

SELETIVIDADE NORMATIVA NA PASSARELA: A LEI FRANCESA “ANTI FAST FASHION”, O DIREITO DO CONSUMIDOR E A OMISSÃO ESTRUTURAL DA ALTA-COSTURA COMO PROBLEMA AMBIENTAL

NORMATIVE SELECTIVITY ON THE RUNWAY: THE FRENCH “ANTI-FAST FASHION” LAW, CONSUMER RIGHTS, AND THE STRUCTURAL OMISSION OF HAUTE COUTURE AS AN ENVIRONMENTAL ISSUE

Natália Bossle Demori¹ Alexandre Cortez Fernandes²

RESUMO

Este artigo analisa criticamente a indústria da moda, destacando sua dimensão social, cultural e ambiental, caracterizada no consumo rápido e na descartabilidade. O foco recai sobre a legislação francesa “anti *fast fashion*”, que impõe deveres de informação, restrições publicitárias e taxas ambientais a plataformas de moda ultrarrápida, como Shein e Temu. O problema de pesquisa investiga se a lei protege efetivamente o am-

1 Mestra e Doutoranda em Direito, pela Universidade de Caxias do Sul – Bol-sista Capes. Advogada. Bacharela em Direito, pela Universidade de Caxias do Sul. Pós-Graduada em Direito Médico e da Saúde, pela Fundação Escola Superior do Ministério Público. **E-mail:** nbdemori@ucs.br. **Lattes:** <http://lattes.cnpq.br/6696918758749054>. **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0005-3445-6094>.

2 Pós-Doutor em Filosofia do Direito Ambiental. Doutor em Educação. Mestre em Filosofia. Professor da graduação em Direito da Universidade de Caxias do Sul (UCS). Professor do Programa de Pós-Graduação em Direito – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul (UCS). **E-mail:** acfernan@ucs.br. **Lattes:** <http://lattes.cnpq.br/843555376899225>. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-7767-3973>.

Recebido: 11 dez. 2025, **Aprovado:** 16 jan. 2026.

biente ou, ao centrar-se no consumo, transfere responsabilidade para consumidores de menor renda, negligenciando impactos sistêmicos da alta-costura. A hipótese sustenta que, apesar de simbolicamente relevante, a norma é seletiva e parcial. O objetivo é avaliar criticamente a lei à luz do Direito do Consumidor e do Direito Ambiental. O método adotado será o analítico-dedutivo, com base na revisão bibliográfica da literatura relevante relacionada à moda e suas conexões com o Direito Ambiental e do Consumidor e, especificamente, da recente legislação francesa sobre *fast fashion*. O artigo organiza-se em duas partes, sendo a primeira voltada à análise dos impactos ambientais da moda relacionados à produção ultrarrápida e à nova regulamentação da França. A segunda observa as contradições da alta-costura. Conclui-se que, embora a legislação avance ao endereçar o *fast fashion*, permanece limitada estruturalmente: atua sobre sintomas, enquanto a alta-costura e suas externalidades, incluindo pegada de carbono e práticas controversas, continuam praticamente intocadas, deixando evidente a desigualdade regulatória e as lacunas de responsabilização.

Palavras-Chave: Alta-Costura. Consumo. *Fast Fashion*. Indústria da Moda. Meio Ambiente.

ABSTRACT

This article examines the fashion industry, highlighting its social, cultural, and environmental dimensions, marked by rapid consumption and disposability. The focus lies on the French “anti-fast fashion” legislation, which imposes disclosure duties, advertising restrictions, and environmental fees on ultra-fast fashion platforms such as Shein and Temu. The research problem investigates whether the law effectively protects the environment or, by centering on consumption, shifts responsibility onto lower-income consumers while neglecting the systemic impacts of haute couture. The hypothesis maintains that, although symbolically significant, the regulation is selective and partial. The objective is to critically assess the law in light of Consumer Law and Environmental Law. The method adopted is analytical-deductive, based on a bibliographic review

of relevant literature concerning fashion and its intersections with Environmental and Consumer Law, and, specifically, of the recent French legislation on fast fashion. The article is structured in two parts: the first examines the environmental impacts of fashion associated with ultra-fast production and France's new regulation; the second addresses the contradictions of haute couture. The conclusion is that, although the legislation represents progress in addressing fast fashion, it remains structurally limited: it acts on symptoms, while haute couture and its externalities, including carbon footprint and controversial practices, remain largely untouched, thereby revealing regulatory inequality and accountability gaps.

Keywords: *Haute Couture. Consumption. Fast Fashion. Fashion Industry. Environment.*

INTRODUÇÃO

A moda é um fenômeno social que ultrapassa a mera indumentária. No latim, *modus* significa costume: o modo de vestir se transforma ao longo do tempo e caracteriza épocas e acontecimentos históricos (Lobo; Limeira; Marques, 2014). Estilistas de renome, grandes casas parisienses, cortes e tecidos, *top models* e marcas de luxo consolidadas compõem a percepção social sobre a moda que, em sua dualidade, é simultaneamente expressão cultural e uma das indústrias mais predatórias do planeta. Das passarelas ao lixo, o epicentro desse paradoxo encontra-se no *fast fashion*, um modelo baseado na produção em massa, acelerada, de baixo custo e alta descartabilidade, que se consolidou como arquétipo da insustentabilidade socioambiental. Atualmente, a indústria da moda é a segunda maior consumidora de recursos naturais do mundo e responde por mais emissões de carbono do que todos os voos e transportes marítimos combinados (Cardona, 2025b).

Diante desse cenário, a França, berço da alta-costura e grande centro da moda global, protagoniza um movimento regulatório pioneiro com a aprovação da chamada lei "anti *fast fashion*". A nova legislação busca conter o modelo de negócios de grandes empresas como Shein e Temu por meio de medidas como a proibição de publicidade e a im-

posição de uma taxa ambiental sobre produtos de moda ultrarrápida, fundamentando-se no dever de informar e proteger o consumidor.

Apesar da inegável problemática do *fast fashion*, ao mirar exclusivamente neste modelo, a legislação francesa levanta questionamentos sobre a coerência e a abrangência da suposta proteção consumerista e ambiental. Enquanto se penaliza o consumo acessível, o universo da alta-costura, que recorre a materiais raros, trabalho explorado, estímulo a ciclos de tendências e uma pegada ambiental própria e muitas vezes subnotificada, queda intocado por regulações similares. Este artigo parte dessa tensão.

O problema de pesquisa que guia o trabalho é: Até que ponto a nova legislação francesa sobre *fast fashion*, ao focar seus mecanismos na informação e na penalização do consumo de grandes empresas internacionais, consegue efetivamente promover a proteção ambiental, ou se, na prática, atua como instrumento de seletividade social, responsabilizando consumidores de baixa renda e negligenciando os impactos sistêmicos e a obsolescência gerada pela indústria de moda de luxo?

Para responder a essa questão, o objetivo é analisar criticamente a referida lei sob a ótica do Direito do Consumidor e do Direito Ambiental, avaliando seus limites. A hipótese é a de que a legislação francesa, embora simbolicamente relevante, demonstra eficácia limitada ao centrar-se na responsabilização do setor de *fast fashion*, falhando em atacar as causas estruturais da produção insustentável e, contraditoriamente, protegendo o modelo da alta-costura, que fomenta um ciclo de consumo com impactos ambientais igualmente significativos.

O método adotado será o analítico-dedutivo, com base na revisão bibliográfica da literatura relevante relacionada à moda e suas conexões com o Direito Ambiental e do Consumidor e, especificamente, da recente legislação francesa sobre *fast fashion*. Para desenvolver tal argumento, o artigo está estruturado em duas seções. A primeira contextualizará a indústria do *fast fashion* como um problema ambiental e de consumo, detalhando os mecanismos da nova lei francesa e seus fundamentos jurídicos. A segunda seção empreenderá a análise crítica, confrontando o modelo regulatório adotado com as práticas da alta-costura, discutindo a seletividade da norma e seus efeitos na distribuição da responsabilidade ambiental entre diferentes classes de consumidores.

I. O DIREITO DO CONSUMIDOR COMO FERRAMENTA AMBIENTAL: DESAFIOS DO FAST FASHION E ALCANCE DA LEI FRANCESA "ANTI-SHEIN"

A moda é comumente associada ao vestuário, aos acessórios e ao modo de se apresentar socialmente. O termo deriva do latim *modus*, que significa modo, maneira ou costume, demonstrando uma conexão, desde sua etimologia, entre aparência e práticas sociais, refletindo formas de viver em sociedade ao projetar identidade e estabelecer mecanismos de diferenciação. O vestuário não se limita mais a atender necessidades da vida, como proteção climática ou exigências profissionais, mas cumpre também papéis identitários ao expressar pertencimento, crença, religião ou estilo de vida. Aspectos psicológicos igualmente se manifestam na escolha das roupas, relacionados a percepções de confiança, segurança ou, inversamente, de retraimento. A dimensão simbólica do vestir estende-se, ainda, ao campo político e econômico, porque a moda comunica *status* social ou o desejo de aparentá-lo (Lobo; Limeira; Marques, 2014).

A consolidação da moda como sistema social e econômico remonta ao século XV, no contexto do Renascimento europeu. A indumentária, até então predominantemente funcional, passou a ser utilizada como marcador de posição social. Cores, tecidos e ornamentos tornaram-se objeto de regulação, delimitando sua utilização segundo hierarquias sociais específicas (Lobo; Limeira; Marques, 2014). A burguesia emergente buscava imitar a nobreza, que, por sua vez, respondia por meio da inovação contínua de cortes e tecidos, instaurando a ideia das tendências, um fenômeno que, já à época, estabelecia ciclos de rápida disseminação e curta duração. O consumo deixava de ser mera faculdade e se convertia em prática reiterada de distinção, aproximando-se de uma obrigação socialmente imposta.

Até o início do século XX, a produção de vestuário subsistiu majoritariamente artesanal, concentrada em alfaiates e grandes costureiros de *maisons*, sobretudo na França. Com a Revolução Industrial e, posteriormente, com a crise econômica de 1929, ocorreram mudanças estruturais na indústria da moda. A retração das exportações levou estilistas europeus a abandonarem a produção individualizada e personalizada,

direcionando-se para a fabricação em larga escala de peças acessíveis e prontas para vestir, marco do surgimento do *prêt-à-porter* ou *ready-to-wear* (Lobo; Limeira; Marques, 2014).

Os Estados Unidos assumiram protagonismo na industrialização do setor, caracterizada pela padronização e pela produção em série, o que expandiu o acesso do vestuário a um mercado de consumidores mais amplo e diversificado. O conceito de *fast fashion* emergiu posteriormente, nesse contexto, definido pela aceleração de todas as etapas do processo produtivo, do design à comercialização, com a oferta de peças de baixo custo e produção em massa. A expressão consolidou-se no início da década de 1990, quando a empresa Zara inaugurou operações em Nova Iorque e implementou um modelo de negócios que reduziu o ciclo completo de criação de peças à venda em lojas físicas para apenas quinze dias (Maiti, 2025).

Roupas baratas, *trends* rápidas, multiplicidade de peças, tecidos descartáveis e altas taxas de impacto ambiental caracterizam o setor da moda ultrarrápida. Grandes marcas lançam centenas de novos designs semanalmente, influenciando o consumo irrefletido. Quando a tendência passa, sobram os tecidos que, antes objetos de desejo, tornam-se descarte têxtil, gerando afetações negativas ao meio ambiente.

Os números da indústria da moda são impressionantes. Em 2025, o mercado global de vestuário alcançou valor estimado em 1,84 trilhão de dólares, o que corresponde a aproximadamente 1,65% do produto interno bruto mundial. O setor também emprega cerca de 430 milhões de pessoas em um contingente de 3,62 bilhões de trabalhadores, representando 11,9% da força de trabalho global. No plano produtivo, estima-se a confecção de mais de 100 bilhões de peças de vestuário por ano, equivalentes a aproximadamente 12,5 peças por habitante do planeta (Cardona, 2025a).

A expressividade do setor é ainda mais aparente ao considerar especificamente os números do *fast fashion*. Avaliado em 150,82 bilhões de dólares em 2024, o mercado global do segmento apresentou crescimento de 10,74% e projeta-se atingir 291,1 bilhões de dólares até 2032. O crescimento econômico, todavia, não tem sido acompanhado por avanços ambientais ou sociais proporcionais. O tempo médio de uso das peças, limitado atualmente a cerca de sete a dez utilizações an-

tes do descarte, deixa clara a centralidade do consumo acelerado e da lógica de obsolescência programada absorpta nesse modelo (Cardona, 2025b).

O setor *fashion* é responsável por aproximadamente 10% da pegada de carbono anual global, superando, em emissões, a soma do transporte aéreo internacional e do transporte marítimo. A produção demanda volumes significativos de água, suficientes para atender às necessidades anuais de cerca de cinco milhões de pessoas, e gera resíduos plásticos e têxteis em larga escala, com impactos negativos sobre o solo, a atmosfera e os ecossistemas marinhos (Cardona, 2025b).

As práticas de reciclagem são muito limitadas: menos de 1% das roupas descartadas são reaproveitadas na confecção de novas peças. O poliéster, um dos tecidos mais utilizados na indústria, reciclou 14% da produção total da fibra em 2019, devendo cair para 7,9% até 2030. Além disso, estima-se que grande parte desse material provém de garrafas plásticas e não de roupas pós-consumo (Cardona, 2025b). Um Relatório da União Internacional para a Conservação da Natureza (IUCN) calcula que 35% dos microplásticos presentes nos oceanos provêm da lavagem de tecidos sintéticos, com o poliéster respondendo por 73% desse total. A fibra pode continuar liberando partículas por mais de cem anos antes de se decompor (Boucher; Friot, 2017).

A dependência de fibras sintéticas reforça a correlação entre *fast fashion* e exploração de combustíveis fósseis. A produção global das fibras consome 1,35% do suprimento mundial de petróleo, volume superior ao consumo anual da Espanha. Simultaneamente, a geração de resíduos têxteis alcançou 11,3 megatoneladas por ano desde 2017, representando aumento de 80% em relação a 2000 (Cardona, 2025b).

O descarte de roupas de baixa qualidade, muitas vezes inviável para revenda ou reciclagem, resulta em resíduos acumulados em aterros, montanhas de lixo ou incinerados, liberando gases tóxicos na atmosfera. A magnitude do desperdício é tão significativa que se torna visível por imagens de satélite. No Deserto do Atacama, no Chile, enormes montanhas de roupas descartadas se empilham (Lemen, 2025). Além disso, a produção em países como Bangladesh, Vietnã e China está associada a condições de trabalho precárias, remuneração inadequada e poluição que compromete a saúde das comunidades locais (Lemen, 2025).

O papel do consumidor é fundamental na perpetuação do modelo de *fast fashion*, uma vez que o setor depende do incentivo constante à aquisição de roupas e acessórios além das necessidades reais (consumismo). Um exemplo emblemático do hiperconsumo e do caráter descartável das peças é a empresa chinesa Shein, que se beneficiou do impacto das mídias sociais durante a pandemia para conquistar o público jovem, oferecendo preços baixos, entregas rápidas e tendências promovidas por influenciadores digitais (Oliveira, 2022).

Segundo reportagem do jornal britânico *The Guardian*, a receita da empresa cresceu de 2 bilhões de dólares em 2018 para 15,7 bilhões em 2021. A estratégia de marketing inclui descontos reiterados e limitados no tempo, gerando a percepção de escassez e urgência de compra. A Shein produz diariamente cerca de 10.000 novos produtos, consolidando um modelo baseado na rápida circulação de mercadorias e no consumo contínuo (Williams, 2022).

Apesar de sua indispensabilidade, o consumidor do setor de *fast fashion* encontra-se em posição de vulnerabilidade diante de práticas estruturais da indústria. A assimetria informacional (em afronta ao direito de informação) constitui o primeiro elemento de crítica: as externalidades ambientais e sociais associadas à produção de vestuário, como emissões de gases de efeito estufa, uso intensivo de água e condições laborais precárias, não são comunicadas de forma clara e acessível, comprometendo a possibilidade de escolhas conscientes (Sustainability Directory, 2025).

Na perspectiva do Direito do Consumidor, essa vulnerabilidade informacional deve ser superada por meio da disponibilização de informações corretas e assertivas pelo fornecedor. Khouri (2022, p. 25) indica que:

O direito à informação do consumidor tem uma de suas justificativas na constatação da assimetria informativa. Se, anteriormente, o direito civil clássico, a partir da máxima *caveat emptor* andava que o comprador tomasse cuidado, devendo antes de adquirir a coisa ele próprio buscar examiná-la com todos os cuidados, sem contar com qualquer colaboração do vendedor, a regra hoje,

na lógica do direito do consumidor, inverteu-se, ou seja, *caveat venditor* (o vendedor que se cuide).

No mesmo sentido, as práticas de *greenwashing* (falsa divulgação de atitudes empresariais ambientalmente adequadas) agravam a fragilidade da informação. Iniciativas como H&M Conscious, Zara Join Life e Primark Cares utilizam rotulagens e “certificações” que correspondem a programas corporativos internos, sem validação técnica independente e imparcial. Essa estratégia mascara os dados: apenas 3% das peças produzidas no setor são confeccionadas a partir de materiais reciclados, e menos de 1% utiliza fibras provenientes de roupas reaproveitadas (Abelvik-Lawson, 2023). O resultado é a indução do consumidor em erro quanto à qualidade socioambiental dos produtos, em violação ao direito à informação clara e precisa.

Ao mesmo tempo, há o fenômeno da obsolescência programada, física e psicológica, potencializada por técnicas de manipulação comportamental. Do ponto de vista físico, a utilização deliberada de materiais de baixa qualidade, costuras frágeis e misturas têxteis não recicláveis reduz substancialmente o ciclo de vida das roupas que, nos últimos 15 anos, foi reduzido pela metade (Nizzoli, 2022). No campo psicológico, a aceleração dos ciclos de tendência torna peças em perfeito estado rapidamente “fora de moda”. Também a criação de falsa sensação de escassez, por meio de estratégias como “poucas peças disponíveis”, mesmo com altos estoques, influencia negativamente o consumo descartável e não planejado. O uso intensivo de influenciadores digitais em redes sociais como TikTok e Instagram reforça ainda mais o hiperconsumo, explorando a necessidade de validação e de enquadramento social (Wijngaarden, 2024).

Em um cenário de crescente pressão global por mudanças, a França, berço da moda global, emergiu como um dos primeiros países a implementar uma resposta regulatória direta. A proposta de lei “anti *fast fashion*”, ratificada pela Assembleia Nacional em março de 2024 e pelo Senado em junho de 2025, é um marco ao instituir uma série de medidas jurídicas voltadas para a redução do impacto ambiental da indústria têxtil. A legislação, que agora aguarda a harmonização do texto final por uma comissão mista parlamentar antes da sanção, se destina especifica-

mente às plataformas de ultra *fast fashion*³, personificadas por gigantes como Shein e Temu e seus modelos de negócio baseados na superprodução e na rápida rotação de coleções (France, 2024a; France, 2024b).

O avanço da proposta foi impulsionado pela mobilização de parlamentares, como a deputada Anne-Cécile Violland, e de profissionais da indústria têxtil francesa, culminando em sua aprovação quase unânime no Senado (Quinion; Fouquet, 2024). A justificativa da lei se sustenta em dois pilares: o ambiental e o econômico. O impacto ambiental é alarmante, com dados da Agência da Transição Ecológica (Ademe) demonstrando que 3,2 bilhões de peças de vestuário foram vendidas na França em 2023, um consumo desenfreado que a lei busca mitigar sob a égide de princípios como o do poluidor-pagador (França, 2025).

Ao mesmo tempo, há a justificativa econômica, uma vez que o projeto foi concebido para proteger os produtores de moda franceses da concorrência desleal das plataformas asiáticas, cuja ascensão tem levado à crise e à falência de marcas locais (Innovation Forum, 2024). O movimento legislativo, apesar de inovador, não é isolado, alinhando-se à Estratégia da UE para Têxteis Sustentáveis e Circulares, que visa garantir que todos os produtos têxteis no mercado europeu sejam duráveis, reparáveis e recicláveis até 2030 (Comissão Europeia, 2022).

A legislação implementou dispositivos vanguardistas para alcançar suas metas. Primeiramente, estabeleceu uma definição legal para ultra *fast fashion*, baseada no “número muito elevado de referências” colocadas no mercado, um critério que o diferencia do *fast fashion* clássico (France, 2024b). Dados da Agence France-Presse (AFP) que comparam os 7.220 novos produtos diários da Shein com as poucas centenas da H&M fundamentam essa distinção (France 24, 2025). O principal mecanismo coercitivo é uma eco-contribuição progressiva, um sistema de *bônus-malus*, no qual uma penalidade (*malus*) de até 10 euros por item em 2030 será aplicada às empresas infratoras. A receita será usada para subsidiar (*bônus*) os produtores de moda mais sustentáveis (Quinion; Fouquet, 2024).

3 Ultra *fast fashion*, para a legislação, é um modelo caracterizado pela oferta de grande número de referências no mercado e baixa incentivação à reparação (medida pelo custo médio de reparação em relação ao preço) (Portugal Têxtil, 2025).

Ademais, a lei proíbe qualquer publicidade para essas empresas, estendendo-se de forma inédita ao marketing de influência (uso de influenciadores digitais contratados) para coibir mensagens que banalizam o descarte (Grounded Packaging, 2024). O consumidor também será informado acerca do custo ambiental (eco-score), uma pontuação baseada em 16 indicadores de ciclo de vida, incluindo durabilidade, reparabilidade e risco de liberação de microplásticos, para possibilitar escolhas conscientes (Ecobalyse, 2024).

A tabela a seguir apresenta uma sintetização das principais inovações legislativas, conforme os pontos abordados acima:

Tabela I - Sintetização das principais inovações legislativas

Medida	Penalidade	Alvo	Objetivo
Ecocontribuição Progressiva	Até € 5 por peça (2025), até € 10 por peça (2030), limitado a 50% do preço do item	Empresas de ultra fast fashion	Reduzir o impacto ambiental e financiar a gestão de resíduos têxteis
Proibição de Publicidade	Sanções e multas aplicáveis a empresas e influenciadores digitais	Plataformas de ultra fast fashion e seus promotores	Desincentivar o consumo excessivo e o desejo do consumidor
Custo Ambiental (Eco-Score)	Pontuação baseada em 16 indicadores de impacto ambiental	Produtos têxteis vendidos no mercado francês	Trazer informações claras ao consumidor e incentivar marcas a adotarem práticas mais sustentáveis

Fonte: Elaborada pelos autores, 2026.

As implicações da lei são múltiplas e significativas. Embora vise posicionar o consumidor como agente de mudança, enfrenta críticas por supostamente prejudicar o poder de compra, argumento defendido pela Shein, que situa a moda acessível como um direito do consumidor de baixa renda (Reuters, 2024). Ambientalistas, por sua vez, apontam para

uma possível brecha que favorece marcas europeias de *fast fashion* clássico, levantando suspeitas de protecionismo (Innovation Forum, 2024) não tão preocupado com o custo ambiental, mas sim com o avanço de empresas asiáticas e o consequente impacto na economia francesa. O embate reflete um confronto entre a proteção de mercados locais e a globalização intensiva, com a Shein defendendo seu modelo de “produção sob demanda” como mais eficiente e menos propenso ao desperdício que o varejo tradicional (Reuters, 2024).

Por sua abrangência e caráter pioneiro, a lei francesa tem o potencial de gerar um “efeito Bruxelas”⁴, influenciando o cenário regulatório em outros Estados e se alinhando a tendências globais de pressão sobre o comércio de baixo custo, como visto no Brasil com a “taxa das blusinhas” (GI, 2024). Em última análise, a legislação francesa envia um sinal inequívoco à indústria global, forçando empresas a reavaliarem suas cadeias de suprimentos e modelos de negócio. Ela representa, em alguma medida, um passo histórico na regulamentação ambiental, mas sua implementação deixa em aberto a questão central: se seu objetivo final é a proteção genuína do meio ambiente, por meio da taxação dos poluidores e da informação do consumidor, ou uma estratégia de reequilíbrio de mercado em um mundo globalizado.

2. MIOPIA REGULATÓRIA NA MODA: CRÍTICA À SELETIVIDADE DA LEI E À IMUNIDADE DA ALTA-COSTURA

A relação entre a alta-costura e o *fast fashion* não é de oposição, mas de complementaridade. A alta-costura, com a apresentação de coleções sazonais, age como a fonte criativa de novas estéticas e *designs*. O *fast fashion* massifica e acelera a difusão dessas tendências, tornando-as rapidamente acessíveis a um público mais amplo e menos abastado. A consequência inevitável dessa democratização acelerada é que a tendência se torna rapidamente obsoleta na percepção do consumidor.

4 O Efeito Bruxelas é um fenômeno no qual a União Europeia (UE), devido ao poder do seu mercado, estabelece padrões regulatórios globais. Empresas transnacionais, para acender ao lucrativo mercado europeu, uniformizam seus produtos e serviços conforme as regras da UE, sem necessidade de legislação própria (Trevizan, 2024).

O item que era novo e desejado torna-se comum e, portanto, menos valioso, repetindo a ideia da diferenciação entre aristocracia e burguesia por meio de novos artigos de moda.

O setor de luxo precisa constantemente criar tendências para manter sua exclusividade, porque sua própria relevância cultural e comercial depende de sua capacidade de estar sempre à frente do mercado de massa. A existência do *fast fashion* força o luxo a acelerar seu próprio ciclo criativo, reforçando a obsolescência programada em ambos os extremos do quadrante da moda.

Verificou-se que a legislação francesa estabelece mecanismos voltados às plataformas de ultra *fast fashion*, como a Shein, impondo sanções financeiras, obrigação do fornecimento de informações claras e restrições publicitárias. O foco recai sobre empresas que lançam milhares de produtos diariamente, com volumes expressivos e preços reduzidos, considerados pelas autoridades francesas como ameaças sobre o mercado europeu. Ao distinguir o *fast fashion* clássico e o ultra *fast fashion*, associado a empresas asiáticas, afastam-se as sanções mais severas das marcas europeias.

Segundo a deputada Anne-Cécile Violland, a motivação da lei combina sustentabilidade ambiental e proteção da economia nacional, com o objetivo de resguardar produtores franceses. A relatora Sylvie Valente Le Hir enfatizou a intenção de preservar uma moda acessível e que gere empregos no país (França, 2024). Entretanto, a taxação prevista impacta desproporcionalmente consumidores de menor renda, para os quais plataformas de ultra *fast fashion* constituem opção financeiramente viável. É preciso observar que, em algum nível, sob o pretexto de sustentabilidade, a legislação restringe o acesso de consumidores de baixa renda ao mercado da moda – e não faz o mesmo com aqueles que consomem marcas de luxo.

Ao criar uma categoria jurídica específica para a moda ultrarrápida, a legislação direciona penalidades aos mercados externos. O efeito regulatório funciona como barreira de entrada de produtos importados na França, transferindo o custo da sustentabilidade para consumidores finais e empresas estrangeiras, enquanto concorrentes locais e marcas relacionadas à alta-costura são beneficiados. Dessa forma, a lei assume uma

perspectiva parcial, concentrando-se na ponta mais visível do mercado sem enfrentar causas estruturais do problema.

A análise do mercado de luxo desvenda o ponto cego da legislação. A alta-costura costuma ser apresentada como ambientalmente menos prejudicial em razão da baixa escala e do caráter artesanal de suas produções, mas essa imagem não corresponde à realidade. Grandes conglomerados, como LVMH, Kering e Prada, investem em narrativas de sustentabilidade que raramente se traduzem em práticas consistentes e transparentes (Silva et al., 2024). A pressão por inovação e a competição no setor alimentam um ciclo de produção intensivo em recursos, ainda que distinto do *fast fashion*, e caracterizado pela falta de transparência em cadeias globais que envolvem matérias-primas raras e processos poluentes. A inconsistência de relatórios e a ausência de fiscalização sobre fornecedores terceirizados levantam suspeitas de *greenwashing*, prática que busca projetar responsabilidade ambiental sem efetiva preservação (Silva et al., 2024).

A percepção de que o luxo é mais sustentável devido à durabilidade de seus produtos e à qualidade artesanal é questionável pelas externalidades de sua cadeia de valor. Dados mostram que, em áreas como o bem-estar animal, o setor de luxo está entre os piores da indústria. Um relatório de 2021 da Organização Four Paws, focado na questão animal na moda, constatou que as marcas de luxo se encontram na classificação mais baixa do setor de vestuário, com nomes como Fendi, Dior e Louis Vuitton (do grupo LVMH), Hermès, Prada e Moncler sendo classificadas com a pior pontuação, 0% (Four Paws, 2021). A baixa classificação se dá em razão do uso de materiais de origem controversa, como peles e couros, obtidos de forma questionável.

O impacto ambiental da alta-costura também é subestimado no que se refere à pegada de carbono. Os grandes eventos de moda, como as *Fashion Weeks*, respondem por uma parcela expressiva dessas emissões. Estimativas indicam que as quatro principais semanas de moda (Nova York, Londres, Milão e Paris) geram, juntas, cerca de 240 mil toneladas de CO₂ por ano (Nishikawa, 2024). Aproximadamente 147 mil toneladas anuais resultam de viagens aéreas de designers, compradores, jornalistas e celebridades (Munarriz, 2025; Nishikawa, 2024). O peso desse número é ampliado pelo fato de muitas dessas viagens ocorrerem

em classes de maior emissão: um assento na executiva, por exemplo, libera quase três vezes mais CO₂ por passageiro do que na econômica (Munarritz, 2025).

A lógica da alta-costura, baseada na exclusividade e na centralidade dos desfiles presenciais, é, portanto, o motor central dessas emissões. Hospedagens e transporte terrestre, associados aos eventos, acrescentam outras 78 mil toneladas de CO₂ por ano (Munarritz, 2025; Nishikawa, 2024). Assim, a própria estrutura global e elitista que sustenta a alta-costura, e que confere legitimidade cultural à indústria, está intrinsecamente vinculada a externalidades ambientais negativas de grande escala, raramente enfrentadas pelas políticas públicas, como a nova legislação da França.

Um estudo recente da *Earth sight* (2025) ilustra essa contradição ao rastrear a cadeia do couro utilizado por marcas de luxo, especialmente a Coach. O relatório *O Preço Oculto do Luxo* (2025) demonstrou vínculos diretos entre o couro exportado ao mercado europeu e práticas ilícitas na Amazônia brasileira, como desmatamento, grilagem de terras e violações de direitos de comunidades tradicionais. A investigação identificou que fornecedores da Coach estão conectados à Frigol, um dos maiores frigoríficos do Brasil, multado por adquirir gado de áreas desmatadas ilegalmente, até mesmo no Território Indígena Apyterewa (Business & Human Rights, 2025; Dallabrida, 2025). O couro proveniente desses animais é vendido à Durlicouros, que exportou entre 2020 e 2023 mais de 14.700 toneladas para a Itália (Earth sight, 2025). Ali, curtumes processam o material e o reclassificam como couro italiano. Investigações confirmaram que a Coach é cliente regular desses curtumes, e que outras grifes de luxo, como Fendi, Louis Vuitton, Chanel, Balenciaga, Saint Laurent e Gucci, também se beneficiam dessa cadeia (Deppen, 2025; Dallabrida, 2025). A multiplicidade de intermediários e a prática de reetiquetagem dificultam o rastreamento e a consequente verificação do nexo causal para configuração de responsabilidade.

O problema se agrava pelas falhas dos sistemas de certificação. O *Leather Working Group* (LWG), utilizado pela indústria como selo de sustentabilidade, não exige rastreabilidade até a fazenda de origem do gado, limitando-se ao nível dos matadouros (Smep Programme, 2025; Leather Working Group, [S.D.]). Essa limitação permite que curtumes

obtenham a certificação “medalha de ouro” mesmo quando utilizam couro de áreas desmatadas, tornando o selo ineficaz para prevenir danos ambientais e sociais (EarthSight, 2025). Críticos, como a PETA, apontam que o LWG funciona como um mecanismo de *greenwashing*, pois também ignora aspectos como bem-estar animal, transporte e abate (Greenwood, 2025).

A fragilidade do sistema está ligada à prática conhecida como “lavagem” de commodities: gado criado em áreas ilegais é transferido para fazendas regulares antes de ser vendido a frigoríficos, dificultando a identificação da origem. Embora a Frigol declare monitorar 100% de seus fornecedores diretos, admite que os protocolos não cobrem fornecedores indiretos, e reconheceu que 32% destes não atendem aos requisitos de sustentabilidade (Business & Human Rights, 2025). Essa lacuna permite que gado proveniente de áreas de desmatamento ilegal entre na cadeia formal, deixando clara a insuficiência dos mecanismos de *due diligence* (que não consideram a integralidade da cadeia), colocando em dúvida a credibilidade das certificações que as marcas de luxo utilizam para sustentar sua imagem de responsabilidade ambiental.

Ao focar somente no volume de produção do ultra *fast fashion*, a legislação francesa ignora os impactos ambientais significativos da moda de luxo. A falta de um escrutínio mais rigoroso sobre as práticas dessas marcas permite que elas continuem discursando sobre exclusividade, personalização e tradição, enquanto seus impactos ambientais permanecem, em grande parte, ocultos e não regulamentados.

Essa distinção seletiva traduz a limitação do direito ambiental em lidar com causas estruturais de externalidades ecológicas, bem como a fragilidade do direito do consumidor ao desconsiderar impactos distributivos, reproduzindo desigualdades no acesso a bens de consumo entre diferentes classes de consumidores. Parece uma tarefa paradoxal buscar efetiva proteção ao meio ambiente sem atingir o início da cadeia produtiva. A elevação do consumidor a agente que decide, com a inserção de informações ambientais mais claras, aparenta atribuir responsabilidade no final do ciclo de produção quando deveria ser aplicada desde seu início (com a proibição de atividades extremamente poluentes, por exemplo).

Como relembra Khouri (2022, p. 28), mesmo diante da informação, ainda não é possível transferir a responsabilidade integral pela decisão ao consumidor, uma vez que

(i) por mais amplo que seja o fornecimento de informação, esta nunca eliminará a assimetria informacional, pois entre os próprios profissionais, fornecedores, não existe uma isonomia quanto à titularidade de informações; pelo contrário, haverá, quase sempre, um agente econômico com maior disponibilidade de informações, o que, no mercado, é tratado como uma espécie de vantagem competitiva; (ii) a ideia de que o fornecimento obrigatório de informação ao consumidor faria com que este apresentasse um comportamento mais racional no mercado seria ilusória, pois a racionalidade humana é sempre limitada e se manifesta não só nos comportamentos dos agentes econômicos, mas também do próprio consumidor no mercado [...].

Além disso, a taxação das empresas estrangeiras de ultra *fast fashion*, apesar de interessante, pode servir, ao fim, como mera transferência de responsabilidade ao consumidor mais vulnerável (o de baixa renda), sem impactar a produção que, ao pagar a taxa e incorporá-la no preço final, poderá seguir operando.

As políticas de responsabilização (como a sobretaxa) geralmente recaem sobre quem menos dispõe de condições materiais, deslocando o problema estrutural da produção para a esfera individual do consumo. É justamente nesse ponto que se torna necessário compreender a defesa do consumidor como resposta à constatação de que, no contexto do consumo de massas contemporâneo, consumir é condição de existência digna (Miragem, 2024). Em consequência, ao consumidor de baixa renda, compelido a consumir e limitado por suas condições materiais, a mera informação não assegura liberdade de escolha, já que esta só pode ser exercida quando acompanhada de condições financeiras para tanto.

CONCLUSÃO

Este artigo se propôs a analisar criticamente a nova legislação francesa anti *fast fashion*, avaliando sua real capacidade de promover a proteção ambiental por meio do Direito do Consumidor. A investigação partiu da tensão entre o foco regulatório no *fast fashion* e a simultânea omissão em relação aos impactos da alta-costura. Ao final da análise, é possível confirmar a hipótese inicial: a lei, embora represente um avanço simbólico, também é um instrumento de eficácia limitada, considerando a seletividade normativa que compromete seu potencial transformador diante das dualidades que envolvem o tratamento da alta-costura.

O itinerário argumentativo demonstrou, na primeira seção, que a legislação francesa inova juridicamente, utilizando instrumentos do Direito do Consumidor, como o dever de informação (materializado no *eco-score*) e o desincentivo econômico (a sobretaxa), para perseguir um objetivo ambiental. Reconhece-se, portanto, seu mérito em positivar a insustentabilidade da moda ultrarrápida como um problema a ser endereçado no âmbito das relações de consumo.

Apesar disso, a análise da segunda seção aponta as fissuras estruturais da lei francesa. Ao focar no ato de consumir *fast fashion*, a norma funciona, convenientemente, como um agente de transferência de responsabilidade da esfera da produção para a do consumidor. Esta estratégia, além de seu questionável viés classista ao onerar o consumo de menor poder aquisitivo, falha em atacar as causas sistêmicas do problema: um modelo produtivo globalizado baseado na exploração de recursos e na obsolescência programada.

A crítica se aprofunda ao levantar o ponto cego da legislação: a indústria da alta-costura. Demonstrou-se que o luxo possui sua própria e significativa pegada ambiental e, mais importante, atua como o motor que legitima e acelera os ciclos de tendências e o descarte, alimentando a lógica de efemeridade da qual o *fast fashion* é apenas a consequência mais visível e democratizada. A imunidade da alta-costura a este tipo de regulação deixa clara a proteção de um setor econômico e culturalmente estratégico, em detrimento de uma abordagem ambiental verdadeiramente isonômica.

Respondendo diretamente ao problema de pesquisa, conclui-se que a lei francesa anti *fast fashion*, apesar de importante, na sua forma atual, não é capaz de enfrentar a completude dos impactos socioambientais da indústria da moda de maneira sistêmica. Sua eficácia é parcial por atacar o sintoma (o consumo massificado e de baixo custo) e não a doença (o modelo de produção linear e a cultura da descartabilidade fomentada por toda a indústria da moda).

A construção de um futuro sustentável para o setor têxtil exige mais do que penalizar o consumidor na ponta da cadeia, demandando a regulação sobre toda a estrutura produtiva, desde a extração de matérias-primas até o pós-consumo. Enquanto os holofotes da regulação legal não iluminarem, com a mesma intensidade, os ateliês de luxo e as fábricas de produção em massa, qualquer tentativa de costurar um futuro sustentável para a moda permanecerá incompleta, remendada por boas intenções, mas desprovida da isonomia e da responsabilidade sistêmica.

REFERÊNCIAS

ABELVIK-LAWSON, Helle. **Fashion greenwash**: how companies are hiding the true environmental costs of fast fashion. Greenpeace UK, 24 abr. 2023. Disponível em: <https://www.greenpeace.org.uk/news/fashion-greenwash-report-companies-hiding-true-environmental-costs-fast-fashion/>. Acesso em: 30 maio 2025.

ASUENE. **France's Anti-Fast Fashion Regulation**: A Blueprint for Global Sustainability Efforts. ASUENE Blog, 10 jul. 2025. Disponível em: <https://asuene.com/us/blog/frances-anti-fast-fashion-regulation-a-blueprint-for-global-sustainability-efforts>. Acesso em: 15 jul. 2025.

BOUCHER, J.; FRIOT, D. **Primary Microplastics in the Oceans**: A Global Evaluation of Sources. Gland, Switzerland: IUCN, 2017.

CARDONA, Nancy. **Global Apparel Industry Statistics**: Market Size and Trends (2025a). UniformMarket, 23 maio 2025. Disponível em: <https://www.uniformmarket.com/statistics/global-apparel-industry-statistics>. Acesso em: 30 maio 2025.

CARDONA, Nancy. **Environmental Impact of Fast Fashion Statistics** (2025b). UniformMarket, 28 maio 2025. Disponível em: <https://www.uniformmarket.com/statistics/fast-fashion-statistics>. Acesso em: 30 maio 2025.

COMISSÃO EUROPEIA. **EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles**. Bruxelas, 30 mar. 2022. Disponível em: https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en. Acesso em: 15 jul. 2025.

DALLABRIDA, Poliana. Chanel, Gucci and Balenciaga: luxury brands use leather from illegal deforestation in Amazon, study says. **Repórter Brasil**, 26 jun. 2025. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2025/06/26/chanel-gucci-and-balenciaga-luxury-brands-use-leather-from-illegal-deforestation-in-amazonia-study-says>. Acesso em: 30 jul. 2025.

DEPPEN, Laurel. Coach's leather could pose deforestation threat: report. **Supply Chain Dive**, 16 jul. 2025. Disponível em: <https://www.supplychaindive.com/news/earthsight-deforestation-coach-supply-chain-risks/752513/>. Acesso em: 15 ago. 2025.

EARTHSIGHT. **The hidden price of luxury**: What Europe's designer handbags are costing the Amazon rainforest. [S. l.: s. n.], 2025. Disponível em: <https://www.earthsight.org.uk/news/hidden-price-luxury>. Acesso em: 30 jul. 2025.

FOUR PAWS. **Animal Welfare in Fashion Report 2021**. Vienna: Four Paws, 2021. Disponível em: https://media.4-paws.org/6/9/6/d/696d2eedf67b623e6a19d7201c661f6523f8156c/FP_EN_Report_AnimalWelfareinFashion_2021.pdf. Acesso em: 24 maio 2025.

FRANÇA. Assemblée Nationale. **Proposition de loi n° 2129**, visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile. Paris: Assemblée Nationale, 2024. Disponível em: https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/dossiers/impact_environnemental_industrie_textile. Acesso em: 30 abr. 2025.

FRANÇA. Sénat. **Rapport N° 458**: sur la proposition de loi, adoptée par l'Assemblée nationale après engagement de la procédure accélérée, visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile. Relatora: Sylvie Valente Le Hir. Paris: Sénat, 19 mar. 2025. Disponível em: <https://www.senat.fr/dossier-legislatif/ppl23-431.html>. Acesso em: 30 abr. 2025.

FRANCE 24. **French Senate adopts bill to regulate fast fashion industry**. France 24, Paris, 10 jun. 2025. Disponível em: <https://www.france24.com/en/live-news/20250610-french-senate-to-vote-on-regulating-fast-fashion>. Acesso em: 30 jun. 2025.

GI. **Câmara aprova 'taxa das blusinhas' de 20% em compras internacionais de até US\$ 50**. GI, 28 maio 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/gerson-camarotti/post/2024/05/28/taxa-das-blusinhas-camara-e-governo-fecham-acordo-para-tributar-com->

pras-internacionais-de-ate-us-50-em-20percent.ghhtml. Acesso em: 30 maio 2025.

GROUNDED PACKAGING. **France's fast fashion crackdown:** What you need to know. Grounded Packaging Blog, [S. l.], 2024. Disponível em: <https://www.groundedpackaging.co/blog/frances-crackdown-fast-fashion>. Acesso em: 30 maio 2025.

GREENWOOD, Yasmin Ferreras. **Leather Working Group:** Animal Suffering Behind Certified Leather. PETA, 12 ago. 2025. Disponível em: <https://www.peta.org.uk/blog/leather-working-group/>. Acesso em: 15 ago. 2025.

INNOVATION FORUM. **The French fast fashion bill's selective scrutiny.** Innovation Forum, [S. l.], 12 abr. 2024. Disponível em: <https://www.innovationforum.co.uk/articles/the-french-fast-fashion-bill-s-selective-scrutiny>. Acesso em: 30 maio 2025.

KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor na Sociedade da Informação.** São Paulo: Grupo Almedina, 2022. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556276380/>. Acesso em: 24 jul. 2025.

LEMEN, Mehdi. **4 reasons why fast fashion will never be green.** Greenpeace, 17 mar. 2025. Disponível em: <https://www.greenpeace.org/international/story/73504/4-reasons-why-fast-fashion-will-never-be-green/>. Acesso em: 30 maio 2025.

LEATHER WORKING GROUP. **Traceability.** [S. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://www.leatherworkinggroup.com/our-impact/traceability/>. Acesso em: 30 maio 2025.

LOBO, Renato N.; LIMEIRA, Erika Thalita Navas P.; MARQUES, Rosiane do N. **História e Sociologia da Moda:** Evolução e Fenômenos Culturais. Rio de Janeiro: Érica, 2014. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536520629/>. Acesso em: 30 maio 2025.

MAITI, Rashmila. **The Environmental Impact of Fast Fashion, Explained**. Earth Org, 20 jan. 2025. Disponível em: <https://earth.org/fast-fashions-detrimental-effect-on-the-environment/>. Acesso em: 24 jul. 2025.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024.

MUNARRIZ, Jordy. **Paris Fashion Week 2025: Sustainable Fashion or Glamour?** AYA, 27 jun. 2025. Disponível em: <https://ecoaya.com/blogs/sustainability/paris-fashion-week-2025-sustainability-vs-glamour>. Acesso em: 30 jul. 2025.

NISHIKAWA, Ali. **The environmental impact of fashion weeks is deplorable**: alarming figures call for urgent reform. NSS Mag, 7 out. 2024. Disponível em: <https://www.nssmag.com/en/fashion/38346/environmental-impact-fashion-week-alarming>. Acesso em: 30 maio 2025.

NIZZOLI, Giada. **Planned Obsolescence in Fashion: Why Your Clothes 'Expire'**. Project Cece, 3 ago. 2022. Disponível em: <https://www.projectcece.com/blog/531/planned-obsolescence-in-fashion/>. Acesso em: 30 jul. 2025.

OLIVEIRA, Ingrid. Roupas descartáveis: novo padrão de consumo na era do "ultra fast fashion". **CNN Brasil**, 30 ago. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/roupas-descartaveis-novo-padrao-de-consumo-na-era-do-ultra-fast-fashion/>. Acesso em: 25 jul. 2025.

PARLAMENTO EUROPEU. **Establishing a framework for setting ecodesign requirements for sustainable products**. Legislative Observatory (OEIL). Bruxelas, 2024. Disponível em: [https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/en/procedure-file?reference=2022/0095\(COD\)](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/en/procedure-file?reference=2022/0095(COD)). Acesso em: 30 maio 2025.

PORTUGAL TÊXTIL. **França avança com lei para travar ultra fast fashion**. 5 jun. 2025. Disponível em: <https://portugaltextil.com/franca-avanca-com-lei-para-travar-ultra-fast-fashion/>. Acesso em: 30 jul. 2025.

QUINION, Armelle; FOUQUET, Vincent. Fast fashion: qu'y a-t-il dans la proposition de loi examinée par le Sénat? **Public Sénat**, Paris, 4 jun. 2024. Disponível em: <https://www.publicsenat.fr/actualites/societe/fast-fashion-quy-a-t-il-dans-la-proposition-de-loi-examinee-par-le-senat>. Acesso em: 13 jun. 2025.

REUTERS. **French lawmakers approve bill to apply penalties on fast fashion**. Reuters, 14 mar. 2024. Disponível em: <https://www.reuters.com/world/europe/french-lawmakers-approve-bill-apply-penalties-fast-fashion-2024-03-14/>. Acesso em: 30 maio 2025.

SILVA, F. R. de M. *et al.* Greenwashing and the preservation of corporate identity: a study of esg actions in luxury fashion. *Braz. Jour. Mark.* – BJM, São Paulo, v. 23, n. 15, p. 1506–1539, out./dez. 2024.

SUSTAINABLE MANUFACTURING AND ENVIRONMENTAL POLLUTION PROGRAMME (SMEP Programme). **What we have learnt**: Understanding traceability and due diligence in the leather supply chain. SMEPSite, 8 jul. 2025. Disponível em: <https://smepprogramme.org/what-we-have-learnt-understanding-traceability-and-due-diligence-in-the-leather-supply-chain/>. Acesso em: 30 jul. 2025.

SUSTAINABILITY DIRECTORY. **How does information asymmetry affect supply chains?** Fashion Sustainability Directory, 14 fev. 2025. Disponível em: <https://fashion.sustainability-directory.com/question/how-does-information-asymmetry-affect-supply-chains/>. Acesso em: 30 maio 2025.

TREVIZAN, Ana Flávia. Explorando o Efeito Bruxelas: o impacto da união Europeia nas políticas florestais brasileiras. **Revista de Direito**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 1–25, 2024. DOI: 10.32361/2024160116014. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/revistadir/article/view/16014>. Acesso em: 30 maio 2025.

WIJNGAARDEN, Melissa. **Psychology of Fast Fashion**: Why You Can('t) Stop Buying It. Project Cece, 3 jul. 2024. Disponível em: <https://www.projectcece.com/blog/656/psychology-of-fast-fashion/>. Acesso em: 30 maio 2025.

WILLIAMS, Dilys. Shein: the unacceptable face of throwaway fast fashion.
The Guardian, 10 abr. 2022. Disponível em: <https://www.theguardian.com/fashion/2022/apr/10/shein-the-unacceptable-face-of-throwaway-fast-fashion>. Acesso em: 30 maio 2025.

