de princípios que asseguram que nenhum grupo de pessoas suporte uma parcela desproporcional das conseqüências ambientais negativas de operações econômicas, de

políticas e programas de governo, bem como sua omissão.” (SCHONARDIE, 2011, p. 27). Isso porque deve-se observar a coerência entre causa e consequência no contexto ambiental, visto que as pessoas irão receber apenas os reflexos das suas ações, devendo as organizações representantes da maioria ser responsáveis e não se omitirem quanto a questões de políticas sustentáveis.

Outros princípios, desta vez, basilares do direito ambiental, são o princípio do desenvolvimento sustentável, da participação comunitária ou cidadã e o princípio da responsabilidade. O primeiro compreende na prática de atender as necessidades da população sem comprometer as gerações futuras. Esse conceito de ‘desenvolvimento sustentável’ que ensejou o objetivo elementar desse princípio foi definido pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da Organização das Nações Unidas, no ano de 1987. (FELÍCIO, 2017, p. 632).

O princípio da participação comunitária ou cidadã defende o pressuposto da importância da ação conjunta e consiste na participação comunitária de toda a sociedade para atingir um objetivo final. Vale ressaltar que o princípio não prevê um aconselhamento, e sim, trata essa premissa como um dever, imposto à coletividade para a efetiva defesa do meio ambiente. Tão seriamente foi tratado que o legislador garantiu previsão constitucional, inserido no artigo 225, caput, da Constituição Federal. (FELÍCIO, 2017, p. 637).

O princípio da responsabilidade, por sua vez, faz jus à ideia de que a violação de qualquer norma estabelecida pelo direito terá uma sanção aplicada ao responsável por violá-la, e a legislação ainda assegura que nesses casos, a responsabilidade será objetiva e incidirá no âmbito penal, civil e administrativo. A norma está expressamente prevista no artigo 225, §3º da Constituição Federal e pode ser vinculada ao princípio ambiental do poluidor-pagador, também considerado fundamental para essa política. (ANTUNES, 2015, p. 52).

Esse princípio consiste na exigência de ressarcimento e reparação dos danos ambientais por aquele que o lesou, utilizando na sua aplicação, os custos sociais externos que acompanharam a produção. Além disso, o referido princípio foi inserido por meio de adoção, pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico, em 1972, e no Brasil, foi introduzido na Constituição Federal, artigo 225, §3º, bem como na Lei 6.938/81, artigo 4º, inciso VII. (GUARCIA; THOMÉ, 2015, p. 41).

No ordenamento jurídico, encontra-se instituída a Política Nacional de Educação Ambiental, concretizada na Lei 9.795/1999. Em seu texto, no artigo 1º, entende-se como educação ambiental:

Os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade. (Lei 9.795/99).

Pode-se afirmar que a educação ambiental precisa ser absorvida pela sociedade é entendida pelo homem como uma forma de preservação da própria qualidade de vida, com objetivo de preparar os indivíduos eticamente para essas questões ambientais e de responsabilidade. É por meio da educação ambiental que é possível promover uma nova consciência na sociedade para enfim desenvolver uma comunidade que encare a sustentabilidade como um estilo de vida, não apenas uma obrigação legal.

A Lei 13.186/2015 também trouxe em seu texto, de forma mais específica, a Política de Educação para o Consumo Sustentável. A norma jurídica versou sobre os objetivos e finalidades de incentivar mudanças de atitude de consumidores, para que escolham produtos que tenham a produção ecológica, bem como a promoção da redução do acúmulo de resíduos sólidos, além do estímulo da reutilização e reciclagem dos produtos descartados. Tais finalidades estão previstas no artigo 2º, incisos I, III e IV, da indigitada lei.

Ainda, o artigo 3º preconiza a incubência do Poder Público quanto à responsabilidade de promover campanhas que pregam o consumo sustentável, além de capacitar os profissionais da área para que seja ensinado a educação ambiental aos indivíduos desde o primário, ensino fundamental e médio, novamente com o objetivo de que apliquem à vida cotidiana todos os ensinamentos da consciência ambiental previstos nessas leis.

Entende-se a educação ambiental como a melhor ferramenta para possibilitar uma nova conduta dos indivíduos perante essa problemática. A leitura e entendimento de todos os dispositivos legais que ordenam a consciência ambiental é importante, entretanto, é mais valioso ainda se conscientizar sobre essa política e aplicá-la no dia a dia com o objetivo não só de não ser penalizado e sim por entender a real necessidade de pequenas ações sustentáveis para um planeta melhor.

O processo de educação, de acordo com Silva, Corrêa e Aguiar, deveria ocorrer através de três fases para que seja obtido maior envolvimento dos indivíduos a partir da metodologia do reconhecimento, recebimento da informação e alcance do desenvolvimento sustentável. Isso se daria por meio da apresentação da educação ambiental aos indivíduos, após seriam inseridas as práticas ambientais e, por fim, a sociedade ganharia um consumidor consciente. Esse método deverá ser aplicado como disciplina transversal em todas as instituições de ensino fundamental, médio e superior, bem assim tratada com a mesma

seriedade e necessidade das demais áreas lecionadas. (SILVA; GOMEZ, 2010, p. 50).

Compreende-se que a educação ambiental é essencial para a transformação, utilizada como ferramenta imprescindível, que tem como função a conscientização à preservação ambiental por meio do reexame de valores e, conseqüentemente, a mudança de comportamento dos seres humanos. Entendido o uso dessa política e analisada sua essencialidade, é necessário demonstrar o porquê do enfoque no consumidor final e qual o motivo de elencá-lo como principal ator dessa mudança.

8 A INFLUÊNCIA DO CONSUMIDOR FINAL NA CADEIA DE PRODUÇÃO DA MODA

É irrefutável a afirmação que defende a educação como a principal ‘arma’ para a defesa de direitos e evolução da sociedade. Inclusive, James Heckman, mundialmente conhecido por ganhar o prêmio Nobel da economia, dedicou uma vida de estudos para demonstrar o quanto a educação, principalmente, o grau primário tem influência na vida do ser humano. Diagnosticou que os aprendizados absorvidos e as habilidades adquiridas nessa fase inicial da vida possuem um importante papel quando se trata da criação de bons hábitos e um estilo de vida sustentável. (WEINBERG, 2017).

Ao introduzir a questão da moda no cenário, compreende em um seguimento tradicional e efêmero, no qual os artigos de vestuários são produzidos com mão-de-obra barata, implicando na redução dos preços, bem como na qualidade e durabilidade das roupas. As peças fabricadas nessas circunstâncias são estimuladoras do aumento do consumo e também do descarte, haja vista que possuem um curto ciclo de vida. (CAROLINO, 2019, p. 10).

Por esse motivo, nota-se a importância da conscientização frente ao cenário ambiental atual e evidencia-se o papel crucial do consumidor nessa mudança abordada no presente estudo, visto que no determinado momento em que ele possui a noção de que detém o poder de compra e que, conseqüentemente, é protagonista da movimentação da economia mundial, começa, de fato, a entender que seus atos podem transformar toda a cadeia de produção da moda.

Isso se dá porque, a partir da efetiva educação ambiental, o consumidor passa a exigir que as empresas cumpram com sua obrigação legal de preservação do meio ambiente e as forcem a manter a fabricação dos produtos em respeito a essa política. Isso afeta diretamente na lucratividade e rentabilidade das empresas, pois caso não atendam aos padrões

estabelecidos pelos consumidores, estes irão deixar de comprar tais produtos e as empresas irão se deparar com o acúmulo de mercadorias, escassez de vendas e, conseqüentemente, prejuízo econômico.

O consumidor interessado e devidamente educado sobre a questão ambiental tende a observar a ética da empresa fabricante e os princípios da sua atividade, atenta-se, ainda, quanto às políticas aplicadas na produção e se recusa a comprar em lugares que descumprem os princípios básicos da sustentabilidade ou desrespeitam as leis trabalhistas e de proteção ao consumidor.

Nesse sentido, pode-se elencar sobre o que é chamado de ‘decisão de compra’, a qual, na concepção do autor Solomon (2016), consiste em uma solução de determinado problema e que para estar certo sobre a decisão de comprar o indivíduo deve reconhecer esse problema e avaliar as alternativas. No viés da educação ambiental, os consumidores esclarecidos e conscientes irão se preocupar sobre a sustentabilidade na fabricação de cada produto, tornando impossível a ideia de adquirir um produto para solucionar um problema sabendo que, na realidade, a sua fabricação causou prejuízo e desgaste ao meio ambiente.

Em contrapartida, faz-se necessária a discussão acerca do assunto especificamente no âmbito da indústria da moda, pois como defende Vicente, Matsubara e Eiro (2012), a sustentabilidade dos produtos, ainda que seja um assunto de enfoque na atual sociedade, ainda não é um ponto de valor que determine a decisão de compra do consumidor. Isto demonstra, mais uma vez, a iminente necessidade da aplicação da educação ambiental como ferramenta para a conscientização do consumo na indústria da moda e a possibilidade de uma sociedade adepta ao consumo consciente e sustentável.

Lembra-se, ainda, que a mudança se inicia nas ações individuais e pequenas, nas quais somadas com uma grande quantidade de pessoas, resultaria em resultados globais. Dessa forma, nota-se que a elementar do consumo consciente está no estado empírico de cada indivíduo e não na espera de ações grandiosas pelas empresas ou governo, ou seja, é necessário que cada um na sua particularidade assuma o dever de cautela com o meio ambiente e a aplicação do consumo consciente. (SILVA; GOMEZ, 2010, p. 49).

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão do estudo demonstrou que a sustentabilidade na moda se torna cada vez mais um fator decisivo no ato de compra dos consumidores, entretanto, o debate com enfoque na moda sustentável ainda é um tópico pouco explorado no âmbito jurídico. O

desenvolvimento sustentável, no âmbito da moda, além de provocar uma preocupação de ambientalistas, passou a ser de interesse de toda a sociedade. Isso ocorre principalmente na indústria têxtil, prevalece a rapidez no ciclo de vida dos produtos e o incentivo ao consumo desenfreado, o que contribui de forma direta para a crise de recursos ambientais e degradação do meio ambiente.

O principal estímulo da educação para o consumo se coloca primariamente para os multiplicadores, facilitadores e educadores, que, além de disseminar as informações quanto ao mercado de consumo e sobre os direitos e deveres dos consumidores, terão que transmitir aos indivíduos questões de formação de caráter e valor pessoal. A abordagem faz jus à ideia de utilizar a educação ambiental, principalmente suas previsões legais, como por exemplo a Lei 13.186/2015 como ferramenta para o consumo consciente com finalidade de atingir equilíbrio entre as necessidades humanas e a preservação do meio ambiente.

Neste cenário, surge um consumidor atento e consciente com os produtos e serviços, exigindo das marcas maior responsabilidade social, políticas empresariais que preservem o ecossistema e garantam a sustentabilidade na cadeia de produção das indústrias de moda. Além disso, reestrutura a visão dos consumidores frente ao seu poder de compra e o faz mais responsável, exigente e informado, praticante de pequenas ações individuais com a sabedoria de que o básico é essencial para uma transformação generalizada e duradoura.

Ressalta-se que o objetivo não é esgotar o conhecimento sobre o tema, pelo contrário, é abrir espaço aos leitores para a reflexão diante da demonstração de sua importância nesse processo de mudança e conscientização do consumo e sobre como a educação é a ferramenta para este fim, já que a educação ambiental, como disciplina transversal em todas as áreas estudadas, é um dos pilares para sensibilizar os alunos a efetivarem essa mudança.

REFERÊNCIAS

ANCIET, A., BESSA, P., & BROEGA, A. **Ações na área da moda em busca de um design sustentável.** VII Colóquio de Moda. Maringá. 2011.

ANTUNES, P. de B. **Direito ambiental.** 17. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

ARBEX, G. **E-commerce global pode movimentar US\$ 3,4 tri 2025, retailtechs & Muito Mais.** Revista Forbes, 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/01/e-commerce-global-pode-movimentar-us-34-tri-em-2025-retailtechs-americanas-brf-muito-mais/>. Acesso em: 20 de maio de 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias.** Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BELLEN, H. M. **Indicadores de sustentabilidade uma análise comparativa.** Rio de Janeiro: Editora FGV. 2005.

BERLIM, L. **Moda e Sustentabilidade uma reflexão necessária.** São Paulo, Brasil: Estação das letras e cores. 2012.

CAMARGO, A. MONTEIRO, P. SILVA, B. **A sociedade de consumo e sua relação com a educação ambiental.** Revista de estudos jurídicos una. 2017.

CAROLINO, Natália C. **Consumo e a Moda Sustentável.** A influência de critérios de sustentabilidade na decisão de compra do consumidor. Brasília. Universidade de Brasília. Faculdade de comunicação. 2019.

DINIZ, E. M., & BERMANN, C. **Economia verde e sustentabilidade.** 2012. Estudos Avançados, 26.

FELÍCIO, J. M., SILVA, F. L. P. **Os princípios gerais do Direito Ambiental.** Colloquium Socialis, Presidente Pudrente, v. 01, Jan/abr. pag. 632-640. 2017. Disponível em: <http://www.unoeste.br/site/enepe/2016/suplementos/area/Socialis/Direito/OS%20PRINC%3%20%8DPIOS%20GERAIS%20DO%20DIREITO%20AMBIENTAL.pdf>. Acesso em: 20 de maio de 2022.

GARCIA, L. de M.; THOMÉ, R. **Direito Ambiental. Princípios; competências constitucionais.** 8. ed. rev. e atual. Salvador: Juspodivm, 2015 (Coleção Leis Especiais para Concurso, v. 10).

PANAROTTO, Cíntia. **O Meio Ambiente e o Consumo Sustentável: Alguns Hábitos que Podem Fazer a Diferença.** Revista relações de consumo, p. 132-152. 2008. Disponível em: <https://docplayer.com.br/70947-O-meio-ambiente-e-o-consumo-sustentavel-alguns-habitos-que-podem-fazer-a-diferenca.html>. Acesso em 20 de maio de 2022.

PAZMINO, A. **Uma reflexão sobre design social, eco design e design sustentável.** I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. 2007.

PEREIRA, Agostinho O K, et al. In PEREIRA, Agostinho O K.; HORN, Luiz F D R. **Relações de consumo meio ambiente**. Caxias do Sul: Educs, 2009.

PIMENTA, D. L. Crimes ambientais: Normas penais em branco, elementos normativos do tipo e a competência Estadual em matéria ambiental. **Revista Jurídica do Ministério Público do Estado de Minas Gerais**. 2010. Disponível em: http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_svicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/DeJure_n.15.pdf#page=210. Acesso em: 22 de maio de 2022.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

WEINBERG, M. James Heckman e a importância da educação infantil. **Revista Veja**. Editora Abril. Edição nº 2549. 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/revista-veja/james-heckman-nobel-desafios-primeira-infancia/>. Acesso em: 25 de maio de 2022.

RODRIGUES, F. E. **Tutela penal ambiental: Eficácia da norma penal em branco**. PUC – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2005. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/5609/1/FabiolaRodrigues.pdf>. Acesso em 23 de maio de 2022.

SACHS, I. (2002). **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. (Garamond, Ed.) Rio de Janeiro.

SALIBA, Dantte. **Obrigações Legais Ambientais na Indústria Têxtil**. Trilho Ambiental. 2018. Disponível em: <https://www.trilhoambiental.org/post/2018/06/11/obrigacoes-legais-ambientais-na-industria-textil>. Acesso em: 31 de março de 2022.

SILVA, M., GÓMEZ, C. **Consumo consciente: O papel contributivo da educação**. Centro Universitário UNA. 2010. Pag. 50. Disponível em: [file:///C:/Users/55349/Downloads/162-698-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/55349/Downloads/162-698-1-PB%20(1).pdf) , acesso em 22 de maio de 2022.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 11. ed. - Porto Alegre: Bookman, 2016.

SCHONARDIE, Elenise Felzke. **Ambiente e justiça ambiental**. Ijuí: Unijuí, 2011.

SIRVINSKAS, L. P. **Tutela penal do meio ambiente**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

VERDE, Redação Pensamento. **Nosso futuro em comum: conheça o relatório de Brundtland**. 2014. Disponível em: <https://www.pensamentoverde.com.br/sustentabilidade/nosso-futuro-em-comum-conheca-o-relatorio-de-brundtland/>. Acesso em: 23 de maio 2022.

VICENTE, N. A.; MATSUBARA, R. Y.; EIRO, N. Y. Estratégia e sustentabilidade: a influência da sustentabilidade na compra de cosméticos. **Anais do XV SemeAd**. São Paulo: Seminários em Administração da Universidade de São Paulo, 2012.