XV ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI ALICANTE - ESPANHA

DIREITO E RELAÇÕES DE CONSUMO

ANTÔNIO CARLOS DINIZ MURTA

RAYMUNDO JULIANO FEITOSA

Copyright © 2026 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

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

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU – São Paulo
Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio – Rio de Janeiro
Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Fernando Passos – UNIARA - São Paulo
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo
Secretarias
Relações Institucionais:
Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia
Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal
Comunicação:
Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe
Relações Internacionais para o Continente Americano:
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM – São Paulo
Relações Internacionais para os demais Continentes:
Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará
Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul
Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI – Santa Catarina
Educação Jurídica
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP
Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello – UFMS – MS
Eventos:
Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo
Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina
Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ
Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG
Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito e relações de consumo[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Raymundo Juliano Feitosa; Antonio Carlos Diniz Murta.– Florianópolis: CONPEDI, 2026.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-65-5274-676-4
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Meio ambiente e sustentabilidade: perspectivas globais e locais na agenda 2030

2. Direito. 3. Relações de consumo. XV Encontro Internacional do CONPEDI Alicante - Espanha (1: 2026: Florianópolis, Brasil).
CDU: 34



Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

XV ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI ALICANTE - ESPANHA

DIREITO E RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

Novamente na Espanha nos encontramos para discutir temas da mais alto relevância jurídica. Em especial, o temática de relações de consumo. Deparamo-nos com artigos da mais alta qualidade e de instigação científica relevante. Artigos tendo como objeto arquiteturas de consumo e vulnerabilidade digital, moda circular ou moda aparência, direito à educação e informação ambiental, trataemnto institucional do superendividamento e, finalmente, os vícios dos produtos e serviços digitais. Todos os conteúdos propostos nos fazem refletir profundamente sobre como as relaçoes de consumo nacional brasileiro são frequentemente sujeitas a críticas, merecendo de toda comunidade juridica, notadamente aqueles que atuam no âmbito da pesquisa de pós graduação estrito sensu, a buscar novas formas de interpretar o direito consumierista posto; mormente num momento em que convivemos numa relação muitas vêzes desiquilibrada entre fornecedor e consumidor. O fato de nos encontrarmos para tal reflexão jurídica em terras estrangeiras, em terras de Espanha, na belíssima e charmosa Alicante, nos permite um distanciamento, por um breve momento, de nossos afazeres profisssionais /acadêmicos fazendo, assim, que tenhamos uma visao conjunta e sistêmica emnriquecedora de doutrina provocadora e efetivamente enriquecedora. Parabéns a todos os autores pelo seu erudito trabalho e contribuição à ciência do direito consumerista.

MODA CIRCULAR OU MODA DE APARÊNCIA? UM ESTUDO ECOFEMINISTA SOBRE GREENWASHING, MULHERES E ECONOMIA CIRCULAR NA INDÚSTRIA TÊXTIL

CIRCULAR FASHION OR FASHION OF APPEARANCES? AN ECOFEMINIST STUDY ON GREENWASHING, WOMEN, AND THE CIRCULAR ECONOMY IN THE TEXTILE INDUSTRY

Daiane Borowicc
Jhon Wesley Leite Uchoa
Marina Panazzolo

Resumo

O artigo analisa criticamente o uso do discurso de "moda sustentável" e "economia circular" por grandes marcas da indústria têxtil, identificando em que medida essas alegações constituem estratégias de greenwashing. A partir de uma perspectiva ecofeminista, argumenta-se que a apropriação superficial da circularidade tende a invisibilizar os impactos socioambientais reais da cadeia produtiva e a perpetuar desigualdades estruturais, especialmente aquelas que atingem mulheres. O estudo utiliza exclusivamente métodos documentais: análise de relatórios de sustentabilidade, indicadores de transparência, certificações, compromissos públicos e bases de dados sobre impacto ambiental e social da moda. O objetivo é mapear padrões recorrentes de greenwashing, como métricas incompletas, sobrevalorização de fibras recicladas, ausência de dados auditáveis e omissão de sobreprodução, e identificar suas implicações ambientais e de gênero. A análise revela que muitas promessas de circularidade permanecem desconectadas de mudanças estruturais, reforçando a necessidade de métricas robustas, regulações específicas e auditorias independentes para assegurar que a circularidade seja efetiva e não meramente retórica.

Palavras-chave: Ecofeminismo, Economia circular, Greenwashing, Moda, Economia de aparência

Abstract/Resumen/Résumé

This article critically examines the use of the discourse of "sustainable fashion" and "circular economy" by major brands in the textile industry, identifying the extent to which such claims constitute greenwashing strategies. From an ecofeminist perspective, it is argued that the superficial appropriation of circularity tends to obscure the real socio-environmental impacts of the production chain and to perpetuate structural inequalities, particularly those affecting women. The study relies exclusively on documentary methods, including the analysis of sustainability reports, transparency indicators, certifications, public commitments, and databases on the environmental and social impacts of the fashion industry. The objective is to map recurring patterns of greenwashing, such as incomplete metrics, overvaluation of recycled fibers, lack of auditable data, and omission of overproduction, and to identify their

environmental and gender-related implications. The analysis reveals that many promises of circularity remain disconnected from structural changes, reinforcing the need for robust metrics, specific regulations, and independent audits to ensure that circularity is effective rather than merely rhetorical.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Ecofeminism, Circular economy, Greenwashing, Fashion, Appearance-based economy

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas a indústria da moda consolidou-se como um dos setores econômicos de maior impacto ambiental no planeta, sendo um dos responsáveis pelo elevado consumo de água, emissões de gases, da produção massiva de resíduos têxteis e uso intenso de substâncias químicas. A expansão do modelo *fast fashion*[1], baseada na lógica de hiperprodução, renovação acelerada das coleções e obsolescência programada do vestuário, aumentou as pressões sobre os ecossistemas e comunidades, essas normalmente consideradas vulneráveis.

Neste contexto, atualmente os discursos empresariais sobre moda sustentável, produtos verdes e economia circular, tornam-se mais frequentes, e por vezes funcionam como resposta às críticas ambientais e como estratégia de diferenciação no mercado global.

Porém, o crescimento da agenda sustentável não ocorreu de forma harmônica ou necessariamente transformadora, constata-se que muitas das iniciativas divulgadas como circulares limitam-se a ações pontuais, como por exemplo o uso de fibras recicladas, coleções-cápsulas "eco" ou programas de coleta pouco transparentes, enquanto o centro da atividade produtiva permanece ancorado em práticas lineares e intensas na exploração de recursos.

Tal discrepância entre o discurso e a prática está amplamente associado ao fenômeno do *greenwashing*[2], no qual as empresas utilizam de narrativas ambientais para fortalecer sua imagem pública sem promover de fato mudanças estruturais. Esse cenário é especialmente relevante no setor da moda, uma vez que a comunicação visual e o marketing desempenham papéis centrais na contrução de valor e significado.

A análise do greenwashing na moda, contudo, não pode ignorar seus efeitos sociais, sobretudo aqueles que recaem sobre grupos historicamente vulnerabilizados. É nesse ponto que o recorte ecofeminista se torna fundamental. O ecofeminismo, enquanto abordagem teórico-crítica, denuncia as conexões entre a exploração ambiental e a opressão de mulheres, evidenciando que a degradação ecológica frequentemente se articula com a desigualdade de gênero. Na cadeia têxtil, essa relação é particularmente evidente: mulheres representam a maioria da força de trabalho em etapas marcadas por baixa remuneração, informalidade e riscos à saúde; além disso, são também alvo preferencial do marketing "sustentável" que estimula novos ciclos de consumo.

[1] é a produção em massa de roupas baratas e de baixa qualidade que imitam tendências recentes, impulsionando o consumo rápido e descartável

[2] é uma prática de marketing enganosa onde uma empresa divulga uma imagem falsa ou exagerada de suas ações sustentáveis, especialmente em relação ao meio ambiente

Adotar uma perspectiva ecofeminista, portanto, permite compreender como discursos de circularidade podem não apenas mascarar práticas ambientalmente insuficientes, mas também perpetuar assimetrias de gênero. A estética da "moda sustentável", frequentemente direcionada ao público feminino, opera como dispositivo simbólico que desloca a responsabilidade ambiental para as consumidoras, enquanto mantém invisibilizadas as condições de trabalho de mulheres que costuram, tingem ou manuseiam resíduos têxteis. Assim, o estudo do greenwashing sob essa lente amplia a análise, conectando sustentabilidade, justiça social e crítica às estruturas capitalistas que sustentam o setor.

Diante desse cenário, a pesquisa parte do pressuposto de que a economia circular, embora relevante como paradigma teórico, tem sido mobilizada de forma seletiva por muitas empresas do setor. Em vez de significar redesign profundo, redução drástica da produção e responsabilidade sobre o ciclo de vida completo das peças, a circularidade é frequentemente associada a iniciativas de baixa escala que, embora comunicadas como transformadoras, não alteram o modelo econômico dominante. Essa dissonância reforça a necessidade de examinar criticamente como tais promessas são formuladas, quais métricas são apresentadas e quais dimensões são estrategicamente omitidas.

Para tanto, o presente artigo adota exclusivamente métodos documentais para analisar a aderência entre discurso e prática. A escolha por essa metodologia decorre não apenas da disponibilidade de dados corporativos, mas também do objetivo de mapear evidências públicas, verificáveis e auditáveis, evitando vieses interpretativos decorrentes de percepções subjetivas ou depoimentos individuais. A análise documental possibilita identificar padrões estruturais no greenwashing, observando de que modo relatórios de sustentabilidade, compromissos ambientais, certificações e campanhas publicitárias constroem narrativas de circularidade.

Então, a introdução da perspectiva ecofeminista na análise documental busca tensionar a ideia de sustentabilidade reduzida a indicadores ambientais isolados. A proposta é evidenciar como a circularidade, quando desvinculada de justiça de gênero, tende a operar como instrumento discursivo e não como transformação estrutural do setor. Assim, o artigo se propõe a contribuir com o debate contemporâneo sobre moda, ambiente e equidade, revelando de que forma o greenwashing não apenas impede avanços ambientais reais, mas também perpetua formas de desigualdade que atravessam a cadeia produtiva e o consumo.

2. ECONOMIA CIRCULAR NA MODA: CONCEITO E LIMITES

A crescente incorporação do discurso da sustentabilidade pela indústria da moda tem impulsionado a difusão da economia circular como um dos principais paradigmas contemporâneos para a reconfiguração das cadeias produtivas. Apresentada como alternativa ao modelo linear de extração, produção e descarte, a circularidade surge associada à promessa de redução de impactos ambientais, otimização de recursos e regeneração de sistemas naturais.

No entanto, a ampla adesão a esse conceito tem sido acompanhada por um uso frequentemente ambíguo e estratégico, que nem sempre corresponde a transformações estruturais efetivas. Nesse cenário, torna-se imprescindível examinar criticamente os fundamentos da economia circular na moda, bem como os limites que condicionam sua implementação, especialmente diante de um setor marcado por dinâmicas de hiperprodução, forte apelo mercadológico e recorrentes práticas de *greenwashing*.

A compreensão da economia circular no contexto da indústria da moda exige, inicialmente, a delimitação de seus fundamentos conceituais e a problematização de seus limites práticos. Embora amplamente difundida como alternativa ao modelo linear de produção e consumo, a circularidade não constitui um conceito unívoco, sendo frequentemente apropriada por diferentes atores com níveis variados de profundidade e compromisso transformador.

No setor têxtil, essa polissemia torna-se ainda mais evidente, na medida em que princípios originalmente voltados à redução de impactos ambientais e à regeneração de sistemas naturais passam a coexistir com estratégias empresariais que mantêm padrões intensivos de produção. Assim, antes de analisar suas aplicações concretas, torna-se necessário examinar criticamente o que se entende por economia circular na moda, bem como os limites estruturais, tecnológicos e políticos que condicionam sua efetividade.

A economia circular emergiu como um dos principais paradigmas contemporâneos para repensar a produção e o consumo, propondo a transição de um modelo linear, ou seja, extrair, produzir, descartar, para ciclos regenerativos. Para Abdalla e Sampaio (2018, p.83):

> O conceito de Economia Circular enquanto proposta inovadora de implementação de um novo sistema de processo produtivo, propõe profundas modificações estruturais e assume um maior protagonismo ao contradizer o sistema usual da Economia Linear.

Já perspectiva da Ellen MacArthur Foundation (2019), referência global no tema, a circularidade na moda envolve três pilares fundamentais: (a) eliminar resíduos e poluição desde o design, desenvolvendo peças mais duráveis, recicláveis e compostáveis; (b) manter produtos e materiais em uso pelo maior tempo possível, por meio de reparo, reuso, revenda, aluguel e upcycling; e (c) regenerar sistemas naturais, reduzindo dependência de recursos virgens e

priorizando matérias-primas renováveis. Esses princípios, embora ambiciosos, pressupõem mudanças profundas na concepção do produto, nas cadeias logísticas e no comportamento do consumidor.

Sabe-se que a adoção desses princípios pela indústria da moda tem sido amplamente variável e, em muitos casos, superficial, muitos estudos apontam que grande parte das estratégias classificadas como circulares se concentra em etapas finais da cadeia, como programas de coleta ou uso marginal de fibras recicladas, em vez de promover transformações no desenho do sistema como um todo. Na prática, o foco recai sobre ações que são facilmente comunicáveis em campanhas de marketing, mas que apresentam impacto limitado diante da escala de produção global. Essa seletividade gera o que a literatura crítica denomina "circularidade simbólica", na qual os elementos comunicacionais superam em importância a efetividade ambiental.

Partindo da constatação que a economia circular se baseia na diminuição da exploração do meio ambiente e também visa priorizar a economia local e geração de empregos, corroborando com isso Abdalla e Sampaio (2018, p. 84)

> Há de se destacar que, um dos conceitos básicos defendidos pelos precursores da ideia de Economia Circular, é primar pela estabilidade da economia local e a geração de empregos. Além de buscar eliminar as consequências nocivas ao meio ambiente, decorrente do uso excessivo de bens duráveis e não-duráveis e pelo descarte inadequado. Estas são condições que também compõem o escopo dos objetivos almejáveis.

É sabido que por vezes o conceito de economia circular não é aplicado na sua totalidade, criando um falso discurso, onde a realidade é oposta ao conceito. A distinção entre circularidade fraca e circularidade forte é um ponto central nesse debate.

A circularidade fraca refere-se a intervenções que mantêm o paradigma de crescimento contínuo, sem questionar volumes de produção, padrões de consumo ou a lógica de rápida substituição das peças (Kirchherr et. as, 2017). Trata-se de uma circularidade que opera dentro do modelo linear, adicionando mecanismos paliativos como reciclagem limitada ou coleções *eco-friendly*[3] em escala mínima. Já a circularidade forte, defendida por diversos autores críticos, pressupõe a reestruturação profunda do sistema produtivo, priorizando a redução significativa da produção, a durabilidade real das peças e a desaceleração do consumo. Esse modelo exige repensar o próprio papel econômico da moda e confrontar interesses corporativos consolidados (Johansson e Henriksson, 2020).

[3] Amigo do meio ambiente

A aplicabilidade da economia circular no setor de moda também enfrenta desafios tecnológicos e logísticos. A reciclagem de fibras, por exemplo, ainda é limitada: grande parte dos tecidos é composta por misturas difíceis de separar, e o processo de reciclagem mecânica tende a degradar a qualidade das fibras, resultando em produtos de menor valor.

A reciclagem química, por sua vez, permanece restrita, cara e dependente de infraestrutura industrial de alto grau de especialização. Essa realidade contrasta com o discurso otimista muitas vezes utilizado em relatórios corporativos, sugerindo que a circularidade, apesar de promissora, ainda se encontra distante de ser uma solução aplicável em larga escala.

Conforme Santos e Gonzalez "no entanto, ao introduzir princípios da economia circular na cadeia produtiva da moda a maneira como as organizações funcionam é transformada" (2021, p. 2) . Essa afirmação evidencia que a adoção de práticas circulares não se limita a ajustes operacionais, mas implica uma reconfiguração estrutural dos modelos produtivos, exigindo a revisão de processos, cadeias de suprimentos, estratégias de design e dinâmicas de consumo. Trata-se, portanto, de uma mudança paradigmática que desloca a lógica linear tradicional para um sistema em que redução, reutilização, reparo e reciclagem passam a orientar a própria racionalidade organizacional.

Outro desafio estrutural diz respeito ao fenômeno da *overproduction*[4] que representa o maior impedimento para uma circularidade genuína. Estima-se que bilhões de peças são produzidas anualmente, muitas das quais permanecem encalhadas, são incineradas, aterradas ou exportadas como resíduos para países do Sul Global. O modelo econômico do *fast fashion* depende intrinsecamente da novidade constante e da super disponibilidade de produtos, tornando incompatível qualquer tentativa de promover circularidade sem enfrentar o problema quantitativo da produção.

A overproduction também compromete iniciativas de reuso e reciclagem. Mesmo que os sistemas de coleta e reciclagem fossem altamente eficientes, o volume produzido excede em muito a capacidade global de reaproveitamento. Essa assimetria revela um dos limites fundamentais da circularidade fraca: ao focar em soluções técnicas para o fim da cadeia, ela obscurece a necessidade de reduzir drasticamente o número de peças produzidas e consumidas. Nesse sentido, a circularidade não pode ser tratada apenas como uma questão de tecnologia, mas como uma questão política, econômica e social.

[4] é a produção excessiva de roupas muito acima da demanda real.

Conforme observado por Shamsuzzaman et al. (2025), "com apenas 15-20 % dos resíduos coletados para reuso e reciclagem” evidenciando como, mesmo com sistemas de reciclagem/reuso, a escala da produção inviabiliza uma circularidade eficaz.

Então, compreender os limites da economia circular na moda implica reconhecer que a circularidade não pode ser reduzida a uma narrativa de marketing, mas requer compromissos verificáveis, mensuráveis e auditáveis, com indicadores claros sobre produção, durabilidade, rastreabilidade e volume de descarte evitado. Essa problematização é fundamental para diferenciar discursos de sustentabilidade de práticas efetivas, especialmente em um setor marcado por forte apelo comunicacional e por estratégias recorrentes de greenwashing. Assim, o debate sobre circularidade deve ser entendido como parte de um projeto mais amplo de transformação, que integra dimensões ambientais, econômicas e sociais.

A economia circular não deve ser compreendida apenas como um conceito econômico ou ambiental, mas também como uma construção jurídico-normativa em consolidação. Nos últimos anos, diferentes ordenamentos passaram a incorporar princípios de circularidade em suas legislações, especialmente no âmbito da gestão de resíduos, da responsabilidade estendida do produtor e da regulação de cadeias produtivas. No contexto europeu, por exemplo, o Circular Economy Action Plan, vinculado ao European Green Deal, estabelece diretrizes para a transição de setores intensivos em recursos, incluindo a indústria têxtil, com foco em durabilidade, reparabilidade e rastreabilidade dos produtos.

Contudo, a positivação da economia circular enfrenta desafios relevantes. Um dos principais diz respeito à ausência de definições jurídicas uniformes e de critérios vinculantes que permitam diferenciar práticas efetivamente circulares de estratégias meramente declarativas. Essa lacuna normativa abre espaço para interpretações flexíveis por parte das empresas, favorecendo a proliferação de práticas de greenwashing sob a aparência de conformidade regulatória.

Além disso, a incorporação da circularidade no Direito frequentemente ocorre de forma fragmentada, por meio de instrumentos setoriais, sem enfrentar a lógica estrutural da hiperprodução. Nesse sentido, a economia circular corre o risco de ser reduzida a um conjunto de obrigações técnicas, desvinculadas de uma abordagem sistêmica que integre justiça ambiental, direitos humanos e equidade de gênero.

3. ECOFEMINISMO E A INDÚSTRIA TÊXTIL

A análise dos limites da economia circular na indústria da moda evidencia que a transição para modelos produtivos mais sustentáveis não pode ser compreendida apenas sob uma perspectiva técnica ou gerencial, exigindo a incorporação de abordagens críticas capazes de revelar as dimensões sociais e políticas subjacentes a esse processo. Nesse sentido, o ecofeminismo emerge como um referencial teórico fundamental para aprofundar essa discussão, ao explicitar as conexões estruturais entre exploração ambiental e desigualdades de gênero.

Ao deslocar o foco da materialidade dos fluxos produtivos para as relações de poder que os sustentam, essa perspectiva permite compreender como a lógica que orienta a circularidade, quando apropriada de forma superficial, pode reproduzir padrões históricos de dominação. Assim, a inserção do ecofeminismo no debate sobre a indústria têxtil possibilita não apenas problematizar os limites da economia circular, mas também ampliar a compreensão da sustentabilidade, integrando dimensões de justiça social, equidade de gênero e reconhecimento das múltiplas formas de resistência que atravessam a cadeia produtiva.

O termo “ecofeminismo” surgiu pela primeira vez na obra Le féminisme ou la mort, publicada em 1974 pela autora francesa Françoise d’Eaubonne, a quem se atribui a formulação inicial desse conceito. A partir dessa proposição, estabelece-se uma leitura crítica segundo a qual mulheres e natureza compartilham uma condição histórica de dominação, exploração e subordinação em diferentes contextos sociais.

Na referida obra, d’Eaubonne (1974) sustenta que o ser humano, inserido em uma lógica produtivista, passa a conceber o meio ambiente como um objeto passível de controle e instrumentalização, destinado a sustentar continuamente os sistemas de produção. Paralelamente, essa mesma racionalidade é aplicada às mulheres, que são frequentemente reduzidas a funções reprodutivas e domésticas, o que contribui para a manutenção de estruturas de desigualdade e subordinação de gênero.

A relevância de Le féminisme ou la mort ultrapassa sua dimensão teórica, tendo exercido forte influência sobre mulheres já engajadas em movimentos sociais, especialmente nos campos feminista e ambiental. A obra proporcionou um referencial conceitual capaz de articular essas lutas, incentivando a construção de uma consciência crítica voltada à transformação ecológica e à reconfiguração das relações de gênero (Puleo, 2015).

Nesse contexto, o ecofeminismo consolidou-se como um movimento plural, impulsionado por iniciativas femininas em diferentes esferas do conhecimento e da atuação social. Sua construção envolve contribuições oriundas da filosofia, das ciências, das artes, da

literatura, da linguagem e das práticas políticas, incluindo a atuação em organismos internacionais e organizações não governamentais (Tavares; Michiles, 2019).

A partir dessas múltiplas frentes, o ecofeminismo estruturou-se como uma forma de mobilização social que combina reflexão teórica e ação política. Seus fundamentos baseiam-se na denúncia das relações de poder que sustentam a dominação simultânea das mulheres e da natureza, evidenciando que ambas são submetidas a um mesmo modelo de exploração. Nesse sentido, o movimento busca demonstrar que a lógica que marginaliza as mulheres é a mesma que impulsiona a degradação ambiental, sendo, portanto, necessária uma transformação estrutural dessas dinâmicas (Beltrán, 2019).

Assim, o ecofeminismo desenvolve uma crítica ao paradigma androcêntrico predominante, apontando para a urgência de reconstrução de uma ética ambiental que reconheça e enfrente as interconexões entre opressão de gênero e exploração dos recursos naturais. Trata-se, portanto, de uma perspectiva que propõe não apenas a revisão de valores sociais, mas a reconfiguração das bases que sustentam as relações entre humanidade e natureza (Junges, 2010).

Através do arcabouço teórico levantado, o ecofeminismo denuncia as relações estruturais entre exploração ambiental e opressão de gênero, permitindo compreender como a indústria da moda se sustenta sobre formas específicas de vulnerabilização feminina. A partir da crítica ecofeminista, torna-se evidente que a lógica produtiva do fast fashion se apoia tanto na degradação de ecossistemas quanto na desvalorização do trabalho feminino, especialmente em países do Sul Global. Essa dupla exploração não é acidental, mas consequência de um sistema que entende tanto a natureza quanto certos corpos como recursos infinitos e disponíveis.

A cadeia têxtil global é composta por etapas intensivas em trabalho, majoritariamente realizado por mulheres: cultivo de fibras, fiação, tecelagem, tingimento, costura e acabamento, conforme relatório do Clean Clothes Campaign (2005). Em muitos desses elos, o trabalho feminino é precarizado, mal remunerado e invisibilizado. Do ponto de vista ecofeminista, essa invisibilização dialoga com a própria dinâmica de apagamento dos cuidados e dos saberes tradicionalmente atribuídos às mulheres, reforçando uma economia que depende de atividades essenciais, mas sistematicamente marginalizadas (Mies e Shiva, 2021). Assim, a moda rápida se beneficia de uma estrutura que naturaliza a desigualdade e a coloca como parte funcional de seu modelo de negócios.

Além da exploração laboral, o ecofeminismo ajuda a compreender como as mulheres também são desproporcionalmente afetadas pelos impactos ambientais da produção têxtil

(Plumwood, 1983). O uso intensivo de agrotóxicos no cultivo do algodão, a poluição das águas por corantes químicos e o descarte de resíduos têxteis em comunidades periféricas atingem de forma mais aguda mulheres que vivem em regiões vulneráveis ou dependem diretamente desses ecossistemas para sua subsistência. Nesse sentido, a degradação ambiental não é neutra: ela opera junto a hierarquias de gênero, classe e raça, aprofundando desigualdades já existentes.

O discurso da "moda sustentável" raramente reconhece essas assimetrias. Ao enfatizar materiais reciclados ou fibras "verdes", muitas campanhas ignoram as condições concretas das trabalhadoras que tornam possível a produção, reforçando a ideia de que basta "escolher melhor" para que a moda se torne sustentável. A perspectiva ecofeminista, ao contrário, evidencia que qualquer transição para a sustentabilidade exige incorporar dimensões de justiça social, redistribuição de poder e reconhecimento do protagonismo das mulheres na cadeia produtiva. Sem esse enfoque, a circularidade se reduz a um ajuste cosmético (Mies e Shiva, 2021).

Outro ponto central destacado pelo ecofeminismo é a relação entre consumo e construção de identidades femininas (Mies e Shiva, 2021). A moda, enquanto indústria cultural, produz imaginários que associam feminilidade ao consumo constante, estimulando ciclos de desejo e descarte que alimentam o fast fashion (Greenpeace, 2021). Ao responsabilizar as mulheres por práticas de consumo "conscientes", o mercado transfere para elas o peso da sustentabilidade, ignorando que seus hábitos são moldados por estruturas simbólicas e pela própria lógica de obsolescência programada da indústria. Essa responsabilização individual reforça estereótipos de gênero e desvia a atenção dos grandes agentes poluidores.

Por outro lado, o ecofeminismo também permite visibilizar resistências e alternativas produzidas por mulheres, muitas delas enraizadas em práticas comunitárias, tradicionais ou artesanais (Mies e Shiva, 2021). Cooperativas de costureiras, coletivos de moda sustentável, iniciativas de upcycling e redes de economia solidária revelam uma circularidade que não se limita ao aspecto material, mas envolve cuidado, autonomia e relações horizontais. Essas práticas demonstram que é possível construir modelos de produção que valorizem tanto o meio ambiente quanto as relações humanas, apontando para formas de circularidade "forte".

A cadeia têxtil, observada sob o prisma ecofeminista, mostra que a sustentabilidade não pode ser dissociada das condições de existência das mulheres que sustentam a produção. Isso implica repensar políticas públicas, mecanismos regulatórios e práticas empresariais, de modo a priorizar direitos trabalhistas, transparência, rastreabilidade e participação feminina na tomada de decisões. O ecofeminismo contribui para deslocar o debate da sustentabilidade

centrada no produto para uma sustentabilidade centrada na vida e na dignidade das pessoas envolvidas.

Então, ao aplicar a lente ecofeminista à cadeia da moda, é possível problematizar a própria noção de "inovação", frequentemente apropriada pela indústria para vender soluções técnicas que mantém intocado o modelo linear e desigual. O ecofeminismo propõe um paradigma alternativo, no qual a economia circular só é autêntica se promover justiça ecológica e social de forma integrada. Essa perspectiva prepara o terreno para a análise crítica do greenwashing, que muitas vezes utiliza o vocabulário da circularidade para ocultar continuidades de exploração, tema aprofundado na próxima seção.

4. GREENWASHING NA MODA

A leitura ecofeminista da indústria têxtil, ao evidenciar as interconexões entre exploração ambiental e desigualdades de gênero, também permite problematizar os discursos contemporâneos de sustentabilidade amplamente difundidos pelo setor. Nesse contexto, emerge o fenômeno do *greenwashing* como uma estratégia recorrente por meio da qual empresas se apropriam de vocabulários associados à circularidade, à responsabilidade ambiental e à ética produtiva, sem, contudo, promover transformações estruturais em seus modelos de negócio.

A partir de uma perspectiva crítica, torna-se possível compreender que tais práticas não apenas mascaram impactos socioambientais persistentes, mas também reforçam dinâmicas de invisibilização, especialmente no que se refere ao trabalho feminino precarizado ao longo da cadeia produtiva. Assim, a análise do *greenwashing* na moda revela-se fundamental para distinguir entre iniciativas genuinamente comprometidas com a sustentabilidade e aquelas que operam no plano simbólico, contribuindo para a manutenção de um sistema que permanece, em sua essência, excludente e insustentável.

A literatura especializada tem identificado diferentes tipologias de greenwashing, que podem ser observadas de forma recorrente na indústria da moda. Entre elas, destacam-se: (i) a vaguidade conceitual, caracterizada pelo uso de termos amplos e não verificáveis, como "eco-friendly" ou "consciente"; (ii) a irrelevância, quando atributos ambientais são destacados apesar de não representarem diferenciais significativos; (iii) a ocultação de trade-offs, na qual um aspecto positivo é enfatizado enquanto impactos relevantes são omitidos; e (iv) a ausência de comprovação, evidenciada pela falta de dados auditáveis ou verificáveis. Essas estratégias não

apenas dificultam a avaliação crítica por parte dos consumidores, mas também comprometem a construção de padrões regulatórios eficazes.

O fenômeno do *greenwashing* tornou-se particularmente evidente na indústria da moda, que, diante da crescente pressão social por responsabilidade socioambiental, passou a adotar discursos de sustentabilidade frequentemente desconectados de suas práticas reais. Conforme Adamkiewicz et. al. (2022, p.3):

> o caso da indústria da moda, a narrativa de greenwashing pode ser observada em alegações de que determinada marca é mais sustentável, quando na verdade melhora apenas uma parte insignificante de suas coleções; ou quando opta por downcycling de materiais em vez de investir em reciclagem fibra a fibra; ou ainda quando promove programas de coleta que incentivam um consumo "sem culpa"[5].(tradução nossa)

Então, essas estratégias funcionam menos como compromissos reais com a sustentabilidade e mais como instrumentos de manutenção da imagem corporativa. Em vez de enfrentar os verdadeiros vetores de impacto, muitas marcas recorrem a soluções superficiais que reforçam a lógica existente. Assim, mecanismos como a promoção de poliéster reciclado (geralmente obtido de garrafas PET e não de resíduos têxteis), o uso de certificações pouco transparentes ou a divulgação seletiva de indicadores ambientais acabam reforçando a narrativa de que pequenas melhorias técnicas seriam suficientes para tornar a moda mais "verde".

Segundo o relatório de 2022 do Changing markets Foundation:

> Como a indústria da moda é um dos setores menos regulados do mundo, esses esquemas existem parcialmente como uma tentativa genuína de avançar rumo à sustentabilidade na ausência de legislação ambiental. Mas eles também permitem a proliferação de "greenwashing" em uma escala notável. Seja no uso de rótulos de certificação em produtos individuais, garantindo ao consumidor que pode comprar sem culpa ao "colocar o dinheiro onde estão seus valores", seja quando as marcas divulgam orgulhosamente sua adesão a diversas iniciativas voluntárias ligadas à moda, a existência desses esquemas e a inerente falta de responsabilidade dentro deles constituem uma parte fundamental da engrenagem do greenwashing na indústria da moda contemporânea.[6] Tradução nossa

[5] Do original: "In case of the fashion industry, greenwashing narrative can be observed as claims of being more sustainable but only improving a negligible part of the fashion brands' collections, or downcycling materials instead of focusing on fiber-to-fiber recycling, or promotion of take-back programs that incentivize guilt-free consumption." (Adamkiewicz et. al, 2022, p. 3)

[6] Do original: "As the fashion industry is one of the least regulated sectors in the world, these schemes partially exist as a genuine attempt to move towards sustainability in the absence of environmental legislation. But they also enable the proliferation of 'greenwashing' on a remarkable scale. Whether it is the use of certification labels on individual products – assuring customers that they can shop guilt free by putting their money where their values lie – or brands proudly communicating their membership of various fashion-related voluntary initiatives, the existence of these schemes and the inherent lack of accountability within them are a key part of the greenwashing machinery of the modern fashion industry (Changing, 2022 p.6).

Ou seja, embora tais mecanismos apareçam como respostas “responsáveis” em um cenário marcado pela ausência de regulação efetiva, eles frequentemente operam como dispositivos de legitimação simbólica, deslocando o foco do debate estrutural sobre os impactos reais da produção têxtil. A indústria passa, assim, a se apoiar em uma estética de sustentabilidade que mascara a manutenção de práticas intensivas e ambientalmente degradantes.

É nesse ponto que se evidencia um dos artifícios mais recorrentes de greenwashing: a criação de coleções “verdes”, produzidas com uma pequena porcentagem de fibras recicladas ou certificações opacas, enquanto o restante do catálogo permanece baseado em práticas altamente poluentes.

Sob a lente ecofeminista, o greenwashing na moda revela não apenas uma manipulação discursiva, mas também uma forma de invisibilizar desigualdades de gênero e trabalho (Shiva, 1989). Campanhas que exaltam a sustentabilidade raramente mencionam as condições das mulheres que costuram as peças ou trabalham no cultivo de fibras, ao omitir a dimensão humana e social da produção, o greenwashing reforça a lógica de exploração que recai desproporcionalmente sobre mulheres do Sul Global, especialmente racializadas, que suportam tanto o peso da precarização laboral quanto os impactos ambientais gerados pelo setor. Assim, o discurso verde contribui para apagar as assimetrias estruturais que o ecofeminismo busca evidenciar.

Além disso, muitas campanhas de moda sustentável projetam a responsabilidade ambiental sobre o comportamento das consumidoras, incentivando-as a adotar hábitos “conscientes” (Evans, 2017), como comprar peças de determinadas coleções ou aderir a programas de reciclagem. Essa abordagem individualizante desvia a atenção das práticas empresariais e reforça narrativas que associam mulheres ao papel de cuidadoras da natureza, reproduzindo estereótipos historicamente utilizados para justificar desigualdades de gênero (Merchant, 1989), o greenwashing, nesse sentido, opera tanto como instrumento mercadológico quanto como mecanismo de perpetuação simbólica de papéis sociais.

Nas esferas públicas e institucionais, o greenwashing enfraquece a formulação de políticas efetivas, pois. os governos, ao acreditarem na autorregulação do mercado ou nos relatórios de sustentabilidade das próprias empresas, retardam a construção de marcos normativos mais rigorosos sobre transparência, rastreabilidade, direitos trabalhistas e limites de produção (Delmas e Burbano, 2011). Esse atraso impacta diretamente as mulheres trabalhadoras, que permanecem submetidas a riscos ambientais e condições precárias. Assim,

o greenwashing atua como obstáculo político à implementação de direitos socioambientais (Terrachoice, 2010).

Por fim, ao mascarar problemas estruturais e reproduzir desigualdades, o greenwashing impede a construção de uma moda verdadeiramente sustentável. A superação desse cenário exige reconhecer que os impactos sociais e de gênero não são efeitos colaterais, mas componentes centrais das dinâmicas produtivas da indústria. Do ponto de vista ecofeminista, enfrentar o greenwashing significa resgatar a materialidade do trabalho feminino, denunciar a apropriação empresarial da sustentabilidade e reafirmar que qualquer modelo de economia circular só será legítimo quando promover justiça ambiental e justiça de gênero de forma integrada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida ao longo deste artigo demonstra que a incorporação da economia circular pela indústria da moda tem ocorrido de maneira predominantemente discursiva, funcionando menos como um instrumento de transformação estrutural e mais como estratégia de gestão reputacional.

A proliferação de narrativas de “moda sustentável” e “circularidade” mostra-se descolada de mudanças reais nos modelos produtivos, sobretudo no que se refere à redução da hiperprodução, à reestruturação das cadeias de fornecimento e à garantia de condições dignas de trabalho. Esse descompasso confirma que, no setor têxtil, a sustentabilidade tem sido frequentemente instrumentalizada como estética ou ferramenta de marketing, configurando práticas típicas de greenwashing.

A partir do referencial ecofeminista, evidenciou-se que essa apropriação superficial da circularidade não é neutra: ela opera dentro de uma lógica que historicamente associa a exploração ambiental à opressão de gênero. Ao invisibilizar as mulheres que compõem a base da cadeia produtiva e simultaneamente direcionar às consumidoras o apelo pela responsabilidade ambiental, o greenwashing reforça desigualdades estruturais, desloca o foco das obrigações empresariais e perpetua estereótipos que vinculam o feminino ao cuidado e ao sacrifício. Assim, o estudo revela que práticas supostamente “verdes” podem, paradoxalmente, aprofundar vulnerabilidades e limitar o avanço de direitos socioambientais.

Constatou-se ainda que a economia circular, quando reduzida a iniciativas pontuais, perde sua potência transformadora e se torna um instrumento simbólico. A ausência de métricas robustas, auditorias independentes e compromissos vinculantes evidencia que grande parte das

ações corporativas permanece ancorada na circularidade fraca, insuficiente para enfrentar os impactos ambientais e humanos gerados pelo modelo fast fashion. Sob essa ótica, a circularidade assume o papel de ornamento retórico, desviando a atenção das questões centrais: o volume de produção, a degradação ambiental e a precarização do trabalho feminino.

Do ponto de vista jurídico, essa realidade impõe a necessidade de marcos regulatórios mais rigorosos e coerentes, capazes de delimitar o uso de claims ambientais, estabelecer padrões mínimos de transparência e impor responsabilidade objetiva sobre danos socioambientais ao longo de toda a cadeia têxtil global. A autorregulação tem se mostrado insuficiente para conter abusos, especialmente quando empresas recorrem a métricas autodeclaradas.

Nesse contexto, o Direito assume papel central na contenção do greenwashing e na promoção de uma transição efetiva para modelos produtivos sustentáveis. Torna-se imprescindível o desenvolvimento de instrumentos regulatórios que estabeleçam critérios claros para o uso de alegações ambientais, imponham deveres de transparência e rastreabilidade e assegurem mecanismos de responsabilização ao longo de toda a cadeia produtiva global. Ademais, a incorporação da perspectiva de gênero na regulação ambiental revela-se fundamental, de modo a garantir que políticas de sustentabilidade não reproduzam desigualdades estruturais, mas contribuam para a promoção de justiça socioambiental.

Conclui-se, portanto, que a superação da "moda de aparência" exige deslocar o debate da sustentabilidade para além da estética e das soluções tecnológicas isoladas, incorporando dimensões de justiça de gênero, justiça ambiental e redistribuição de poder nas cadeias produtivas. A economia circular só se tornará um paradigma autêntico quando vinculada a transformações que enfrentem a raiz dos problemas estruturais: a produção em excesso, a exploração laboral feminina e a desigual distribuição dos danos ambientais. O ecofeminismo, ao articular crítica ao modelo econômico e defesa da dignidade humana, oferece uma lente indispensável para formular políticas públicas e modelos regulatórios que promovam uma moda verdadeiramente ética, justa e sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABDALLA, Fernando Antônio; SAMPAIO, Antônio Carlos Freire. **Os novos princípios e conceitos inovadores da economia circular.** Revista Entorno Geográfico, n. 15, p. 82–102, fev./jun. 2018.

ADAMKIEWICZ, Julia; KOCHAŃSKA, Ewa; ADAMKIEWICZ, Iwona; ŁUKASIK, Rafał M. **Greenwashing and sustainable fashion industry. Current Opinion in Green and**

Sustainable Chemistry, v. 38, p. 100710, 2022. DOI: 10.1016/j.cogsc.2022.100710. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.cogsc.2022.100710.

BELTRÁN, Elizabeth Peredo. Ecofeminismo. *In:* SOLÓN, Pablo. (Org.). **Alternativas sistêmicas: Bem Viver, decrescimento, comuns, ecofeminismo direitos da Mãe Terra e desglobalização.** São Paulo: Elefante, 2019.

CHANGING MARKETS FOUNDATION. **Licence to greenwash: how certification schemes and voluntary initiatives are fuelling fossil fashion**. [S.l.: s.n.], mar. 2022. Disponível em: https://changingmarkets.org/report/licence-to-greenwash-how-certification-schemes-and-voluntary-initiatives-are-fuelling-fossil-fashion/.

CLEAN CLOTHES CAMPAIGN. **Made by Women: Gender, the Global Garment Industry and the Movement for Women Workers**' Rights. [S.l.]: Clean Clothes Campaign, 2005. Disponível em: https://documentation.lastradainternational.org/doc-center/1204/made-by-women-gender-the-global-garment-industry-and-the-movement-for-women-workers-rights.

D'EAUBONNE, Françoise. **Le féminisme ou la mort.** Paris: Pierre Horay, 1974.

DELMAS, Magali A.; BURBANO, Vanessa C. **The drivers of greenwashing. California Management Review**, v. 54, n. 1, p. 64–87, 2011.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Fashion and the Circular Economy - Deep Dive.** 16 set. 2019. Disponível em: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive.

EVANS, D. Responsibility, **consumption and the politics of sustainability. Environment and Planning** A: Economy and Space, v. 49, n. 5, p. 1013–1033, 2017.

GREENPEACE. Self regulation: a fashion fairytale - **Progress of Detox-committed brands on hazardous chemicals and slowing the flow/closing the loop.** [S.l.]: Greenpeace, 2021. Disponível em: https://www.greenpeace.de/publikationen/20211122-greenpeace-detox-fashion-fairytale-engl-pt1_0.pdf.

JOHANSSON, Nils; HENRIKSSON, Malin. **Circular economy running in circles? A discourse analysis of shifts in ideas of circularity in Swedish environmental policy. Sustainable Production and Consumption**, (pre-proof), 2020. DOI: 10.1016/j.spc.2020.05.005.

JUNGES, José Roque. **Bioética ambiental.** São Leopoldo, RS: Editora UNISINOS, 2010.

KIRCHHERR, Julian; REIKE, Denise; HEKKERT, Marko. **Conceptualizing the circular economy: an analysis of 114 definitions**. Resources, Conservation & Recycling, v. 127, p. 221–232, 2017.

MERCHANT, Carolyn. **The death of nature: women, ecology, and the scientific revolution.** San Francisco: Harper & Row, 1980.

MIES, Maria; SHIVA, Vandana. **Ecofeminismo**. Tradução Carolina Caires Coelho. Belo Horizonte: Editora Luas, 2021.

PLUMWOOD, Val. **Ecofeminismo: uma visão geral e discussão de posições e argumentos.** Australasian Journal of Philosophy, v. 64, supl. 1, p. 120–138, 1986. DOI: 10.1080/00048402.1986.9755430. Disponível em: https://doi.org/10.1080/00048402.1986.9755430.

PULEO, Alícia H. **Ecología y género en dialogo interdisciplinar.** Madrid: Plaza Y Valdes, 2015.

SANTOS, Milena Silva; GONZALEZ, Marcela Carvalho. **A inserção dos princípios de economia circular na indústria da moda: uma revisão de literatura**. In: SINGEP – Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade, 9., 2021, São Paulo. Anais [...] São Paulo: SINGEP, 2021.

SHAMSUZZAMAN, Md. et al. **Fashion and textile waste management in the circular economy: a systematic review.** Cleaner Waste Systems, v. 11, 2025.

SHIVA, Vandana. **Staying Alive: Women, Ecology and Development.** London: Zed Books, 1989.

TAVARES, Jaíse Marien Fraxe; MICHILES, Marcela Pacífico. **Aspectos jurídicos do movimento ecofeminista.** Revista Terceira Margem Amazônia, v. 5, n. 13 (2019). Open Journal Systems. Disponível em: < http://www.revistaterceiramargem.com/index.php/terceiramargem/article/view/315>.

TERRACHOICE. **The sins of greenwashing: environmental claims in consumer markets**. Northbrook/Ottawa: TerraChoice, 2010.