

## **MODA ÉTICA, MODA ESTÉTICA.**

*Ethical fashion, fashion aesthetic*

Amaral, Claudia Francia do; Mestre em Design; SENAI Cetiqt;  
claudiafrancia@gmail.com<sup>1</sup>

Vichy, Paola de Lima; Mestre em Engenharia de Produção; SENAI Cetiqt;  
paolavichy@gmail.com<sup>2</sup>

**Resumo:** Neste artigo vamos discorrer sobre ética pela visão de alguns filósofos, para termos um entendimento melhor sobre este conceito. Em seguida, entraremos na ideia do que vem a ser moda ética. Na tentativa de ilustrar o que acontece no mercado atual de moda apresentaremos um breve estudo de caso feito em um evento multicultural. Assim, algumas considerações serão feitas comparando o conceito e as práticas usadas no mercado de moda atual.

**Palavras-chave:** design de moda; moda ética; sustentabilidade.

**Abstract:** In this article, we will discuss ethics by the sight of some philosophers, have a better understanding of this concept. Then will get into the idea of what comes to be fashion ethics. In an attempt to illustrate what is happening in today's, fashion market we will present a brief case study made in a multicultural fashion show. Therefore, some considerations will be made by comparing the concept and practices used in today's fashion market.

**Keywords:** fashion design; ethical fashion; sustainability.

---

<sup>1</sup> Mestre em Design, PUC- Rio. Pós-graduada em Design de Interiores, PUC-Rio e pós-graduada em Docência do Ensino Superior, Faculdade Cândido Mendes. Graduação em Arquitetura pela Universidade Santa Úrsula. Docente na Faculdade SENAI- Cetiqt e SENAC RIO.

<sup>2</sup> Mestre em Engenharia de Produção pela COPPE/UFRJ e graduada em Design de Produto pela UFRJ. Atualmente é professora nos cursos de graduação em Design e Engenharia de Produção do Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil (SENAI CETIQT) e Centro Universitário Serra dos Órgãos (UNIFESO). Também atua no curso de pós-graduação Produção de Moda Styling na Universidade Veiga de Almeida (UVA). Tem experiência na área de desenvolvimento de produtos em diversos segmentos.

## INTRODUÇÃO

A ética na Moda é um assunto que vem sendo discutido cada vez mais no atual cenário em que estamos vivendo, marcado pela comunicação veloz, excesso de informações, consumismo desenfreado e relações superficiais. A necessidade de obter, constantemente, novos produtos faz com que a produção dos mesmos seja elevada e, conseqüentemente, seu descarte também seja mais rápido, gerando impactos ambientais, econômicos e até mesmo sociais.

O mercado têxtil e de confecção representa bem essa situação, lançando produtos e serviços com constância, chegando a apresentar um consumo per capita mundial de fibras de 12,4 kg/habitante em 2013. E neste cenário, o Brasil ocupa a quarta posição entre os maiores produtores mundiais de artigos de vestuário, com a produção indo desde as fibras até as confecções, o que representou cerca de 5,7% do valor total da produção da indústria de transformação em 2013 (ABIT, 2013).

A Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT) lançou uma agenda de prioridades para o período de 2015 a 2018 em relação ao setor têxtil e, segundo a mesma, a legislação ambiental é complexa e difusa (União, Estados, Distrito Federal e Municípios podem legislar sobre o tema), dificultando para as empresas a tomada de ações nesse sentido. As ações propostas para esse período são: criar incentivos econômicos (tributários e/ou não) que possam estimular a utilização de resíduos sólidos; permitir que a fabricação de produtos, de origem nacional, feitos a partir de matéria-prima reciclada seja desonerada de tributos; estabelecer regras claras para a definição das competências dos entes federados para o licenciamento ambiental; reconhecer os programas voluntários de certificação ambiental como elementos diferenciados e favoráveis ao empreendedor nos processos de licenciamento ambiental; destinar mais verbas aos projetos de pesquisa (quer sejam eles originários das universidades e/ou privados) que tenham como mote o desenvolvimento de tecnologias limpas (ABIT, 200X).

No entanto, as questões ambientais representam apenas um ponto dentro da visão ética da Moda, sendo necessário observar sistemicamente todo esse processo, desde o posicionamento dos produtores/vendedores, a relação dos

consumidores com a aquisição dos produtos e a qualidade de toda a sociedade em si. Portanto, o objetivo deste artigo é discutir essa visão da moda ética perante estes aspectos. Para isso foi feito um levantamento teórico dos principais conceitos de ética e moda, e, após, foi realizado um estudo de caso em uma feira multicultural – moda, design, artes plásticas, música e gastronomia - do Rio de Janeiro, cujo tema era consumo ético, com o intuito de identificar o posicionamento dos expositores em relação ao tema.

## ÉTICA

Inicialmente vamos esclarecer alguns conceitos tais como moral e ética. Esta abertura será necessária para que se possa entender como eles estão sendo utilizados pela sociedade na atualidade e mais adiante como é interpretado pelo campo da moda. Na contemporaneidade o termo sustentabilidade e ecológico são muitas vezes usados de modo equivocado, por este motivo tentaremos elucidar o que vem a ser moda ética.

A palavra moral vem do latim *mos, mor-*, “costumes” e refere-se ao conjunto de normas que orientam o comportamento humano tendo como base os valores próprios de uma comunidade ou cultura. Porém as comunidades são distintas entre si, estas variações se dão tanto na temporalidade como nos espaços que ela ocupa, gerando assim vários códigos morais diferentes. Isto quer dizer que algo aceito em uma comunidade pode ser considerado um ato terrível em outra. Algumas questões a seguir pertencem ao campo da moral, mais tarde tentaremos responde-las usando o campo da moda carioca como modelo, são elas: (COTRIM; FERNANDES, 2011).

O que devo fazer para ser justo?  
Quais os valores que devo escolher para guiar a minha vida?  
Há uma hierarquia de valores que deve ser seguida?  
Que tipo de ser humano devo ser nas relações comigo mesmo, com os meus semelhantes e com a natureza?  
Que tipo de atitudes devo praticar como pessoa e como cidadão?

Seguimos agora para a palavra ética, que por sua vez vem da palavra grega *ethikos*, “modo de ser”, “comportamento”, como se vê são palavras com definições etimológicas parecidas. Porém ética significa a disciplina filosófica que investiga o que é moral. (COTRIM; FERNANDES, 2011). Logo, ética é a disciplina

onde as práticas morais de cada comunidade são teorizadas. Será a ética quem vai compreender a fundamentação das normas e explicar seus pressupostos. Porém, ela também tenta unir a teoria com a prática, buscando a união do saber com o fazer, ou seja, tenta aplicar o conhecimento sobre o ser para construir aquilo que deve ser.

Logo, cada grupo social terá o seu sistema moral. Ele inicialmente será absorvido pelos indivíduos através da herança cultural, com ela se aprende o que é bom e aconselhável ou mau e desaconselhável. Ao longo da vida, conforme o nível crítico de consciência este agente social pode modificar o seu modo de ver as coisas, sua norma moral, existe a livre escolha. Diferentemente do que ocorre com a norma jurídica que se encontra no campo das leis.

Como a ética foi pensada pelos filósofos da história? Discorrendo brevemente, teremos Aristóteles, que na antiguidade sustentou a ideia da existência de um saber universalmente válido, decorrente da essência humana, ideia diferente dos sofistas, na qual concebiam a ética como sendo algo relativo. Passemos então para a idade média, neste período entra a ética cristã, sai a ideia de que é pela razão que se alcança a perfeição moral e chega-se agora a ela através do amor a Deus. Já na idade moderna, acontece a retomada do humanismo. Com o iluminismo os filósofos não se fundamentam mais na moral religiosa. Neste período, a moral deve vir da natureza humana. Kant, aponta a razão humana, como uma razão legisladora. Ou seja, capaz de elaborar normas universais, baseada nos seres humanos. Para Kant, as normas morais devem ser obedecidas como deveres. A idade contemporânea vem com Hegel fazendo uma crítica a Kant. Para ele o formalismo de Kant não leva em conta a relação do indivíduo com a sociedade, na qual a vontade individual seria apenas mais um elemento da vida ética deste agente social. Neste período também teremos as ideias do filósofo Karl Marx, ele “compreende a moral como uma forma de consciência própria a cada momento do desenvolvimento da existência social”. (COTRIM; FERNANDES, 2011, p.318).

## MODA ÉTICA

Estamos na nossa contemporaneidade na era da sociedade líquida (BAUMAN, 2001) diferente do que aconteciam anteriormente onde os conceitos eram tidos como sólidos, ou seja, se alteravam muito lentamente. Fazemos parte também, de uma sociedade capitalista. A união destas duas ideias faz com que a sociedade atual seja consumista e sempre à procura de novidades para poder consumir mais. Neste cenário surge a moda ética. O que vem a ser moda ética? A Ethical Fashion Forum<sup>3</sup> define assim: “moda ética representa uma abordagem à concepção, fornecimento e fabricação de roupas que maximiza benefícios para as pessoas e comunidades, minimizando o impacto sobre o meio ambiente”. Continua a definição: “o significado de ética vai além de não causar danos, o que representa uma abordagem que se esforça para ter um papel ativo na redução da pobreza, a criação de meios de vida sustentáveis, minimizando e neutralizando as preocupações ambientais”.

Logo, moda ética está inclusa dentro dos conceitos de sustentabilidade e design social. Na qual se entende que os preceitos fundamentais da sustentabilidade segundo Ezio Manzini são:

A sustentabilidade requer uma descontinuidade sistêmica: de uma sociedade que considera o crescimento contínuo de seus níveis de produção e consumo material como uma condição normal e salutar, devemos nos mover na direção de uma sociedade capaz de desenvolver a partir da redução destes níveis, simultaneamente melhorando a qualidade de todo o ambiente social e físico. (MANZINI, 2008, p19).

Ele entende que esta descontinuidade sistêmica só ocorrerá se houver transformações e que estas mudanças ocorrerão através “de um processo de aprendizagem social largamente difuso” (MANZINI, 2008, p.19). Atingindo os fluxos de materiais e energia, transformará as relações econômicas e institucionais entre os agentes sociais. Também influenciando a ética, a estética e cultura, isto quer dizer que serão necessários rever os conceitos pré-estabelecidos de moral e ética do período atual.

Seguindo Ezio Manzini vamos primeiro entender o que está acontecendo ou o que se apresenta como possibilidade no uso dos materiais no vestuário.

---

<sup>3</sup> Site cuja visão é: O Fórum Ethical Fashion tem como objetivo desenvolver um movimento colaborativo que irá transformar normas sociais e ambientais na indústria da moda.

Kate Fletcher e Lynda Grose (2011) afirmam que a maioria das inovações em sustentabilidade na área de materiais têxteis é: procura por fontes renováveis, materiais com o nível reduzido de insumos, tais como água, energia e substâncias químicas. Materiais biodegradáveis ou recicláveis provenientes de fluxos de resíduos da indústria ou do consumidor. Não deixando de lado a preocupação com a condição de trabalho de todos que pertençam à cadeia produtiva. A ideia deste artigo é explicitar o que está acontecendo entre a moda e a sustentabilidade, ou seja, o que está ocorrendo de fato, se os preceitos sustentáveis estão sendo utilizados pelos designers de moda.

Analisando os processos têxteis, conseguimos visualizar um pouco o tamanho do problema. Na cadeia têxtil, cada tecido sofre ou é confeccionado de diversas maneiras para que se tenha um determinado sentimento ao toque, se chegue à cor escolhida ou a resistência planejada. Ou seja, o design deve tomar o cuidado com as formas de processamento do produto que ele esteja elaborando, para que ocorra o menor impacto possível na natureza. Para Kate Fletcher e Lynda Grose (2011, p.34), os princípios gerais das boas práticas são:

Minimizar o número de etapas de processamento; minimizar a quantidade e a toxicidade das substâncias químicas usadas e eliminar processos nocivos; combinar processos ou usar processos que demandem baixa temperatura; eliminar os processos que consomem muita água; minimizar a geração de resíduos em todas as etapas.

Algumas práticas podem servir de exemplo, como o uso de peróxido de hidrogênio como substituto do cloro na preparação do tecido para o tingimento, a redução de substâncias química no tingimento do tecido, o uso de corantes naturais ou o uso de fibras naturalmente coloridas. Estas práticas não possuem números, ou seja, não são metas exatas, ficando assim, difícil as suas mensurações. Em outras palavras são práticas válidas pelo seu valor como tentativa para se alcançar a sustentabilidade, porém é o suficiente? Aparentemente a resposta é negativa.

Outra questão é a eliminação de resíduos, uma prática já utilizada por muitos, é o desenho da peça com técnicas de corte de molde sem sobras, o design elabora a peça seguindo as dimensões do tecido a fim de gerar o mínimo de resíduos e desperdício de material.

Figura 1: Low to not waste jacket, de Sam Forno.  
Adaptado de: (FLETCHER; GROSE, 2001, p.45).



Faz parte do conceito de sustentabilidade a ideia de trabalho justo, no qual o trabalhador deve ter todos os seus direitos trabalhistas garantidos. No Brasil isto corresponde a carteira de trabalho assinada, garantido carga horária máxima de trabalho, com remuneração justa e condições para que as atividades sejam realizadas de modo digno. O campo da moda absorve muita mão de obra em seu processo de confecção, sendo assim um grande gerador de empregos. Porém, pela fragilidade destas pessoas por desconhecerem os seus direitos ou estarem na linha de pobreza elas se tornam alvo fácil de exploração. Geralmente são empregados mulheres e imigrantes. É sabido que, as grandes empresas para baratarem o custo de produção o deslocam para países cujas leis trabalhistas são mais flexíveis. No site Repórter Brasil existe algumas denúncias de trabalho escravo e desrespeito aos trabalhadores, tais como: Zara, Renner, Marisa, Pernambucanas, M.Officer, Collins, Le Lis Blanc e vários outros.

Como resposta a esta situação existem ONGS e grupos ativistas no setor público que denunciam a imprensa exigindo transparência nas cadeias de fornecimento das marcas de roupas. Segundo Kate Fletcher e Lynda Grose (2011, p.50), iniciativas de boicotes por parte dos consumidores liderados pela Oxfam, Clean Clothes Campaign e outras ONGs, impulsionaram o desenvolvimento de códigos de condutas corporativos no campo da moda. “Em 2008, a Hennes & Mauritz (H&M), apesar de ter um dos mais sólidos programas

corporativos de responsabilidade social do setor, declarou que em 73% das unidades de produção de seus novos fornecedores excedia-se o limite legal de horas extras mensais, (...)” (FLETCHER; GROSE. 2001, p.50).

A Organização Internacional do Trabalho tem representação no Brasil desde 1950, é a agência das Nações Unidas que tem por missão promover oportunidades para que homens e mulheres possam ter acesso a um trabalho decente e produtivo, em condições de liberdade, equidade, segurança e dignidade. Este possui alguns programas em atividade no Brasil, tais como: Cooperação sul-sul para a proteção de direitos de trabalhadores e trabalhadoras migrantes na Região da América Latina e Caribe.

Não existe dúvida que outro ponto importante está na distribuição dos produtos. Se analisado de perto é uma malha intrincada de linhas cruzadas, gerando emissões de carbono na atmosfera. Este problema pode ser amenizado trocando os combustíveis fósseis por outros menos agressivos. Porém, alguns estudos indicam que o transporte corresponde apenas a 1% do carbono no ciclo de vida do produto. (FLETCHER; GROSE. 2001. p.54). Apesar de parecer pouco estão inclusos vários itens tais como, entrega da produção, aquisição dos materiais, previsão de vendas e gestão de produtos. Para melhorar este problema além da compensação de carbono pode-se pensar na gestão de logística dos produtos, trabalhar e vender localmente, ou seja, indústria perto dos insumos. Também para melhorar a distribuição existe o conceito de “varejo enxuto”, no qual o produto leva coletores de informação tecnológicos para aperfeiçoar o fluxo das peças ao longo da cadeia de fornecimento.

O aterro sanitário ainda é o ponto final de muitos materiais têxteis. Os recursos utilizados para a fabricação destes, conhecidos como “energia incorporada” também ficam pelo caminho do processo. Para que as roupas tenham “vida futura” é necessário repensá-las para que não virem lixo. Ou seja, exige reformulação no pensamento do design, estratégias de aproveitamento e coleta de resíduos e um gerenciamento diferenciado de negócio.



## ESTUDO DE CASO

As feiras multiculturais – moda, design, artes plásticas, música e gastronomia - surgem no Brasil como uma alternativa tanto para os produtores/vendedores quanto para os consumidores, uma vez que apresentam uma nova forma dessa relação de consumo, trazendo um formato mais dinâmico, de experiência, convívio e atenção aos detalhes, que vão além da dimensão econômica. Por isso, este cenário foi escolhido como estudo de caso para este trabalho, indo de encontro com os conceitos apresentados.

A feira selecionada para o estudo acontece na cidade do Rio de Janeiro desde 2012 e contou com uma edição no mês de abril de 2016 com o tema consumo consciente, onde foi realizada a pesquisa. O evento apresentava a proposta de conscientizar o público com relação ao consumo, mostrando que há outras formas de comprar e que as marcas expositoras possuem uma proposta de produção responsável e processo inclusivo. Além dos expositores/vendedores havia outras ações como um clube de trocas, em que as pessoas poderiam levar roupas, objetos pessoais e quaisquer outros itens para trocarem entre si; também foi passado o trailer do filme americano de Andrew Morgan, “*The true Cost*”, que aborda o custo das roupas produzidas para o *fast fashion*, além de um vídeo documentário sobre o processo de produção das marcas envolvidas na feira; a presença da clínica Re-Roupa para a transformação de peças usadas e um artista confeccionando móveis com reuso de materiais.

Figura 2: ambientação da feira. Foto do autor



A feira contou com aproximadamente trinta marcas, a maioria de roupas de marcas femininas, seguidas de marcas masculinas. Quase todas de moda casual, exceto duas voltadas para praia e uma com estilo esportivo inspirado no *surfwear*. Em relação aos acessórios, havia duas de joias, duas de bijuterias e uma de sapato. A pesquisa ocorreu em dois momentos, primeiro foi realizada uma visita à feira, onde foi feita uma observação do espaço e das marcas para analisar se estava condizente com o tema; também foram feitas entrevistas informais com alguns expositores para entender o posicionamento das mesmas em relação ao consumo ético. O resultado das entrevistas indicou que apenas três marcas conseguiam explicar a relação delas com a sustentabilidade e outra alega que por fazer moda sem gênero ela teria sim, um dos preceitos da feira. Será? O segundo momento foi analisar os sites e redes sociais das marcas para verificar como as mesmas se posicionam e comunicam com o público. O evento e as marcas foram analisados segundo os critérios sugeridos pelos autores citados acima, relacionando a ética aos conceitos de sustentabilidade, que vão desde a produção da matéria-prima, passando pela produção, distribuição, consumo, uso até o descarte. Em relação à produção, foi possível constatar que apenas uma marca diz utilizar material reciclável, a poliamida Amni® Soul Eco do Grupo Solvay. Segundo o site da empresa fabricante Rodhia (2016) é “o primeiro fio de poliamida biodegradável do mundo, que permite que roupas feitas a partir dele se decomponham em menos de três anos quando descartadas corretamente em aterros sanitários”. Outras marcas que se disseram atuar nesse sentido da matéria-prima foram: uma marca de calças, que segundo os mesmos, são veganos, por utilizar tecidos 100% algodão, no entanto, o algodão pode ser nocivo dependendo das etapas de produção do mesmo, a forma como é plantado, adubado, cultivado, colhido e manufaturado (SANTOS,1997). Além disso, a mesma marca relata em seu site que já está utilizando tecidos misturados (não só algodão 100%); uma marca de roupas femininas, que também utiliza algodão 100% e algumas peças possui pintura à mão; e as marcas de joias expressaram o uso de metais nobres e pedras preciosas como materiais com alta durabilidade, porém são materiais comumente utilizados nas joias em geral. Sobre a produção, as marcas de joias produzem artesanalmente suas peças e destacam esse ponto como valorização do trabalho local e manual e a beleza da imperfeição, inclusive

uma afirma em seu site que acredita em um consumo mais ético e consciente e se diz *slow*. A mesma marca de calças que se intitula vegana, relata em seu site que se preocupa em manter uma característica artesanal às peças, com uma remuneração justa da equipe de costureiras. As demais não destacam a produção na questão da ética. A distribuição não é informada, porém a maioria é caracterizada por empresa pequena, com pontos de venda em feiras e algumas em lojas multimarcas, a maioria tem fabricação e estoque (pequeno) na cidade do Rio de Janeiro. Em se tratando de consumo, foi necessário observar o tema do evento e do acesso à compra pelas marcas. O evento tem como proposta se mostrar como uma nova forma dessa relação de consumo, trazendo um formato mais dinâmico, de experiência, convívio e atenção aos detalhes, que vão além da dimensão econômica. O tema dessa edição era o consumo ético e olhar sob esse aspecto, pode-se dizer que o preço justo, os valores oferecidos e atitudes são pontos importantes a serem analisados. Quanto à comunicação, a ideia era transmitir vídeos das marcas, da produção e detalhes pertinentes, porém no momento da visita foi notado que o vídeo não era percebido rapidamente pelas pessoas que circulavam e não deixando clara a intenção pretendida. A feira de troca tinha pouco movimento, com alguns produtos sobre uma mesa e bem pouca interação das pessoas (Figura 3).

Figura 3: ambiente da feira de trocas. Foto do autor



Sabe-se que neste formato de evento os expositores pagam uma diária pelo aluguel do espaço, e não foi possível saber se essa diária apresentava um preço diferenciado ou algum benefício que pudesse ir de encontro ao tema da ética. Também foi observado os preços dos produtos oferecidos e foi possível constatar que a maioria estão na média do mercado, inclusive de marcas já consolidadas que atuam no segmento moda casual. Algumas ofertavam produtos com desconto, mas não havia nenhuma com preços abaixo da média. Sobre o uso, muitas marcas destacavam a questão da atemporalidade como um ponto importante no prolongamento do uso, no entanto, observando as peças, a maioria possuía modelos comuns à outras marcas, como *t-shirts*, por exemplo. Também foram observadas duas marcas que se diziam sem gênero, com uma grade de tamanho versátil e personalizada. Já sobre o descarte, duas marcas trabalham com o reaproveitamento de material. Uma coleta jeans e, através do conceito de *upcycled*, desenvolve novas peças, visando aumentar o tempo de vida deste material. A outra desenvolve também o conceito de *upcycling* através de sobras de tecidos ou mesmo peças antigas para o desenvolvimento de novos produtos. Além de comercializar as peças, oferece um serviço de customização personalizado. As demais marcas não apresentavam nenhum conceito relacionado ao descarte dos produtos.

## **CONCLUSÃO**

Os movimentos voltados à sustentabilidade, ética e questões sociais estão cada vez mais em evidência, a necessidade de melhorar a qualidade dos ambientes físicos e ambientais é o fator propulsor para esse olhar, uma vez que o desejo por consumir cada vez mais seja uma característica da sociedade atual. A moda já vem atuando nesse sentido, porém com um olhar ainda direcionado ao uso de materiais menos nocivos, embora já haja um movimento que volte a atenção para a produção, seja na mão-de-obra ou no próprio processo produtivo. No entanto, a partir do estudo de caso realizado, pudemos observar que a sustentabilidade ainda é muito pontual e em algumas marcas e, no evento, havia intenção de comunicar essa ideia, porém não condizia com todas as ações. Para ser justo é preciso que o discurso esteja coerente com as ações, apresentando e realizando propostas de consumo realmente diferentes das convencionais, não só

em termos de experiência e conscientização, mas em ações eficazes, apresentando valores que embasem todo o contexto e não apenas alguns aspectos, como a escolha do local do evento e o envolvimento com a comunidade local, a natureza e o próprio espaço. O design de moda é um processo complexo que atua no comportamento individual e coletivo das pessoas e, segundo Miranda e Garcia (2003) as decisões de compra são frequentemente motivadas pelo desejo de estar na moda. Para finalizar, Lipovetsky (2007) resume bem esse contexto quando diz que essa é “um tipo de sociedade que substituiu a coerção pela sedução, o dever pelo hedonismo, a poupança pelo dispêndio, a solenidade pelo humor, o recalque pela libertação, as promessas do futuro pelo presente” (LIPOVETSKY, 2007, p. 35).

Vamos lembrar o que Kant dizia sobre estética, para depois unirmos este pensamento a moda e verificar o provável resultado. Logo:

A estética kantiana é pensada não mais como uma dimensão objetiva do mundo e sim como uma dimensão mental, subjetiva. Isto quer dizer que a reflexão sobre a estética está voltada para as condições de receptibilidade a prazer do sujeito, também chamada de estado mental ou de conhecimento em geral. (CABRAL, 2016).

Assim, para agirmos ou reagirmos objetivamente à beleza depende do modo como fomos afetados de modo subjetivo por seu entendimento, este ligado a sensibilidade do sujeito.

Portanto, como conceitua Manzini (2008) o design é para a sustentabilidade, uma tentativa para alcançá-la. Como este tipo de comércio está inserido na contemporaneidade ele não consegue fugir as regras impostas pelo capitalismo, ou seja, é preciso vender. Recebendo o tal “banho verde” ou como é conhecido por alguns como *green wash*. Por este motivo vimos muitas vezes à sustentabilidade ser usada como um produto a mais, porém ela deve ser inerente ao produto, fazer parte dele. Deste modo quando o design não consegue ser ético ele se transforma em algo meramente estético<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Aqui entendemos estética pelo conceito de Kant, que está relacionada à beleza.

## REFERÊNCIAS

- ABIT. Disponível em: <[http://www.abit.org.br/conteudo/links/publicacoes/cartilha\\_rtcc.pdf](http://www.abit.org.br/conteudo/links/publicacoes/cartilha_rtcc.pdf)>, Acesso: 26 maio 2016.
- BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2001.
- CABRAL, João Francisco Pereira. "A faculdade de julgar em Kant"; *Brasil Escola*. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/filosofia/a-faculdade-julgar-kant.htm>>. Acesso em 13 jul. 2016.
- COTRIM, Gilberto. FERNANDES, Mirna. **Conecte Filosofar: filosofia**. São Paulo, Ed. Saraiva, 2011.
- Ethical Fashion Forum. Disponível em: <<http://www.ethicalfashionforum.com/the-issues/ethical-fashion>>, Acesso: 28 abr. 2016.
- FLETCHER, Kate. GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo, Ed. Senac São Paulo, 2011.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**. Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo. Ed. Companhia das Letras, 2007.
- MANZINI, Ezio. **Design para inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projectuais**. Rio de Janeiro, E-papers Serviços Editoriais Ltda, 2008.
- MIRANDA, Ana Paula Celso de. e GARCIA, Maria Carolina. **Influenciadores e hábitos de mídia no comportamento do consumo de moda – parte 3**. Disponível em: <<http://eca.usp.br/associa/alaic/chile2000/13%20GT%202000ComPlublicitaria/Anapaulacelso.doc>> Acesso em 25 maio 2016.
- Organização Internacional do Trabalho. Disponível em: <[http://www.ilo.org/brasilia/programas-projetos/WCMS\\_430340/lang-pt/index.htm](http://www.ilo.org/brasilia/programas-projetos/WCMS_430340/lang-pt/index.htm)>, Acesso: 12 maio 2016.
- Repórter Brasil. Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/2012/07/especial-flagrantes-de-trabalho-escravo-na-industria-textil-no-brasil/>>, Acesso: 12 maio 2016.
- SANTOS, Simone. Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep1997\\_t6410.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep1997_t6410.pdf)>. Acesso: 25 maio 2016.
-