



## **RESPONSABILIDADE SOCIAL NO VAREJO DE MODA BRASILEIRO**

*Social Responsibility in the Brazilian Fashion Retail*

Fyskatoris, Tula; Doutora; PUC-SP, anthoula@uol.com.br<sup>1</sup>

### **RESUMO**

O objetivo deste estudo é evidenciar iniciativas do varejo de moda brasileiro que traduzem o engajamento das empresas com o desenvolvimento sustentável e, também, revelam a percepção de uma nova oportunidade de negócio conectada ao movimento mundial pela conquista de uma sociedade mais justa e com compromisso social de promover, por meio da ética e da sustentabilidade, o respeito ao meio ambiente, a inclusão e a valorização das pessoas, e o incentivo à produção e ao consumo conscientes. Nesse sentido, por meio de ampla pesquisa documental e análise de casos, destacamos aqui as grandes cadeias de lojas, como Renner, Riachuelo e, principalmente, a C&A, empenhadas em abarcar essas novas diretrizes em consonância com uma moda socialmente responsável. O Instituto C&A que, atualmente, tem cinco programas globais como foco – incentivo ao algodão sustentável, combate ao trabalho forçado e infantil, melhores condições de trabalho, fortalecimento de comunidades e economia circular – é exemplar. Outras empresas que despertam atenção são a Osklen, marca de renome nacional e internacional, que, desde o final dos anos 1990, comercializa camisetas de algodão orgânico – os produtos e-fabrics, com materiais e/ou processos sustentáveis, como a malha desenvolvida com algodão e poliéster resultante da reciclagem de embalagens PET, já alcançaram 1 milhão de peças produzidas; a Farm, com o projeto re-Farm Reroupa, que nasceu da vontade de trabalhar com os resíduos

---

<sup>1</sup> Editora e pesquisadora em Moda, Design e Comunicação com destaque para o varejo de moda na cidade de São Paulo, temas de pesquisa no Mestrado e Doutorado. Atualmente, dedica-se ao estudo da transparência na moda e seus intrínsecos pressupostos, a sustentabilidade e a ética.



têxteis provenientes de corte que giram em torno de 64 toneladas por mês; a Reserva, que atua em áreas carentes com o projeto 1P = 5P, isto é, distribui cinco pratos de comida para cada peça vendida; e a Contextura, uma marca sul-brasileira, um verdadeiro ateliê de moda sustentável. Afinal, como não voltar o olhar para o cuidado com o uso das matérias-primas, os resíduos químicos, a poluição das águas, a camada de ozônio, a finitude dos recursos naturais, o descarte de têxteis, a mão de obra, nem sempre em condições justas de trabalho, quer dizer, para a indústria da moda e, por conseguinte, para o comportamento do consumidor, e o impacto da cadeia têxtil e de confecção no meio ambiente?

**Palavras-chave:** moda; varejo; sustentabilidade.

