

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE, UNICENTRO**

**SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, SESA**

**CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**MARIA FERNANDA SILVA KERNISKI**

**OBSOLESCÊNCIA PSICOLÓGICA E A INDÚSTRIA DA MODA: Desafios  
ambientais e perspectivas da economia circular**

**Guarapuava/PR  
2025**

**MARIA FERNANDA SILVA KERNISKI**

**OBSOLESCÊNCIA PSICOLÓGICA E A INDÚSTRIA DA MODA: Desafios  
ambientais e perspectivas da economia circular**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO, como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas, sob orientação do Prof.: Dr. Ricardo Andres Cifuentes Silva

**Guarapuava/PR  
2025**

**MARIA FERNANDA SILVA KERNISKI**

**OBSOLESCÊNCIA PSICOLÓGICA E A INDÚSTRIA DA MODA: Desafios  
ambientais e perspectivas da economia circular**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Ricardo Andrés Cifuentes Silva  
Orientador

---

Prof. Dr. Eduardo Lopes Marques  
Avaliador

---

Prof. Dr. Marcio Marconato  
Avaliador

Aprovado em: 14/11/2025

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer a Deus, ou à força que exista, que me iluminou nesse caminho e permitiu que eu tivesse as oportunidades que surgiram em minha trajetória.

Aos amores da minha vida, minha mãe Jorgina e meu pai Tarcisio, dedico este trabalho. Vocês sempre me apoiaram e não mediram esforços para que eu alcançasse meus objetivos, sendo fundamentais para a conclusão deste curso. Estendo meu carinho à minha irmã Tatiane, à minha madrinha Ana e à minha baba Bronislava. Aos "bebês" da casa, Ritinha e Dengo, obrigada pelo amor e pela leveza; sem o apoio de vocês, nada disso seria possível.

Aos meus amigos de longa data, Dudu e Barbara, meu muito obrigada pela parceria. Deixo um reconhecimento especial à minha irmã de coração, Emmanuelli, que esteve ao meu lado desde o início da graduação, e ao Jefferson. Ambos foram presentes valiosos que o curso me proporcionou e com quem tive a alegria de dividir muitos aprendizados.

À Unicentro, agradeço pelas oportunidades de estágio e bolsas, bem como ao Departamento de Ciências Econômicas e a todos os professores que contribuíram para minha formação, tanto com lições de vida quanto com o conteúdo acadêmico. Ao Prof. Dr. Ricardo Andrés Cifuentes Silva, expresso minha profunda gratidão por aceitar a orientação deste trabalho, por toda a paciência e pelos ensinamentos transmitidos durante este processo.

Por fim, sou grata a todos que, de alguma forma, contribuíram para a construção de quem sou, me apoiaram e ensinaram, fazendo com que hoje eu me sinta realizada por esta conclusão de curso.

*“E fazem de mim homem-anúncio itinerante,  
Escravo da matéria anunciada  
Estou, estou na moda.”  
Carlos Drummond de Andrade*

## RESUMO

O presente trabalho visa analisar o papel da obsolescência psicológica no setor têxtil sobre o descarte precoce de roupas e os impactos ambientais decorrentes, relacionando essa dinâmica com os princípios de consumo consciente e sustentabilidade. A metodologia utilizada foi de caráter qualitativo, por meio de pesquisas bibliográficas em artigos e relatórios conceituados. A pesquisa identificou que, por meio da obsolescência psicológica utilizada pela indústria têxtil como ferramenta, o consumidor busca pertencimento social e satisfação emocional por meio da atualização constante do vestuário, reforçando um padrão de consumo rápido, efêmero e não sustentável. Esse modelo de produção, consumo e descarte provoca impactos ambientais significativos, contrariando os princípios do desenvolvimento sustentável e gerando toneladas de resíduos têxteis. O estudo destaca a importância de adotar medidas urgentes para superar o modelo de economia linear, propondo a utilização da economia circular, que prolonga o ciclo de vida das roupas, promove um consumo consciente e contribui para um desenvolvimento sustentável, configurando uma abordagem positiva para o sistema econômico.

**Palavras-chave:** indústria da moda; resíduos têxteis; economia circular.

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the role of psychological obsolescence in the textile sector regarding the premature disposal of clothing and the resulting environmental impacts, relating this dynamic to the principles of conscious consumption and sustainability. The methodology used was qualitative, through bibliographic research in reputable articles and reports. The research identified that, through the psychological obsolescence used by the textile industry as a tool, consumers seek social belonging and emotional satisfaction through the constant updating of their clothing, reinforcing a pattern of rapid, ephemeral, and unsustainable consumption. This model of production, consumption, and disposal causes significant environmental impacts, contradicting the principles of sustainable development and generating tons of textile waste. The study highlights the importance of adopting urgent measures to overcome the linear economy model, proposing the use of the circular economy, which prolongs the life cycle of clothing, promotes conscious consumption, and contributes to sustainable development, configuring a positive approach for the economic system.

**Keywords:** fashion industry; textile waste; circular economy.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	8
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	11
<b>2.1 Desenvolvimento Sustentável</b> .....	11
<b>2.2 Consumo consciente</b> .....	15
<b>2.3 Obsolescência Programada</b> .....	17
2.3.1 Obsolescência Psicológica .....	18
2.3.2 Status no consumo .....	23
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	25
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	27
<b>4.1 Evolução histórica do setor têxtil</b> .....	27
4.1.2 Indústria têxtil na atualidade .....	28
<b>4.2. Indústria da moda</b> .....	30
<b>4.3 Impactos Ambientais</b> .....	33
4.3.1 Impactos ambientais no Brasil .....	35
<b>4.4 Economia Circular</b> .....	38
4.4.1 Aplicação da Economia Circular na Indústria da Moda .....	41
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	45
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	47

## 1 INTRODUÇÃO

O debate acerca do desenvolvimento sustentável tem ganhado crescente destaque nas últimas décadas, sobretudo diante do avanço da degradação ambiental, da intensificação das mudanças climáticas e da exploração em larga escala dos recursos naturais (Siqueira, 2001). Nesse contexto, consolidaram-se conceitos voltados à adoção de práticas que integrem as dimensões econômica, social e ambiental (Elkington, 1997). Inserido nesse cenário, o consumo consciente surge como um caminho promissor, ao propor escolhas mais responsáveis que conciliem a satisfação das necessidades humanas com a preservação dos recursos naturais (Carvalho; Costa; Quinelato, 2025). No entanto, práticas como a obsolescência programada, apresentam-se como desafios diretos a essa lógica, uma vez que estimulam padrões de consumo insustentáveis e vão contra aos princípios do desenvolvimento sustentável, uma vez que, geralmente, as empresas não adotam práticas ambientalmente responsáveis, tanto no seu processo produtivo, como também no tratamento de resíduos.

A obsolescência pode se manifestar de diferentes formas, sendo a obsolescência psicológica uma das mais evidentes na contemporaneidade. Nesse caso, os produtos não se tornam obsoletos devido a falhas técnicas ou limitações funcionais, mas sim pela indução de novos desejos de consumo, frequentemente estimulados por estratégias de marketing, tendências da moda e pressões sociais, fazendo com que o indivíduo sinta a necessidade de “não sair da moda” (Assumpção, 2017).

No setor têxtil, essa dinâmica é particularmente intensa, roupas ainda em bom estado ou até mesmo sem uso são descartadas em razão de mudanças constantes de coleções, do surgimento de novas tendências e da valorização de um consumo marcado pela efemeridade. Sendo adotadas estratégias emocionais, entre outras táticas, para incentivar a compra pelo consumidor, em que a qualidade da roupa em si recebe menos importância do que seu valor simbólico. Dessa forma, a indústria da moda se estabelece como determinante de tendências, operando sob o princípio da novidade, em que o foco não está na utilidade do produto, mas em seu apelo simbólico (Carvalho, 2017).

Essa lógica de descarte precoce exerce impacto direto na geração de resíduos. A indústria têxtil, considerada uma das mais relevantes do ponto de vista econômico,

possui influência em escala mundial e relevância em âmbito nacional (IEMI, 2024), e ao mesmo tempo, é uma das mais poluentes do mundo, sendo responsável pelo alto consumo de água, pela emissão de gases de efeito estufa, pela poluição química e pelo acúmulo de resíduos sólidos (UNEP, 2023). Tais consequências evidenciam a contradição entre a importância econômica do setor e os princípios de sustentabilidade e consumo consciente.

Estando a indústria têxtil inserida em uma lógica de economia linear de produção, consumo e descarte, constituindo uma externalidade negativa por não respeitar a finitude dos recursos naturais do planeta e ser altamente poluente. Diferente da economia circular, que reintegra materiais ao ciclo produtivo e adota uma lógica de reaproveitamento e prolongamento dos produtos, configurando um modelo mais sustentável e alinhado à natureza (Ellen MacArthur Foundation, 2023).

Esse trabalho tem como problema de investigação a seguinte questão: Como a obsolescência psicológica no setor têxtil contribui para o descarte precoce de produtos, especialmente em artigos de vestuário, contribuindo para a degradação ambiental por meio do crescimento acelerado do volume de resíduos sólidos? Parte-se da hipótese de que a obsolescência psicológica, estimulada por estratégias de marketing, e tendências de moda, leva ao descarte precoce de roupas ainda em bom estado, intensificando a geração de resíduos e os impactos ambientais, em contraste com os princípios de consumo consciente e de desenvolvimento sustentável. Essa prática gera impactos significativos que vão além do âmbito ambiental, configurando uma possível consequência negativa para o sistema econômico e social dentro de um modelo linear e inconsistente.

O objetivo geral deste trabalho é analisar o papel da obsolescência psicológica no setor têxtil sobre o descarte precoce de roupas e os impactos ambientais decorrentes, relacionando essa dinâmica com os princípios de consumo consciente e sustentabilidade. Já os objetivos específicos são: (1) investigar os mecanismos de obsolescência psicológica; (2) analisar a relação entre produção, consumo e descarte na indústria têxtil, com ênfase no vestuário; (3) relacionar os conceitos de desenvolvimento sustentável e consumo consciente a esse contexto; (4) propor e avaliar a economia circular como alternativa para minimizar os impactos do modelo linear vigente.

A justificativa para o desenvolvimento deste estudo reside na necessidade de analisar as práticas da indústria da moda, com ênfase nas táticas de obsolescência

psicológica que intensificam os ciclos de produção e consumo. Considerando que o setor opera predominantemente sob a lógica da economia linear, é fundamental compreender as externalidades negativas decorrentes desse modelo e demonstrar como a economia circular pode atuar como uma solução eficiente para mitigar tais impactos.

Assim, a estrutura deste trabalho organiza-se da seguinte forma: inicialmente, apresenta-se a fundamentação teórica sobre desenvolvimento sustentável e consumo consciente; em seguida, são abordados os conceitos e mecanismos da obsolescência programada, com ênfase na dimensão psicológica. Posteriormente, analisa-se a indústria têxtil em seu contexto histórico e atual, diferenciando sua relação com a indústria de confecções e da moda, além de destacar sua relevância em contextos nacional e mundial. Em seguida, são destacados os impactos ambientais do setor, particularmente no Brasil. Por fim, apresentam-se os conceitos de economia linear e economia circular, discutindo-se esta última como alternativa prática para a redução dos resíduos têxteis e para a promoção de um modelo econômico mais sustentável.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Desenvolvimento Sustentável

O conceito de desenvolvimento sustentável não surgiu de forma imediata, mas foi construído ao longo do tempo a partir de reflexões sobre os limites do modelo de crescimento econômico. As primeiras formas de exploração sistemática dos recursos naturais surgiram durante a Revolução Agrícola, sendo intensificadas com a expansão comercial e agravadas pela Revolução Industrial no século XVIII. Nesse contexto, os impactos ambientais passaram a se manifestar de maneira mais evidente, como consequência direta da expansão da riqueza das nações (Siqueira, 2001).

Já no século XX, observa-se um crescimento econômico mais significativo, impulsionado por diversos fatores que favoreceram esse processo naquele período, como a ampla disponibilidade de recursos naturais, o aumento populacional, a concentração da população em áreas urbanas o que facilitava economias de escala e aumentava a produção. Somam-se a isso benefícios sociais, ampliação do capital humano e condições climáticas favoráveis (Martine; Alves, 2015).

Essas transformações resultaram em impactos severos para o planeta. Ao final do século XX, começaram a ser observadas reações ambientais, conhecidas como “crises ambientais”, que se manifestam principalmente por meio de alterações climáticas, redução da biodiversidade, contaminação dos recursos hídricos e destruição de florestas. Tais ocorrências representaram um alerta sobre o modo de como as atividades humanas estavam sendo praticadas (Barreto, 2017).

Percebe-se, portanto, a ausência de restrições ambientais nas atividades econômicas desses períodos. Apesar de terem alcançado níveis de riqueza inéditos, tais práticas resultaram em problemas ambientais com consequências irreversíveis em escala global. Diante desse cenário, o modelo econômico vigente passou a ser questionado, evidenciando a necessidade de ajustes na forma como o desenvolvimento é conduzido e ressaltando a importância da ação conjunta de todos os países para enfrentar os desafios globais relacionados ao meio ambiente (Siqueira, 2001).

As consequências da atividade econômica sobre o meio ambiente acabaram promovendo um amplo debate na ciência econômica sobre as possibilidades e as consequências do modelo de produção capitalista sobre o uso de recursos naturais e,

a partir daí, sobre políticas ambientais adequadas para mitigar as consequências negativas da intensificação da produção de riquezas sobre o meio ambiente.

Como a abordagem marxista evidenciando que o capitalismo, ao priorizar a maximização do lucro e a acumulação de capital, explora intensamente os trabalhadores e os recursos naturais, promovendo degradação ambiental e desigualdades sociais, especialmente em países periféricos. Segundo essa perspectiva, o desenvolvimento do modo de produção capitalista intensifica a produção de mais-valia, em que a classe proletária produz riqueza apropriada pela burguesia, transformando a natureza em meio para acumulação de capital e resultando em danos aos ecossistemas (Netto, 2011; Aguiar; Bastos, 2012 *apud* Boraiko, 2024).

Na abordagem da perspectiva institucionalista destaca o papel das instituições, normas e pressões sociais na adaptação das organizações às demandas ambientais, mostrando como práticas sustentáveis podem ser incorporadas às estratégias empresariais em resposta a regulações e expectativas sociais (Oliveira Junior *et al.*, 2021; Lopes, 2017 *apud* Boraiko, 2024). Já a teoria neoclássica enfoca a eficiência do mercado e a alocação de recursos, propondo instrumentos como impostos, leilões de licenças e internalização de externalidades para corrigir falhas ambientais, considerando a poluição e os serviços ecossistêmicos como bens passíveis de valoração econômica (Marques; Comune, 2001; Matos, 2017 *apud* Boraiko, 2024). Dessa forma, essas escolas fornecem múltiplas perspectivas para compreender a economia ambiental.

A partir das discussões econômicas e das evidências científicas sobre a degradação ambiental, começam a surgir reações que buscavam alertar para os problemas ambientais e para a insustentabilidade do sistema econômico vigente. Um marco nesse processo foi a publicação do relatório *The Limits to Growth*, também conhecido como “Relatório do Clube de Roma”, em 1972, que destacou o risco de esgotamento dos recursos naturais. No mesmo ano, realizou-se a Conferência de Estocolmo, considerada o primeiro grande encontro internacional sobre desenvolvimento e meio ambiente, reunindo 113 países e mais de 250 organizações não governamentais. Dessa conferência surgiram debates e a criação do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), instituído com o propósito de coordenar ações globais em prol da sustentabilidade (Bennemann; Lima; Silva, 2024).

Em 1983, foi criada a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, com o objetivo de debater questões relacionadas ao meio ambiente e ao desenvolvimento humano. Em 1987, essa comissão, conhecida como Comissão Brundtland, publicou o relatório *Nosso Futuro Comum*, documento que consolidou e difundiu o conceito de desenvolvimento sustentável em escala global. Nesse relatório, o desenvolvimento sustentável foi definido como aquele que busca atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprirem as suas próprias necessidades (ONU, 2020).

Logo após esses movimentos iniciais, surgiram novas comissões, relatórios, marcos e conferências voltados à discussão sobre o futuro do planeta e à incorporação do desenvolvimento sustentável nos sistemas econômicos e sociais. Atualmente, um dos instrumentos de maior alcance global é a Agenda 2030, desenvolvida pela Organização das Nações Unidas (ONU). Esse marco estabeleceu 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas conectadas, voltadas à promoção do desenvolvimento e à cooperação global.

A Agenda entrou em vigor em 1º de janeiro de 2016, sendo base das decisões que serão feitas até 2030. No relatório da ONU (2016, p. 12), destaca que “o desenvolvimento econômico e social depende da gestão sustentável dos recursos naturais do nosso planeta.” Destacando a importância de instituições e governos de se moverem políticas prol ao desenvolvimento sustentável.

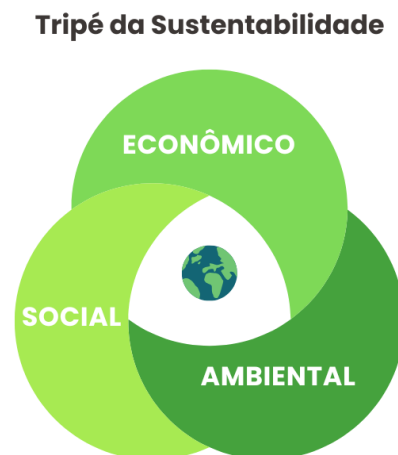
Mesmo com a difusão de mensagens e programas voltados ao meio ambiente, ainda persistem graves problemas relacionados à desinformação e à falta de compreensão acerca da dimensão da crise ambiental enfrentada no século XXI. Frequentemente, são propostas soluções superficiais ou ilusórias, que não correspondem de fato aos princípios do desenvolvimento sustentável. Soma-se a isso a insuficiência de ações governamentais alinhadas de maneira efetiva à gravidade da situação. Nesse contexto, torna-se necessário repensar a relação entre meio ambiente, economia e sociedade, reconhecendo que todos esses elementos estão interligados, sendo igualmente impactados pelos limites impostos pela natureza (Martine; Alves, 2015).

A partir dessas discussões, consolidou-se a ideia de que o desenvolvimento deve ser pensado nessas três dimensões interdependentes: econômica, social e ambiental. Esse conceito, conhecido como tripé da sustentabilidade ou em seu termo original *triple bottom line*, criado por John Elkington, apresenta uma nova forma de

compreender a atuação do sistema econômico e empresarial. Ele evidencia as mudanças drásticas que deverão ser realizadas pelas empresas na direção da sustentabilidade, respeitando o equilíbrio entre as três dimensões propostas (Elkington, 2008).

Nesse sentido, torna-se evidente a importância de que os três pilares avancem de maneira conjunta, a fim de garantir uma sustentabilidade econômica consistente e efetiva (Pastana, 2021), já que o sistema onde estamos inseridos “sinaliza uma consciência crescente de que os velhos modelos de economia e criação de valor estão nos servindo muito mal” (Elkington, 2023, p. 18) dando relevância à adoção de novas medidas como o modelo do tripé da sustentabilidade.

Figura 1 - Tripé da sustentabilidade



Fonte: elaborado pela autora.

Os três elementos do tripé da sustentabilidade, sendo o econômico, concentrado na geração de capital e lucro, abrangendo diferentes formas de capital, como o físico, financeiro e intelectual. Já o ambiental, que se apresenta como ponto essencial, uma vez que orienta tanto as ações econômicas quanto sociais, além de refletir nos impactos sentidos pela fauna, flora e pelos próprios seres humanos. Por fim, o social, que abrange questões culturais e comunitárias, incorporando o conceito de capital social e dialogando de forma integrada com as dimensões econômica e ambiental (Costa; Ferezin, 2021).

Os três pontos do tripé, social, econômico e ambiental, devem estar alinhados entre si, de modo a garantir a harmonia desse sistema já que, nesse sentido, reforça-

se a visão de que “a sociedade depende da economia e a economia depende do ecossistema global, cuja saúde representa o resultado final” (Elkington, 2008, p. 51), entanto, quando ocorre a modificação ou o predomínio de um desses elementos sobre os demais, instala-se um desequilíbrio, como se fossem placas tectônicas em movimento, gerando tremores e rupturas que comprometem a estabilidade necessária (Elkington, 2008).

Na atualidade, observa-se que esse alinhamento ainda não foi plenamente alcançado. As mudanças efetivas em direção à sustentabilidade permanecem incipientes, distantes de resultados realmente transformadores. Como aponta Elkington (2023, p. 5) “em termos de afetar as estruturas e processos profundos do capitalismo, mal arranhamos a superfície. Ainda assim, estamos nos estágios iniciais de um ponto de inflexão”

## **2.2 Consumo consciente**

Nesse cenário de desafios e avanços, o debate sobre desenvolvimento sustentável ganha força quando associado ao conceito de consumo consciente. “Podendo ser definido como o consumo de bens e serviços que respeite os recursos ambientais” (Carvalho; Costa; Quinelato, 2025, p. 3). Mas fica evidente que esse meio não está sendo seguido ao modo que consumimos, trazendo diversas consequências no meio social e ambiental trazendo diversos debates governamentais.

As relações de consumo na atualidade assumem uma dimensão nunca antes observada em outros séculos. Historicamente, o consumo ocorria em curtas distâncias, em grande parte devido à ausência de tecnologias capazes de ampliar a circulação de bens. Nesse sentido, o consumo sempre esteve estritamente ligado ao comércio e às condições estruturais de cada época. No cenário contemporâneo, porém, observa-se um movimento distinto: os consumidores buscam benefícios imediatos na aquisição de produtos, sem considerar de forma adequada os impactos gerados pela exploração de recursos em larga escala (Lima; Lima; Silva, 2024).

Vendo que o desenvolvimento humano ao longo dos séculos possibilitou a criação de novos meios de locomoção, como as máquinas a vapor e, posteriormente, tecnologias cada vez mais modernas, solucionando o antigo problema das grandes distâncias. Entretanto, uma inovação transformadora surgiu a internet, que eliminou a necessidade de deslocamento físico para a realização de atividades como comprar

ou vender, uma vez que tudo pode ser encontrado em um único ambiente virtual (Lima; Lima; Silva, 2024).

Além de viabilizar transações comerciais, a internet oferece um vasto acesso a informações e atualizações constantes. Por meio dela, o consumidor é exposto a propagandas direcionadas, elaboradas com base em seus interesses pessoais, o que muitas vezes o leva a realizar compras impulsivas e desnecessárias. As estratégias de divulgação, o uso de redes sociais e a influência exercida por criadores de conteúdo contribuem para esse comportamento, estimulando o consumo rápido e pouco racional. Nesse contexto, a compra torna-se uma ação imediata, que dispensa reflexão ou deslocamento, exigindo apenas alguns cliques na tela de um celular ou computador (Silva; Tessarolo, 2016). Essa realidade evidencia a urgência de efetivar práticas de consumo consciente, capazes de equilibrar as necessidades humanas com a preservação ambiental e a responsabilidade social (Lima; Lima; Silva, 2024).

O consumo consciente está vinculado aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, especificamente ao Objetivo 12, Consumo e Produção Responsáveis, que enfatiza a importância de transformar os padrões de produção e consumo em direção à sustentabilidade. Esse objetivo busca estimular um movimento de ação consciente, em que a sociedade considere não apenas os benefícios individuais do consumo, mas também seus impactos sociais e ambientais. Entretanto, torna-se evidente que o próprio sistema capitalista cria constantemente novos “apetites” de mercado, com o objetivo de reiniciar ciclos de consumo e estimular a demanda. Dessa forma, a insustentabilidade não é apenas um efeito colateral, mas se encontra estruturalmente inserida no funcionamento do mercado, que tende a incentivar práticas de consumo excessivo, muitas vezes em contradição com os princípios do consumo consciente (Silva; Araujo; Santos, 2012).

Muitos fatores contribuem para moldar as reações sociais em relação ao consumo, como tradições culturais, hábitos enraizados e, sobretudo, o fato de estarmos inseridos em um sistema que promove o consumo. Nesse contexto, a possibilidade de uma readaptação a estilos de vida menos imediatistas e mais sustentáveis não ocorrerá sem a presença de vontade política e sem o enfrentamento dos interesses econômicos que dominam esse processo (Sachs, 2007). Tais interesses, frequentemente mais fortes do que as problemáticas ambientais, agravam-se ao longo do tempo e dificultam a transição para modelos de desenvolvimento mais equilibrados.

Nesse ponto, é importante observar que, mesmo diante da relevância do consumo consciente, existem barreiras estruturais que atuam em sentido contrário. Uma das ferramentas que atua diretamente contra o desenvolvimento sustentável e o consumo consciente e outras tentativas de construção de um novo modelo social e econômico voltado à sustentabilidade é a obsolescência programada. Antes de analisar seus impactos, torna-se fundamental compreender seu conceito, seu contexto histórico, sua lógica de funcionamento, seus mecanismos e suas formas de manifestação, de modo a revelar seus efeitos sobre a sociedade, economia e o meio ambiente.

### **2.3 Obsolescência Programada**

A forma de relacionamento social foi modificada ao longo do tempo, acompanhando acontecimentos históricos e inovações sociais, o que levou a estilos como produção e consumo de maneira diferente. Até o início do século XX as indústrias buscavam durabilidade e qualidade em seus produtos, obtendo prestígio na marca, através dos consumidores ao adquirir um produto resistente com o tempo. Posteriormente, observou-se a adoção de um modelo produtivo distinto (Martínez; Porcelli, 2016)

A obsolescência programada caracteriza-se pela produção de um bem com a previsão de uma vida útil limitada. Sob a perspectiva empresarial, pode ser descrita como a redução da durabilidade de um produto, tornando-o, de certa forma, obsoleto. Isso leva o consumidor a adquirir um novo produto, semelhante ou igual ao anterior, descartando o antigo (Silva, 2022). Observando que, em muitos casos, torna-se mais rápido adquirir um novo produto do que reparar o danificado, uma vez que o preço de um item novo pode ser mais atrativo do que o custo de reparação do anterior (Magera, 2012).

Esse modelo produtivo, baseado em bens de durabilidade reduzida, gera preocupações significativas. Trata-se de um paradoxo no sistema capitalista, pois permite que empresas comercializem produtos de baixa qualidade, transmitindo a sensação de crescimento econômico, mas resultando em prejuízos. Além disso, intensifica um padrão de consumo insustentável, em que os recursos naturais do planeta não conseguem ser repostos na mesma velocidade do consumo (Martínez; Porcelli, 2016). A princípio, não havia preocupação com esse modelo, entretanto, esse

cenário mudou quando se percebe a agressão aos direitos dos consumidores e ao meio ambiente (Silva, 2022).

A obsolescência programada não se restringe à produção de bens com pouca durabilidade, há diferentes modelos como: obsolescência funcional, tecnológica, software, psicológica. Na literatura utilizam-se nomenclaturas variadas e, por vezes, divergentes para descrevê-las. Não há, portanto, uma classificação absoluta ou consenso em relação às suas espécies ou variações (Santos, 2017). Apesar de haver suas diferenças, todas compartilham um objetivo comum, visa o descarte precoce de produtos e o estímulo ao consumo imediato.

Frequentemente surgem padrões de consumo acelerado, perceptíveis no avanço de tendências e novas estéticas. Isso se manifesta em diferentes setores, como na moda, nos quais inovações constantes e designs recém-lançados são apresentados pelas marcas como exclusivos e alinhados às tendências do momento. Uma frase comum em muitas propagandas e redes sociais, “Você não quer ficar de fora dessa”, sugere que o consumidor deseja estar sempre atualizado. Esse apelo, muitas vezes, é contextualizado dentro de uma dinâmica social, em que o consumo acelerado é visto como um reflexo de status. Ao usar essa frase, as marcas criam a sensação de que a exclusividade e a atualização constante são essenciais para se manter relevante na sociedade.

“O fornecedor cria através da publicidade e modernas técnicas de marketing, sua própria demanda, o consumidor acaba adquirindo bens ou serviços porque acredita que deles necessita e porque eles estão disponíveis a, geralmente, preços atrativos e crédito facilitado” (Silva, 2022, p. 38-39).

### 2.3.1 Obsolescência Psicológica

Esse tipo de técnica pode ser classificado como obsolescência psicológica, que visa manipular o consumidor ao induzi-lo a acreditar que precisa se atualizar constantemente. Segundo Assumpção (2017, p. 124) “a obsolescência psicológica baseia-se em fazer com que consumidores se cansem de seus produtos e troque-os antes que se quebrem”. Levando consigo um produto ainda funcional, que atende às necessidades para as quais foi adquirido e permanece em boas condições, o consumidor sente-se atraído por aquilo que é novo e amplamente divulgado. A compra

de um novo item está mais relacionada ao design atualizado, a pequenas alterações estéticas do que novas funções.

Seu surgimento ocorreu na indústria automobilística, que percebeu que suas vendas não poderiam se basear apenas em avanços tecnológicos, dado que este é um processo demorado e caro. Para acelerar a comercialização, a indústria passou a adotar lançamentos por estação, introduzindo elementos de moda nos automóveis (Assumpção, 2017). Essa lógica se conecta diretamente ao propósito da indústria de roupas, induzindo o consumidor a adquirir novas coleções da temporada, em vez de focar em melhorias na qualidade ou em benefícios adicionais das peças.

Sendo a moda um fenômeno amplo e complexo, ela transcende um sistema linear e ocupa uma posição multifacetada, indo além do ato de se vestir e agregando cultura, identidade, expressão e comunicação. Está em constante mudança devido a fatores sociais, políticos e econômicos, abrangendo um amplo leque de possibilidades e situações (Apolinário, 2024). Portanto, observa-se o amplo papel que a moda desempenha na sociedade, podendo estar relacionada tanto a aspectos superficiais quanto a questões mais delicadas. Para Apolinário (2024, p. 11).

“A moda e a sociedade têm uma relação simbiótica em que uma influência e molda continuamente a outra. No entanto, não é possível que a sociedade absorva todas as mudanças que a moda propõe, pois sempre que um novo modelo aparece, os designers já acreditam que está na hora de uma outra evolução. Por conseguinte, os consumidores passam a desejar esta novidade do momento em lugar dessa atual”.

Tendo em vista a criação constante de novos designs para roupas, verifica-se o surgimento de um consumo imediato voltado à atualização com as novidades. Esse impulso pode estar conectado à venda da ideia de como o consumidor vai se sentir pela aquisição daquela peça; ou seja, não estamos mais trabalhando pelo produto em si, mas sim que, ao obter aquela peça, possa experimentar sentimentos como felicidade (Apolinário, 2024). Nota-se que o consumo realizado está envolvido com necessidades emocionais e sociais particulares do indivíduo, onde consegue satisfazer através de compras (Martínez; Porcelli, 2016).

A venda dessa ideia está vinculada a práticas de marketing, já que o profissional de marketing busca compreender como o consumidor tomará a decisão desejada para efetuar a compra de determinado produto. Para isso, analisa diversas áreas, como estilo de vida, fatores emocionais, atitudes e influências (Bandeira, 2013).

Ao obter informações sobre o público-alvo, o profissional pode influenciar o consumidor em diferentes contextos, já que está presente em múltiplos canais e momentos, seja no rádio, outdoors, redes sociais, panfletos, músicas, televisão.

Um dos ambientes mais vulneráveis é o das redes sociais, pois as propagandas nem sempre se diferenciam facilmente de outros conteúdos. Nesse contexto, pessoas comuns passam a atuar como influenciadores digitais, sendo utilizadas como ferramentas de marketing. Por meio de conteúdos publicados nas redes sociais, observa-se a mistura entre postagens cotidianas e exposições de marcas, feitas de maneira natural e agradável, o que gera empatia no consumidor e contribui para a construção de uma marca mais sólida (Silva; Tessarolo, 2016).

Nesse contexto, muitas vezes o consumidor não é informado de que está sendo exposto a uma propaganda, o influenciador apenas elogia um produto ou peça de roupa sem intenção comercial, criando, assim, uma relação desonesta com seus seguidores. Pode-se observar que não está sendo vendido apenas uma roupa, mas também a sensação de pertencimento e a intimidade com quem o recomenda, gerando uma influência emocional que pode ser utilizada para divulgar produtos de forma irresponsável e disfarçada no feed das redes sociais (De Souza Aparicio, 2025).

Atualmente o público pode se afastar das propagandas tradicionais, que antes contavam com celebridades renomadas e inalcançáveis, divulgadas em redes de televisão em datas e horários específicos. Com as redes sociais, existe a possibilidade de acompanhar quem considera relevante no momento desejado (Silva; Tessarolo, 2016). Os conteúdos divulgados pelos influenciadores digitais, conhecidos como *influencers*, geralmente são publicados diariamente, permitindo que o público acompanhe o cotidiano dessas pessoas e tenha a sensação de pertencer àquela vida, seja no aspecto da amizade ou da convivência familiar (Jácome, 2018).

Além da internet possibilitar que qualquer pessoa se torne um influenciador digital, uma vez que qualquer indivíduo pode produzir um vídeo e compartilhá-lo de forma imediata nas redes sociais, divulgando diferentes tipos de informação (Silva; Tessarolo, 2016). Mesmo que muitas pessoas tentem se tornar influenciadores, publicando conteúdos com frequência em redes como Instagram, TikTok, Facebook, entre outras, ou até buscando formação acadêmica neste setor, hoje disponível em instituições de ensino com a titulação do curso “digital Influencer”, ainda assim não alcançam os milhões de seguidores que acompanham alguns profissionais desse ramo.

Percebe-se a força dos influenciadores digitais, que reúnem milhões de seguidores em seus perfis. Como o próprio nome indica, possuem grande poder de influência sobre seus consumidores de conteúdo, seja por meio de opiniões ou pela capacidade de impactar decisões de compra (Jácome, 2018). Chegam a utilizar a credibilidade conquistada com seus seguidores para atuar em comerciais (Barbosa, 2018). A liberdade na internet oferece e modifica a comunicação entre marca e consumidor, fazendo dos influenciadores uma ponte nesse processo. O planejamento de marketing, por meio deles e das redes sociais como um todo, demonstra sua influência sobre os comportamentos de seus seguidores (Jácome, 2018).

Esse poder se estende a diversos públicos, sendo que o grupo mais suscetível é o jovem, que busca seguir os produtos utilizados por esses *influencers*, identificando-se com essas figuras, que são “gente como a gente”, mas admiradas por eles. (Silva; Tessarolo, 2016). De modo geral, muitos consumidores têm dificuldade em identificar quando estão sujeitos a práticas de obsolescência psicológica e compreender seus impactos. Contudo, tais efeitos podem ser agravados conforme a fase da vida em que o indivíduo se encontra. Se tais propagandas já são sedutoras para a população em geral, presume-se que um grupo mais jovem, ainda sem formação intelectual completa, seja influenciado e convencido com maior facilidade (Silva, 2022).

Esse cenário indica que muitas práticas de marketing podem ser aplicadas de má fé, pois, antes de divulgar um produto, analisa-se cuidadosamente o público-alvo. Alcançar pessoas com pouco conhecimento sobre o funcionamento do mercado configura uma ação desleal. Os influenciadores digitais participam dessa esfera. Além de impactarem bilhões em vendas na economia por meio de seus conteúdos, moldam o comportamento de seus seguidores e atuam como ferramentas de persuasão na decisão de compra, muitas vezes de forma intensa e desconsiderada, uma vez que os seguidores compram pela admiração e confiança em seu influenciador favorito, sem perceber que estão sendo impactados pela publicidade de alguma marca transmitida de forma não perceptiva (De Souza Aparicio, 2025).

Nessas mesmas plataformas digitais, em que são compartilhadas publicações relacionadas à vida pessoal dos usuários, os *influencers* realizam postagens que mesclam conteúdos cotidianos e divulgações de marcas, enquanto indivíduos menos reconhecidos compartilham vídeos variados do dia a dia. No mesmo espaço, dentro do feed das redes sociais, observa-se a possibilidade de realizar compras diretamente

na plataforma, seja por meio de links que direcionam o usuário a sites de vendas externos, seja pela permanência no próprio ambiente digital, que passou a disponibilizar um setor específico para tal finalidade. Um exemplo é o aplicativo TikTok, que inicialmente se consolidou como uma plataforma de vídeos curtos e de entretenimento variado e, atualmente, apresenta uma aba exclusiva para compras, denominada TikTok Shop, além de integrar propagandas de produtos ao feed, de forma entrelaçada aos conteúdos orgânicos publicados pelos usuários.

Assim, o ato de comprar tornou-se mais acessível e ágil, uma vez que não é necessário deslocar-se até uma loja física, bastando ter acesso à internet para realizar aquisições em qualquer lugar e momento, sem enfrentar filas ou depender de atendimentos presenciais. Contudo, essa facilidade também levanta preocupações, pois o consumidor encontra-se em um ambiente vulnerável e altamente suscetível à obsolescência psicológica. Isso ocorre porque, por meio do meio virtual, é possível acompanhar em tempo real as novas tendências, seja no campo da moda, seja em produtos e estilos que estão sendo utilizados em diferentes partes do mundo, inclusive por influenciadores seguidos pelo usuário. Dessa forma, o consumidor é constantemente exposto a atualizações e estímulos que reforçam o desejo de consumo imediato (Spagnollo; Tonial, 2023).

Além disso, existe o algoritmo, presente em praticamente todos os meios digitais, sendo um dos seus objetivos estimular o consumo e influenciar a decisão de compra, sugerindo através do que supõe que o cliente gostaria de usufruir. Trata-se de uma programação baseada em inteligência artificial que, por meio da captação das interações dos usuários nas plataformas digitais, consegue identificar preferências individuais e, a partir delas, direcionar divulgações e recomendações de produtos de acordo com os gostos do consumidor (Miranda, 2021). Conforme o exemplo de Miranda (2021, p. 31) podemos ter um melhor entendimento sobre o assunto.

“Por exemplo, quanto mais vídeos de um gênero musical específico são assistidos por alguém em uma plataforma de compartilhamento de vídeos, mais sugestões desse tipo de música serão apresentadas. Quanto mais pesquisas em um site de buscas são efetuadas sobre produto específico, mais propagandas relacionadas ao produto serão mostradas. E caso ocorra uma mudança repentina no interesse de uma pessoa, isso também será identificado e novas sugestões serão efetuadas de acordo com o novo gosto do indivíduo, com base nos novos dados disponibilizados pelo próprio”

O consumidor acaba sendo, de certa forma, rastreado em seus passos na internet, e essas informações são aproveitadas por marcas que impulsionam seus anúncios de acordo com seus interesses. No caso do presente estudo, por exemplo, se o consumidor pesquisar o preço de uma calça jeans na internet para ter uma base de valores, e possuir instalado em seu celular um aplicativo de compras, como a Shein, é provável que, nos dias seguintes, receba promoções atrativas da mesma calça ou de modelos semelhantes, em razão do funcionamento do algoritmo. Independentemente do ambiente em que o usuário navegue, seja em e-mails, redes sociais ou sites de compras, seus dados pessoais são armazenados e utilizados para que, no futuro, conteúdos compatíveis com seus gostos e interesses sejam direcionados a ele (Spagnollo; Tonial, 2023).

Esses temas evidenciam uma inconformidade: embora o usuário possua poder de escolha e autonomia para decidir suas compras, ele também se mostra vulnerável e menos consciente diante das influências que incidem sobre seu processo de decisão. Observa-se que o consumidor digital, aquele que pesquisa, compra e até mesmo reivindica seus direitos no ambiente virtual, ao transitar entre múltiplas redes sociais e diversas plataformas digitais de vendas e informação, encontra-se em uma posição de maior vulnerabilidade, onde “O consumo se tornou instantâneo, invisível e, muitas vezes, impulsivo” (Spagnollo; Tonial, 2023, p. 5).

Ou seja, tratam-se de ferramentas utilizadas pelas indústrias para conquistar novos consumidores, gerando impactos econômicos e sociais ao moldar comportamentos e padrões de consumo na sociedade. O consumidor cede às tendências devido à pressão social e à busca por pertencimento, comparando-se aos demais. Nesse contexto, a aquisição de determinadas peças deixa de ser apenas uma necessidade funcional e passa a ser um meio de alcançar satisfação pessoal, transmitir imagem de atratividade, modernidade e sucesso, além de buscar aprovação social por meio do vestuário (Apolinário, 2024). Observa-se que essas influências vão além das propagandas de marketing e das plataformas digitais, possuindo raízes em padrões comportamentais e sociais previamente estabelecidos, muitas vezes internalizados, e que contribuem para a presença da obsolescência psicológica desde os primeiros momentos de consumo do indivíduo.

### 2.3.2 Status no consumo

Observando o âmbito das marcas de luxo, percebe-se que elas podem desempenhar um papel relevante na obsolescência psicológica, tais marcas contribuem para explicar certos comportamentos sociais dos consumidores, que buscam alcançar status elevado, sentir-se pertencentes a grupos específicos ou criar novas tendências para se destacar, considerando as marcas de luxo como referência. Mesmo o consumidor desejando aprovação social, ele deseja muitas vezes querer ir além, se sobressair desse meio, observando que existe uma linha para ser seguida socialmente no mundo da moda, onde temos os requisitos mínimos e máximos, mas existe esforço para se diferenciar no vestuário (Marshall, 1982).

Diferenciar-se não está apenas relacionado à utilização de um produto com o mesmo tecido e cor; é necessário que haja um valor agregado a ele. As roupas de luxo se caracterizam por esse aspecto. Marcas como Gucci, Chanel e Prada estão inseridas em um mercado no qual é possível orientar toda a estratégia da empresa, bem como exercer controle e posicionamento dentro desse segmento (Ferreira, 2011).

Observa-se que, mesmo o consumidor possuindo algo que, de certo modo, atende às necessidades básicas, como uma roupa quente para o inverno, ainda persiste o desejo de ampliar e aperfeiçoar, satisfazendo obsessões relacionadas à necessidade de se mostrar socialmente e, assim, participar, de atividades sociais consideradas mais elevadas (Marshall, 1982). Obter status no mundo da moda significa diferenciar-se do comum, das roupas às quais todos têm acesso. Adquirir uma peça de marca de luxo é “sinalizar valor, criar e firmar uma imagem, garantir uma origem e qualidade” (Ferreira, 2011, p. 23). Assim, o luxo vai além dos aspectos tangíveis, nos quais se observam estilo e design, alcançando também os intangíveis, que expressam imagem e tradição da marca. Nesse sentido, o luxo possui uma essência na dimensão imaginária (Ferreira, 2011).

Tendo como regra geral o desejo de se encaixar, para atender às expectativas do padrão imposto de bom gosto e reputação, mas não se limitando apenas ao código de vestimenta, e indo além. Na lei do desperdício conspícuo, os grandes valores gastos com roupas estão impregnados em nosso ser e sentimento, configurando uma necessidade que muitas vezes nossa vestimenta não está num valor suficiente (Veblen, 2021).

“Sem sequer nos darmos ao trabalho de refletir ou analisar, sentimos que o barato também é indigno. “Um casaco ordinário torna ordinário um homem.” “Barato e asqueroso” é um axioma que continua valendo em termos de

vestuário, mais até do que em relação a outras linhas de consumo” (Veblen, 2021, p. 135).

Indo além, a indústria de luxo, por sua vez, aproveita-se dessa vulnerabilidade do consumidor e a utiliza a seu favor, impulsionando as vendas por meio da obsolescência psicológica, atuando tanto nos aspectos tangíveis quanto intangíveis. Para isso, vale-se de desfiles e outros meios de divulgação que reforçam o status da marca. Eventualmente o marketing também está inserido no mercado de luxo, mas é utilizado como uma poderosa ferramenta, capaz de captar a atenção do consumidor e transmitir-lhe novas tendências, fazendo-o sentir que precisa participar daquilo. Trata-se de um fator que impulsiona o desejo, e que, de forma sutil e, ao mesmo tempo, invasiva, implanta a necessidade do consumo e amplia os efeitos da obsolescência (Oliveira, 2020).

### **3 METODOLOGIA**

Para a realização deste trabalho, foram empregadas técnicas de pesquisa bibliográfica e exploratória, sob uma abordagem de natureza qualitativa. Essa escolha permitiu compreender as atividades humanas e possibilitou uma aproximação mais aprofundada entre o sujeito e o objeto investigados, considerando as diferentes intenções, motivações e valores presentes no contexto analisado de economia, sociedade e meio ambiente (Minayo, 1993).

A pesquisa bibliográfica foi conduzida a partir de livros, artigos científicos, relatórios, jornais e revistas que abordam a indústria da moda, a obsolescência programada com ênfase na dimensão psicológica e temas relacionados ao consumo consciente e ao desenvolvimento sustentável. A coleta de informações incluiu, também, dados sobre a produção têxtil em escala global obtidos através do IEMI, com destaque para os principais exportadores, a fim de compreender a relevância econômica do setor e as dimensões de sua produção.

As informações obtidas foram analisadas de modo a compreender como a obsolescência psicológica influencia o consumo e se contrapõe aos princípios do desenvolvimento sustentável. Foram examinadas tanto as contradições identificadas no setor quanto os conteúdos que pudessem enriquecer a discussão proposta. A análise fundamentada em relatórios da ONU permitiu reunir conhecimentos consistentes e formar uma base teórica sólida, capaz de sustentar as conclusões do

trabalho. A seleção das fontes garantiu que as informações fossem pertinentes e direcionadas aos objetivos da pesquisa, possibilitando uma análise consistente das externalidades negativas (Marconi; Lakatos, 2017).

A partir das informações coletadas sobre a produção, o consumo e o descarte de produtos têxteis, com enfoque em artigos de vestuário, foi possível relacionar a inserção da obsolescência psicológica nesse ciclo de consumo não consciente, desvinculado do modelo de desenvolvimento sustentável. A análise buscou, ainda, identificar possíveis soluções para mitigar esses impactos, com destaque para a economia circular, utilizando dados de instituições como a Fundação Ellen MacArthur, visando promover um modelo econômico alinhado ao uso responsável de recursos naturais finitos.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 4.1 Evolução histórica do setor têxtil

Para compreender a forma como a obsolescência programada se consolidou no setor da moda e está relacionada ao consumo e descarte de resíduos de forma desenfreada, é necessário retomar a trajetória histórica da indústria têxtil, uma vez que esse segmento não apenas esteve entre os pioneiros da Revolução Industrial, mas também moldou práticas produtivas e de consumo que permanecem até os dias atuais. Nesse sentido, analisar sua evolução ao longo do tempo permite entender como mudanças econômicas, sociais e políticas, especialmente no Brasil, abriram espaço para a lógica do consumo acelerado e para os desafios contemporâneos da sustentabilidade.

A indústria têxtil está entre os setores mais antigos do processo de industrialização mundial, mantendo importância até os dias atuais. Desde a Revolução Industrial, no século XVIII, desempenhou papel central no desenvolvimento econômico. A Inglaterra destacou-se por reunir condições favoráveis para a produção em larga escala de tecidos, utilizando novas máquinas e o sistema fabril como base do desenvolvimento econômico e da consolidação do capitalismo moderno (Francisco, 2024; Marson, 2024).

No Brasil, os primeiros registros de produção têxtil remontam ao período colonial, quando havia cultivo expressivo do algodão no Norte e Nordeste. Entretanto, a industrialização não interessava à metrópole portuguesa, que impunha restrições ao avanço das manufaturas locais (Fujita; Jorente, 2015). Essas restrições tinham como objetivo evitar a dispersão de trabalhadores agrícolas para a indústria manufatureira, medida que atendia tanto aos interesses dos produtores rurais quanto às necessidades das nações manufatureiras já consolidadas (Emery, 2007).

Ao longo do século XX, a indústria têxtil brasileira foi marcada pela adoção de políticas de proteção e substituição de importações, que garantiam tarifas alfandegárias restritivas, subsídios e incentivos fiscais. Essas medidas asseguraram competitividade às empresas nacionais, mas, ao mesmo tempo, desestimularam a modernização tecnológica e a qualificação da mão de obra, resultando em um setor dependente do apoio estatal e pouco preparado para competir em escala internacional (Emery, 2007).

A década de 1980 trouxe instabilidade econômica, marcada pela crise da dívida externa, queda do emprego e estagnação produtiva, que afetaram diretamente o setor. O quadro se agravou nos anos 1990, quando a abertura comercial promovida pelo governo Collor expôs a indústria têxtil à concorrência internacional. Essa mudança foi abrupta: a eliminação de barreiras não tarifárias e a redução de alíquotas de importação submeteram o setor, até então protegido, a competir com produtos de países asiáticos, principalmente a China. Essa concorrência, baseada em mão de obra de baixo custo e produção em larga escala, levou ao fechamento de fábricas, à perda de empregos e à necessidade de reestruturação empresarial (Emery, 2007).

Nesse período, as empresas que permaneceram no mercado buscaram alternativas para sobreviver, investindo em ganhos de produtividade, modernização tecnológica e adaptação de processos. O deslocamento de parte da produção para o Nordeste, atraído por incentivos fiscais e custos reduzidos de mão de obra, também foi uma estratégia observada. Além disso, verificou-se a substituição de tecidos planos por malhas de algodão, em função do menor custo e da maior competitividade frente às importações asiáticas (Fujita; Jorente, 2015).

#### 4.1.2 Indústria têxtil na atualidade

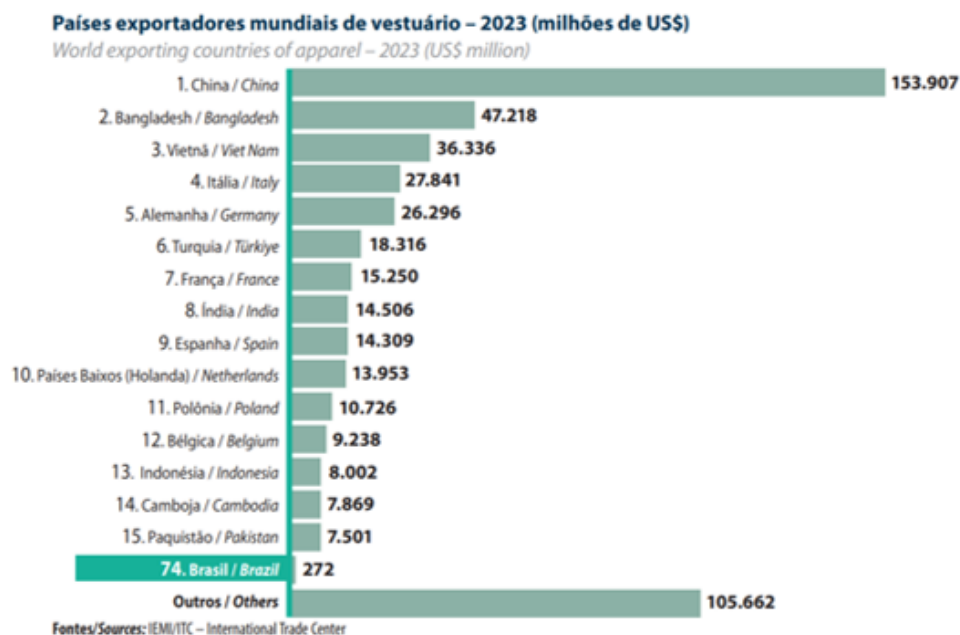
Na atualidade, a indústria têxtil brasileira mantém-se como uma das mais relevantes para a geração de empregos e renda, mas enfrenta desafios relacionados à globalização, à concorrência externa e, principalmente, às questões ambientais e sociais, como a poluição hídrica, a emissão de gases e o descarte de resíduos têxteis. Segundo a ABIT (2025), somente em 2024 o setor têxtil e de confecção faturou R\$ 212,6 bilhões, frente a R\$ 203,9 bilhões em 2023, reunindo 1,3 milhão de empregos diretos e reafirmando a relevância do Brasil no setor.

Destaca-se, portanto, que o Brasil figura entre os grandes produtores e consumidores de produtos têxteis, embora seu comércio internacional ainda esteja em processo de consolidação para alcançar maior relevância. O país enquadra-se em um perfil de “produtor-consumidor”, uma vez que a produção atende ao mercado interno, destinando apenas pequenas parcelas à exportação e apresentando baixa necessidade de importação (IEMI, 2024).

No cenário mundial, entre os países que mais se destacam na exportação do setor, observa-se que a China ocupa a liderança, respondendo por 33,5% das

exportações globais de produtos têxteis e vestuário. Logo após, encontram-se Bangladesh, com 6,3%, e o Vietnã, com 5,8%, compondo em conjunto 45,6% das exportações mundiais. Já o Brasil ocupa a 74ª posição no ranking de exportações, não obtendo grande participação nesse meio comparado as anteriores (IEMI, 2024). Através do gráfico, evidencia-se a importância do setor para o desenvolvimento global, uma vez que conecta produtores, varejistas, marcas e consumidores em escala internacional, além de impulsionar a industrialização e o comércio (UNEP, 2023).

Figura 2 - Países exportadores mundiais de vestuário - 2023



Fonte: IEMI, 2025.

Esse impacto também se reflete no comércio internacional, marcado pela circulação de valores expressivos e pela predominância de movimentos de crescimento no período de 2002 a 2023, com poucas variações negativas. Entre 2012 e 2022, por exemplo, o setor de confeccionados apresentou uma progressão significativa, passando de 484 bilhões de dólares para 670 bilhões de dólares, o que evidencia a magnitude desse mercado em escala global.

Figura 3 – Comércio internacional de têxteis e confeccionados



Fontes/Sources: IEMI/ITC – International Trade Center

Nota/Note: <sup>(1)</sup> Estão inclusos vestuário, têxteis, lar e outros confeccionados/Apparel, home textiles and other apparel are included

Fonte: IEMI, 2025.

Observa-se ainda a separação entre o setor têxtil e o de confecções, em razão das diferenças em seus processos produtivos. A indústria têxtil é responsável pela produção de fios e tecidos a partir de fibras naturais, sintéticas e artificiais, enquanto a indústria de confecção transforma esses insumos em roupas e acessórios (Santos; Pinheiro; Pereira, 2024). Destaca-se que a confecção representa a maior parcela, como no caso do Brasil, onde entre 60% e 65% da produção têxtil é destinada à fabricação de roupas, enquanto os demais 35% a 40% são direcionados a outros artigos (São Paulo, 2023). Embora possuam particularidades em suas etapas produtivas, ambas compartilham um ponto em comum a geração significativa de resíduos (Santos; Pinheiro; Pereira, 2024).

Diante desse panorama, evidencia-se que a relevância econômica da indústria têxtil está intimamente ligada a impactos ambientais significativos. O crescimento da produção e do comércio internacional, contribui para a geração expressiva de resíduos têxteis, poluição hídrica e emissão de gases de efeito estufa. Assim, embora o setor seja estratégico para a geração de empregos e renda, sua expansão e dinâmica produtiva reforçam a necessidade de repensar práticas e adotar modelos mais sustentáveis, que busquem conciliar desenvolvimento econômico sustentável.

## 4.2. Indústria da moda

A partir da relevância econômica e produtiva da indústria têxtil e de confecção, torna-se essencial compreender que esse setor não atua de maneira independente, mas está intimamente relacionado às dinâmicas da indústria da moda. Devido às mudanças sociais, a indústria têxtil, responsável pela produção de tecidos, e a indústria de confecções, encarregada da montagem e combinação dos modelos produzidos pelo setor têxtil, aumentaram sua produção de artigos voltados à moda, intensificando o mercado diante da forte concorrência nesse setor (Carvalho *et al.*, 2017).

Nas últimas décadas, a moda passou a desempenhar papel central como agente transformador da economia e da cultura, influenciando não apenas o vestuário, mas também as formas de produzir, consumir e se relacionar com os bens materiais. A globalização acelerou a difusão das tendências, promovendo novas formas de produção e circulação de produtos. Nesse contexto, toda a cadeia têxtil, da criação à distribuição, foi desterritorializada, com marcas e confecções progressivamente controladas por grandes grupos econômicos. Essa reorganização permitiu que a moda operasse em escala global, incorporando hibridações culturais e consolidando-se como fenômeno econômico e simbólico (Toniol; Albieri, 2020).

A indústria da moda é estruturalmente diversificada, abrangendo desde grandes varejistas internacionais até pequenos produtores locais, o que amplia sua influência social e econômica. Com o processo de globalização, observou-se significativa transferência da produção para países com menor custo de mão de obra, além da terceirização de etapas produtivas, estratégias voltadas à redução de gastos e aumento da competitividade. Essa reestruturação intensificou a concorrência, resultando em fusões empresariais, diversificação de mercados e aumento expressivo da oferta de produtos (Carvalho *et al.*, 2017).

As transformações socioeconômicas e culturais também impactaram o comportamento do consumidor, levando a moda a operar sob o princípio da novidade constante, no qual o valor simbólico do produto se sobrepõe à durabilidade. Nesse cenário, as empresas lançam múltiplas coleções por estação, investem em estratégias de marketing, como parcerias com celebridades e estilistas renomados, e reorganizam periodicamente os espaços de venda, proporcionando experiências de consumo mais dinâmicas e emocionais (Carvalho *et al.*, 2017).

Essa lógica deu origem ao modelo produtivo do fast fashion, consolidado a partir da década de 1990. Caracterizado pela renovação constante de produtos e

lançamentos frequentes em prazos curtos, o fast fashion exige planejamento acelerado na criação, produção e logística, estimulando o desejo de compra contínuo e imediato dos consumidores e transformando o ritmo de consumo em motor do processo produtivo (Toniol; Albieri, 2020).

O modelo de moda rápida apresenta custos elevados para pequenos comerciantes, que frequentemente perdem espaço para grandes varejistas, especialmente em períodos de crise, quando essas conseguem oferecer preços abaixo do mercado tradicional. Assim, a economia local fica sujeita à atuação de grandes corporações globais, que delimitam seus próprios limites e influenciam a dinâmica territorial do setor (Carvalho *et al.*, 2017).

O ritmo de vida contemporâneo acelerado reforça a necessidade de mudanças constantes por parte dos consumidores, impulsionando o fast fashion como estratégia capaz de atender à demanda por renovação rápida. Nesse contexto, a moda opera como ciclo de popularidade efêmera, no qual tendências surgem, se difundem e são rapidamente substituídas, consolidando o consumo contínuo e o descarte acelerado como elementos centrais do sistema produtivo (Zanghelini *et al.*, 2023).

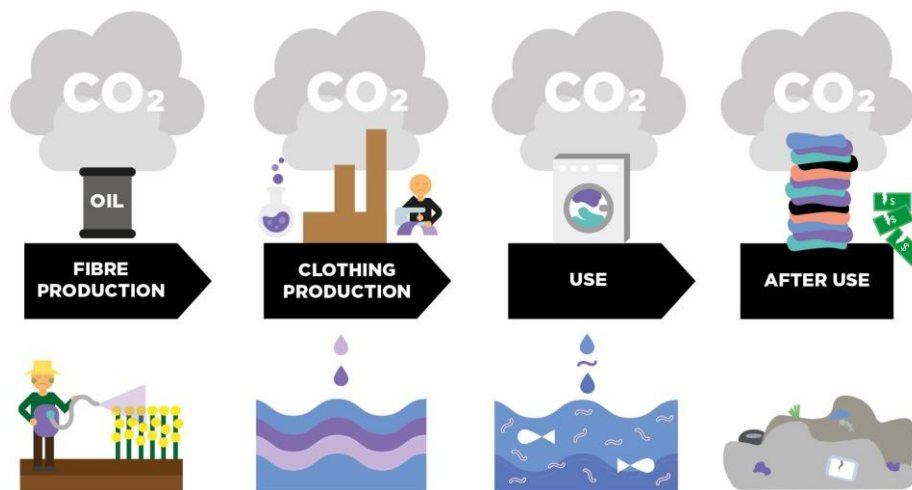
As mídias sociais têm intensificado a indução do consumo em massa, expondo os usuários a anúncios e produtos constantemente, mesmo sem intenção inicial de compra. A comercialização via plataformas digitais facilita o acesso a uma grande variedade de produtos, reforçando o desejo de aquisição imediata e alimentando o consumo contínuo. Além disso, estratégias de marketing de influenciadores digitais, nem sempre totalmente transparentes, influenciam o comportamento de compra e reforçam sentimentos de insuficiência e necessidade (Carvalho *et al.*, 2017).

Observa-se que a indústria da moda atua como eixo na cadeia têxtil e de confecção, impulsionando processos produtivos rápidos e, muitas vezes, pouco sustentáveis. Já que para a moda consiga manter seus ciclos, as tendências e estilos são constantemente substituídos, independentemente de sua aceitação ou relevância momentânea (Zanghelini *et al.*, 2023). Dessa forma, a manutenção da indústria da moda depende de altos volumes de produção e, conseqüentemente, da intensa aquisição de matérias-primas para a fabricação de diversos tipos de tecidos. Esse processo resulta em elevado consumo de recursos naturais e no aumento expressivo do descarte de roupas muitas vezes sem o uso, evidenciando os impactos ambientais associados à lógica produtiva.

### 4.3 Impactos Ambientais

Diante desse cenário, onde a indústria da moda influencia o modo e o volume de produção têxtil e de confecções, reforça-se a preocupação com os impactos ambientais produzidos por esses setores, que se intensificam à medida que os níveis de produção aumentam. Entre eles, destacam-se as mudanças climáticas, o elevado consumo de água doce, a poluição química, a perda de biodiversidade e os impactos sociais (UNEP, 2023). Calcula-se que a cadeia produtiva têxtil contribua com aproximadamente 2% a 8% das emissões globais de gases de efeito estufa, além de consumir cerca de 215 trilhões de litros de água por ano o equivalente a 86 milhões de piscinas olímpicas (UNEP, 2023).

Figura 4 - Ciclo de vida da indústria da moda



Fonte: Ellen MacArthur Foundation (2019).

Estudos já projetam que, em 2050, o consumo de produtos têxteis poderá alcançar 300 milhões de toneladas, gerando aumento de 26% das emissões de gases de efeito estufa. Além disso, entre 2015 e 2050, mais de 22 milhões de toneladas de microfibras poderão ser despejadas nos oceanos (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Essa preocupação também foi ressaltada pelo secretário-geral da ONU (2025), António Guterres, ao afirmar que “o planeta Terra é vítima da moda”, denunciando a lógica linear da indústria, baseada na extração de recursos não renováveis para a produção de peças que são frequentemente utilizadas por curtos períodos antes de serem descartadas em aterros ou incineradas (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Grande parte dessas roupas descartadas é enviada para países de baixa renda, onde a falta de infraestrutura adequada resulta em despejos irregulares, queimadas e sérios impactos ambientais e sociais. Nas áreas urbanas, o resíduo têxtil e da moda frequentemente é destinado a aterros sanitários, permanecendo por décadas até sua decomposição e liberando gases de efeito estufa prejudiciais ao meio ambiente (PNUMA, 2025). Entre os destinos mais recorrentes estão Gana, Índia e Chile, regiões de intensa atividade portuária (Costa; Zaneti, 2022).

Um dos exemplos mais emblemáticos é o lixão têxtil do deserto do Atacama, no Chile, conhecido como “cemitério de roupas”, formado por enormes montanhas de peças de segunda mão ou de baixa qualidade, provenientes principalmente dos Estados Unidos, Canadá, Europa e Ásia. Embora muitas dessas roupas fossem inicialmente destinadas à revenda, acabam acumulando-se a céu aberto e liberando gases tóxicos durante sua decomposição (Costa; Zaneti, 2022). Segundo reportagem do Jornal da USP (2024), o local recebe mais de 60 mil toneladas de roupas anualmente, que podem levar até 200 anos para se decompor. Em alguns casos, as peças são queimadas, prática que compromete a saúde da população local e agrava os impactos ambientais.

No contexto global, ainda que não haja números totalmente precisos, estima-se que a cada segundo, “o equivalente a um caminhão de lixo cheio de roupas seja incinerado ou enviado para aterros sanitários” (ONU, 2025). Estima-se que mais da metade da fast fashion produzidas seja descartada em menos de um ano (Ellen MacArthur Foundation, 2019). Além disso, menos de 1% dos vestuários produzidos no mundo retornam como roupas recicladas, o que evidencia a baixa exploração de práticas sustentáveis no setor e a grande oportunidade de mitigar os impactos ambientais (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Grande parte desses resíduos ainda não atinge o fim de sua vida útil, mas acaba em aterros, incineradores ou lixões a céu aberto. Estima-se que mais de 80% desse material siga para esse tipo de destino, devido à má gestão de resíduos e à ausência de sistemas eficazes de coleta e reciclagem, o que impede sua recirculação no ciclo produtivo (Fundação Ellen MacArthur, 2024).

Esse modelo evidencia a urgência de transformações estruturais, capazes de reduzir a destinação de resíduos para aterros e incineradores. Para isso, é necessário repensar a dinâmica global de consumo, estimulando o comportamento responsável e a adoção de soluções circulares. O modelo circular na indústria têxtil se apresenta

como alternativa viável, permitindo a transição de um sistema linear para um sistema sustentável (UNEP, 2023).

#### 4.3.1 Impactos ambientais no Brasil

No Brasil, o cenário também é preocupante. De acordo com a Agência Brasil (2025), cerca de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis são descartadas anualmente pelos domicílios brasileiros. Somente em 2024, cada residência descartou, em média, 44 quilos de roupas e calçados, o que reforça a magnitude do problema. Abaixo é possível ter uma visão mais ampla sobre os resíduos têxtil no Brasil, os dados obtidos demonstram grande preocupação e impacto ao meio ambiente e sua forma de gerenciar esses resíduos da maneira correta.

Quadro 1 - Produção e descarte de resíduos têxteis no Brasil

<b>Indicador</b>	<b>Dados</b>	<b>Fonte</b>	<b>Observações</b>
Produção anual de têxteis no Brasil	2,1 bilhões de toneladas (2022)	ABIT (2024)	Crescimento na produção sem políticas de reciclagem
Resíduos têxteis gerados anualmente	4 milhões de toneladas	Puente (2022) Abrelpe (2023)	Representa 5% de todo o lixo nacional
Percentual reciclado	Apenas 20%	SEBRAE (2023)	135 mil toneladas são enviadas para aterros
Tempo de decomposição	5 a 10 anos (naturais); até séculos (sintéticos)	Fialho (2024)	Impacto prolongado no meio ambiente

Fonte: Adaptado de Fialho (2024); ABIT (2024); SEBRAE (2023); ABRELPE (2023).

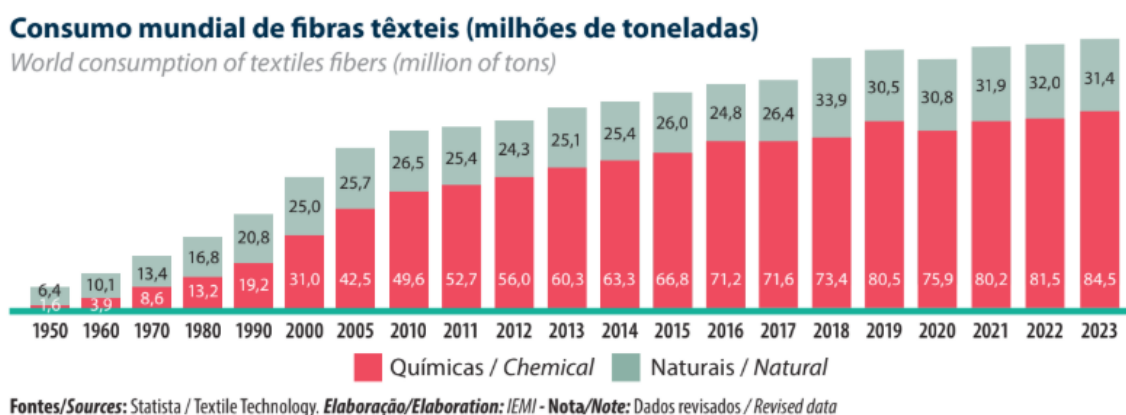
A partir desses dados, é possível compreender a dimensão do problema relacionado à produção e ao descarte de resíduos têxteis no Brasil. De acordo com as informações reunidas, mais de quatro milhões de toneladas de resíduos têxteis são descartadas anualmente, representando cerca de 5% de todo o lixo sólido produzido no país. Apesar da relevância desses números, apenas 20% desses materiais são reciclados, enquanto o restante é encaminhado para aterros sanitários ou descartado

de forma irregular, o que evidencia a fragilidade da infraestrutura de gestão de resíduos do setor têxtil e de confecção.

Outro ponto que merece destaque refere-se ao tempo de decomposição dos materiais têxteis, que varia entre 5 e 10 anos para as fibras naturais e pode se estender por séculos no caso das fibras sintéticas, intensificando os impactos ambientais decorrentes do descarte inadequado. A produção dos materiais têxteis se inicia na obtenção das fibras, que constituem a matéria-prima essencial para a fabricação dos tecidos. Essas fibras são classificadas em três grandes grupos: as naturais, provenientes de fontes vegetais ou animais, como o algodão, a seda, o linho, a lã e a juta; as sintéticas, produzidas a partir de derivados do petróleo, como o poliéster, o nylon, a lycra e o polipropileno; e, por fim, as artificiais, resultantes da regeneração da celulose natural, como ocorre na produção da viscose e do acetato, combinando processos químicos e naturais (Emery, 2007).

Esse modo de produção desperta preocupações ambientais, uma vez que, dependendo do tipo de fibra utilizada na criação de roupas, o tempo de decomposição pode se prolongar por séculos. Através do gráfico a seguir, é possível observar o aumento da produção e do consumo de materiais utilizados na fabricação de tecidos, evidenciando a gravidade dos impactos ambientais associados à composição das peças de vestuário.

Figura 5 – Consumo mundial de fibras têxteis



Fonte: IEMI, 2025.

A partir da análise do gráfico, observa-se que os tecidos químicos, ou seja, aqueles que levam séculos para se decompor ocupam a liderança na produção têxtil.

O único período em que não apresentaram maior volume em relação aos tecidos naturais foi entre 1950 e 1990. Desde os anos 2000, contudo, os tecidos químicos vêm se sobressaindo, o que evidencia certa urgência nesse cenário, uma vez que, desde a criação desses materiais, ainda não se passou tempo suficiente para que se decompusessem. Em outras palavras, todos os tecidos químicos já produzidos pela humanidade ainda permanecem presentes no meio ambiente.

Um dos motivos para o uso predominante dos tecidos sintéticos em relação aos naturais está associado ao seu custo reduzido, sendo mais baratos de produzir (Baugh, 2018 *apud* Pereira; Silva, 2022). No contexto do *fast fashion*, essa lógica é ainda mais evidente, pois o setor prioriza a produção em larga escala com baixos custos. Assim, grande parte das roupas é confeccionada com tecidos sintéticos, como o poliéster derivado do petróleo que libera microplásticos a cada lavagem, os quais acabam sendo transportados para rios e oceanos. Além disso, é comum a mistura de fibras naturais com sintéticas, o que reduz o custo final, mas dificulta na reciclagem dessas peças por conta da sua mesclagem (Pereira; Silva, 2022).

Ainda que o panorama nacional já revele a gravidade da situação, é em determinados polos de confecção que o problema se manifesta de forma mais crítica. Regiões como o Bom Retiro e o Brás, em São Paulo, são exemplos emblemáticos dessa realidade, onde o descarte irregular de resíduos têxteis se consolidou como um desafio persistente para a gestão urbana. Muitas fábricas locais depositam sobras de tecidos e rejeitos diretamente nas vias públicas, contribuindo para o entupimento de bueiros e a ocorrência de alagamentos. Embora a prefeitura tenha adotado medidas punitivas com multas que variam entre R\$ 250 a R\$ 30.000, a situação permanece crítica e praticamente inalterada ao longo dos anos (Fialho, 2024 *apud* G1, 2010; 2023).

Mesmo após uma década, o problema continua evidente. Somente nos primeiros dias de setembro de 2023, foram registradas 125 multas, em sua maioria aplicadas a empresas da região. Em algumas esquinas, o volume de descarte é tão elevado que as equipes de limpeza chegam a realizar até dez coletas diárias, o que demonstra que a prática ainda persiste. Estima-se que, nessas localidades, sejam recolhidas em média 45 toneladas de resíduos têxteis por dia, reforçando a inexistência de um sistema eficiente de destinação final e a continuidade de práticas insustentáveis de descarte (Fialho, 2024 *apud* G1, 2010; 2023).

O problema, entretanto, vai além da conduta dos produtores. O país ainda carece de infraestrutura e políticas públicas eficazes voltadas ao tratamento e à destinação final desses materiais. Nesse contexto, os aterros sanitários acabam sendo utilizados como alternativa predominante, embora não representem uma solução ambientalmente adequada (Fialho, 2024).

Diante desse cenário, a economia circular surge como uma alternativa fundamental para mitigar os impactos do setor, propondo o reaproveitamento de materiais, o redesenho de produtos e a extensão do ciclo de vida das roupas.

No entanto, o avanço dessas práticas no Brasil ainda é limitado, principalmente devido à falta de incentivos fiscais, à escassez de infraestrutura de reciclagem (Fialho, 2024). Assim, torna-se evidente que o enfrentamento dos impactos ambientais e sociais da indústria têxtil depende da integração entre políticas públicas, inovação tecnológica e mudanças nos hábitos de consumo, em direção a um modelo produtivo mais sustentável, circular e socialmente inclusivo.

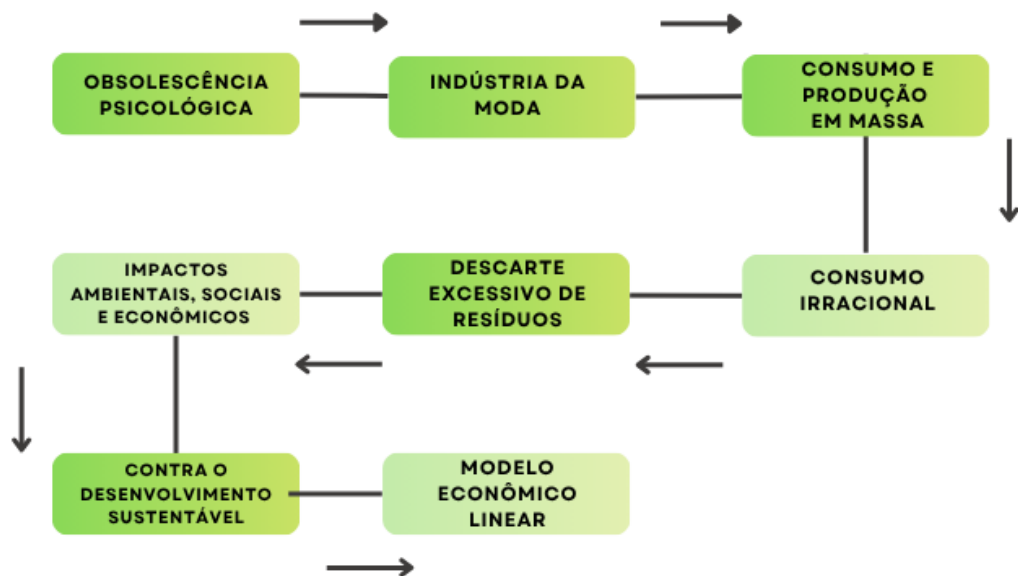
#### **4.4 Economia Circular**

Nesse contexto, compreender a economia circular torna-se essencial, sobretudo ao analisá-la como uma alternativa prática e estratégica frente ao modelo linear predominante. A indústria da moda, integrada à indústria têxtil e de confecções, encontra-se desalinhada dessa lógica sustentável, operando em um ciclo contínuo de produção, consumo e descarte. Desde a obtenção das fibras, já se identificam problemas estruturais na escolha dos materiais, que se estendem até o consumidor final por meio de estratégias de venda que estimulam um consumo elevado e, muitas vezes, irracional. Essa dinâmica resulta na geração de grandes volumes de resíduos têxteis, incluindo peças que sequer chegam a ser utilizadas.

Esse cenário reflete a inserção da indústria em um modelo econômico linear, caracterizado pelo sistema “extrair, produzir e descartar”, altamente poluente e responsável por diversos impactos ambientais negativos (Ellen MacArthur Foundation, 2023). Nesse modelo, a demanda por roupas é atendida principalmente por produtos novos, o que reduz a taxa de utilização dos itens e evidencia o crescimento do consumo excessivo de vestuário, já que os consumidores privilegiam a aquisição de novas peças em vez de reutilizar as que possuem (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

O funcionamento dessa dinâmica, representado abaixo, demonstra como o padrão de produção e consumo vigente no modelo linear se afasta dos princípios do desenvolvimento econômico sustentável, ao incentivar o descarte precoce e a substituição contínua de bens.

Figura 6 - Encadeamento entre a obsolescência psicológica e o modelo econômico linear



Fonte: elaborado pela autora.

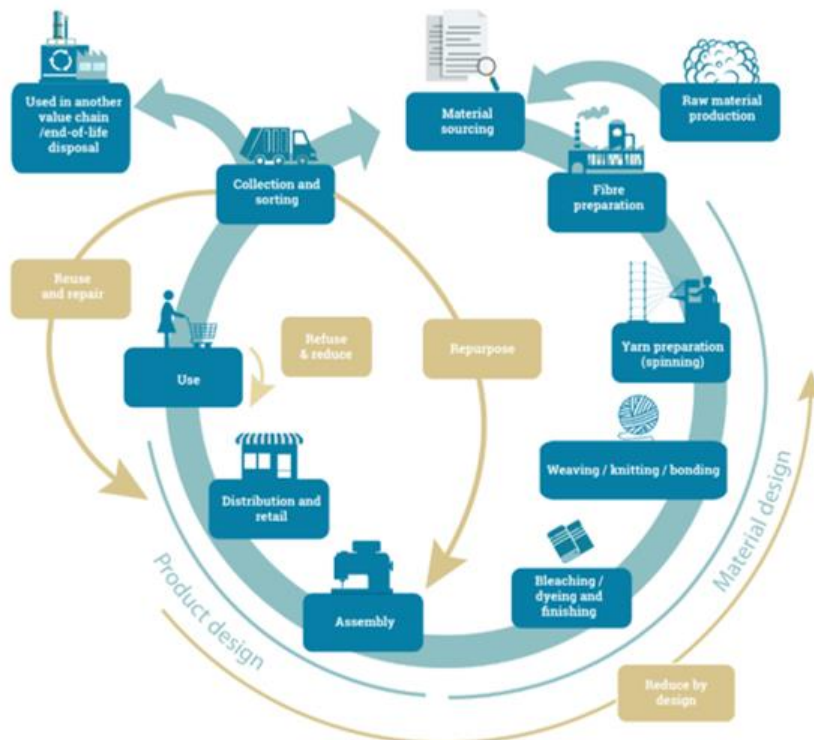
O caráter linear desse sistema impede que os materiais sejam aproveitados em todo o seu potencial, deslocando-os da matéria-prima para o descarte e contribuindo para a poluição, a degradação dos ecossistemas e desafios globais, como mudanças climáticas e perda de biodiversidade. Embora tenha se consolidado a partir da Revolução Industrial, permitindo a produção em massa e o aumento da disponibilidade de recursos e energia, os efeitos negativos desse modelo se tornam cada vez mais evidentes. A má gestão de recursos e do uso da terra compromete o capital natural, refletido na degradação de solos, oceanos, florestas e ecossistemas essenciais (Ellen MacArthur Foundation, 2023).

Em resposta a esses desafios, o conceito de economia circular surge como alternativa, buscando regenerar a natureza e reduzir a geração de resíduos. Esse modelo prolonga a vida útil dos produtos por meio do reaproveitamento, da reciclagem, do reuso e da reintegração ao ciclo produtivo, promovendo práticas de

consumo e produção mais sustentáveis, essenciais diante da finitude dos recursos naturais (ONU, 2016; Ellen MacArthur Foundation, 2023).

A circularidade, portanto, oferece um modelo capaz de transformar o sistema têxtil linear em um modelo mais sustentável. Para tanto, é necessário que governos, empresas e consumidores superem a lógica do modelo linear e redefinam o crescimento, priorizando benefícios amplos para a sociedade. Tendo como objetivo central desse modelo, manter os materiais em seu valor máximo por mais tempo na cadeia de valor têxtil, reduzindo o consumo de recursos naturais e os impactos ambientais sem comprometer o desenvolvimento econômico do setor (UNEP, 2023).

Figura 7 - Representação das atividades em uma cadeia de valor têxtil circular



Fonte: UNEP (2023).

Através da figura acima, é possível visualizar a aplicação do modelo de economia circular na indústria têxtil, evidenciando como o ciclo de vida dos produtos pode ser redesenhado para reduzir impactos ambientais e otimizar o uso dos recursos naturais. O esquema demonstra a integração entre as etapas de design, produção, consumo e pós-uso, destacando que todas elas estão interligadas e podem contribuir para a regeneração do sistema produtivo.

O ciclo tem início com a produção da matéria-prima e o fornecimento dos materiais, passando pela preparação das fibras, fiação, tecelagem ou malharia, e pelos processos de tingimento e acabamento. Em seguida, ocorre a montagem das peças, que são direcionadas para a distribuição e comercialização. Durante a etapa de uso, o consumidor desempenha papel essencial na manutenção da circularidade, podendo optar por recusar ou reduzir o consumo. Quando essas peças atingem o fim de seu ciclo de utilização, são encaminhadas à coleta e triagem, etapa na qual podem ser reaproveitadas, reintegradas em outras cadeias produtivas.

A representação evidencia, ainda, que a circularidade depende de duas dimensões complementares: o design de materiais, voltado à escolha de insumos e processos menos poluentes, e o design de produtos, que busca garantir durabilidade, reciclagem e facilidade de reparo. Dessa forma, o modelo circular propõe uma reestruturação profunda do setor têxtil, ao transformar o descarte em oportunidade e ao promover um ciclo produtivo contínuo, sustentável e restaurativo, que vai além da solução do descarte, mas está inserido desde o início da produção.

Desse modo, a economia circular propõe a dissociação entre o crescimento econômico e o consumo intensivo de recursos naturais, demonstrando a viabilidade de um sistema produtivo mais equilibrado e não prejudicial, em contraposição ao modelo linear. Essa lógica pode ser aplicada em diferentes escalas micro, meso e macro, o que possibilita sua inserção em diversos contextos produtivos e a geração de impactos positivos em múltiplos setores, como ocorre na relação entre a indústria têxtil, confecções e de moda (Fontgalland, 2022).

#### 4.4.1 Aplicação da Economia Circular na Indústria da Moda

Diante das informações coletadas, pode-se concluir que os impactos ambientais e sociais decorrentes do modelo de economia linear são particularmente evidentes na indústria da moda, na qual a obsolescência psicológica intensifica a produção e o consumo em massa, resultando em um elevado volume de resíduos e na exploração excessiva dos recursos naturais. Esse panorama reforça a urgência de alternativas que conciliem desenvolvimento econômico, consumo consciente, preservação ambiental e responsabilidade social. Os resultados obtidos indicam que a economia circular se apresenta como uma proposta promissora para romper com o

ciclo linear de produção e descarte, promovendo uma lógica produtiva mais sustentável, regenerativa e alinhada aos princípios do desenvolvimento sustentável.

Para que sejam alcançados progressos efetivos, os dados sugerem que a indústria têxtil deve avançar em direção a um modelo econômico restaurador e regenerativo, capaz de gerar benefícios tangíveis à sociedade e ao meio ambiente. Nesse sentido, a economia circular mostra-se uma alternativa viável, pois permite a manutenção do valor dos materiais, o uso prolongado de roupas e tecidos e o retorno contínuo desses produtos à economia, evitando que se transformem em resíduos descartados prematuramente (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Essa constatação evidencia o contraste entre o modelo linear predominante e a necessidade de uma cadeia produtiva sustentável, que reconheça a limitação dos recursos naturais.

Pesquisas demonstram que a adoção da economia circular no setor têxtil pode ser determinante para reduzir os impactos ambientais da produção, ao possibilitar o reaproveitamento de resíduos entre diferentes segmentos da cadeia produtiva. Além disso, a incorporação de tecnologias inovadoras como fibras recicladas, reuso de tecidos e melhorias nos processos de acabamento surge como uma estratégia eficaz para tornar a produção menos poluente e mais sustentável (Santos; Pinheiro, 2024).

Entretanto, mudanças no processo produtivo não são suficientes se não forem acompanhadas de transformações no comportamento de consumo. O consumo em larga escala ultrapassou há muito tempo a satisfação de necessidades básicas, tornando-se um símbolo de status e valorização social. Para enfrentar essa realidade, torna-se necessária uma abordagem integrada, que envolva a redução do consumo de novos produtos, a valorização da durabilidade das peças e a reflexão sobre o descarte responsável. Essa mudança depende do engajamento coletivo, bem como do uso estratégico dos meios de comunicação do próprio setor para influenciar valores, aspirações e práticas sociais (UNEP, 2023).

Além disso, modelos de negócios baseados na economia circular devem vir acompanhados de uma diminuição significativa do consumo exagerado, especialmente nos países mais desenvolvidos. A produção excessiva continua sendo um desafio estrutural, uma vez que sistemas de fabricação e estoque muitas vezes não correspondem à demanda real, gerando desperdício de peças não vendidas. A redução desse consumo pode ser alcançada por meio do maior aproveitamento dos têxteis existentes e da mudança das normas sociais e expectativas de compra, valorizando-se dimensões sociais e emocionais do vestir (UNEP, 2023).

Nesse contexto, surgem práticas que traduzem, no cotidiano, os princípios da economia circular, como os brechós. Embora representem um impacto relativamente modesto diante da escala global da indústria da moda, essas iniciativas desempenham papel fundamental ao estimular a reflexão sobre consumo e sustentabilidade. Por meio delas, torna-se possível promover um desenvolvimento econômico mais consciente, baseado no reuso e na valorização dos recursos já existentes. Os brechós funcionam como espaços que facilitam a adoção de hábitos sustentáveis e contribuem para a construção de uma economia mais responsável.

Os brechós representam, assim, uma importante prática de consumo consciente, baseando-se na revenda e no reaproveitamento de roupas de segunda mão. Além de prolongarem o ciclo de vida das peças, oferecem preços acessíveis, ampliando o acesso da comunidade e estimulando sua adesão (Cardoso, 2023). No Brasil, o SEBRAE identificou aproximadamente 118.778 brechós em 2023, embora esse número possa ser maior devido à informalidade de muitos estabelecimentos (G1, 2024).

Em Cascavel (PR), observa-se a adoção de práticas alinhadas à economia circular por meio de brechós organizados por cooperativas de reciclagem. As roupas chegam por coleta seletiva ou doações diretas, são triadas e destinadas ao brechó quando apresentam condições de uso, enquanto peças muito danificadas são enviadas ao aterro sanitário devido à falta de equipamentos para reparo. Embora nem todas as regiões do município contem com essa iniciativa, os bairros Santa Cruz e Melissa têm experimentado reduções significativas no volume de resíduos têxteis enviados aos aterros, além de benefícios sociais relevantes (Cardoso, 2023).

A economia circular propõe uma dinâmica econômica capaz de preservar e restaurar a saúde do sistema produtivo e ambiental. Esse modelo reconhece a necessidade de que a economia funcione de forma eficiente em diferentes escalas global, regional e local envolvendo empresas, organizações e indivíduos. A transição para uma economia circular não se limita a ajustes pontuais, mas implica uma transformação estrutural orientada à resiliência, à inovação e à geração de benefícios ambientais e sociais (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Dessa forma, ao observar iniciativas locais como os brechós de Cascavel, os resultados demonstram que ações comunitárias, ainda que pequenas, refletem com eficiência os princípios centrais da economia circular. Embora apresentem limitações estruturais, essas experiências revelam o potencial da adoção de práticas cotidianas

baseadas no reuso e na valorização de recursos existentes. Assim, a economia circular se torna um elemento essencial que transcende iniciativas sociais, devendo ser incorporada por toda a cadeia produtiva desde a indústria da moda até o consumidor final.

Observa-se, contudo, que ainda há diversas barreiras para a implementação plena da economia circular na indústria da moda. Sua compreensão e visibilidade ainda são limitadas, o que compromete a adoção de boas práticas empresariais e políticas públicas efetivas. Tais transformações exigem não apenas mudanças estruturais, mas também ajustes culturais significativos em empresas, consumidores e órgãos governamentais.

O caminho para consolidar a economia circular como solução aos desafios do consumo, da produção e do descarte demanda esforços contínuos e integrados. Ainda assim, esse modelo apresenta oportunidades reais para promover um consumo mais consciente e gerar impactos ambientais, sociais e econômicos positivos. Sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável, a economia circular constitui uma alternativa concreta para romper com o sistema econômico linear reforçado pela obsolescência psicológica, possibilitando a construção de um modelo mais justo, eficiente e sustentável.

A indústria da moda, ao adotar estratégias baseadas na obsolescência psicológica, contribui para intensificar o consumo irracional e ampliar a produção em massa, impulsionada por tendências que se renovam rapidamente. Essa dinâmica resulta em um volume significativo de descarte de roupas, muitas vezes peças que sequer atingiram sua vida útil, agravando os impactos ambientais e dificultando o gerenciamento adequado dos resíduos têxteis. Além dos danos ecológicos, tais efeitos configuram uma externalidade negativa que prejudica a sociedade, contrariando os princípios do desenvolvimento sustentável. Assim, tornou-se evidente a necessidade de consolidar a economia circular como um modelo econômico mais justo, ambientalmente responsável e socialmente benéfico.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo compreender de que maneira a obsolescência psicológica atua na indústria da moda e como esse mecanismo influencia a produção, o consumo e o descarte de roupas, relacionando essa dinâmica aos princípios do desenvolvimento sustentável e do consumo consciente, além de avaliar a economia circular como alternativa ao modelo linear vigente. A partir das análises realizadas, foi possível atender aos quatro objetivos específicos propostos.

Inicialmente, ao investigar os mecanismos de obsolescência psicológica, constatou-se que esse processo é sustentado por estratégias de marketing, pelo lançamento contínuo de novas coleções e pela construção de tendências efêmeras que despertam no consumidor o desejo de atualização constante. Esse fenômeno associa o ato de consumir à ideia de felicidade, pertencimento e status social, reforçando padrões de comportamento que estimulam a busca incessante por novidades, mesmo sem necessidade real. Assim, verificou-se que a obsolescência psicológica opera de maneira silenciosa, mas altamente eficaz, ao influenciar escolhas de consumo e acelerar o descarte precoce de roupas.

Observou-se que a produção, o consumo e o descarte no setor têxtil seguem um modelo econômico linear baseado em “extrair, produzir e descartar”. A indústria da moda, especialmente por meio do fast fashion, intensifica esse ciclo ao fabricar grandes volumes de peças a baixo custo, com rápida rotatividade. Como consequência, roupas são descartadas antes mesmo de atingirem o uso completo, contribuindo para o aumento expressivo de resíduos têxteis. Além disso, identificaram-se impactos significativos na utilização de recursos naturais, como o elevado consumo de água e energia, bem como a emissão de poluentes em diversas etapas da cadeia produtiva.

Ao relacionar esses resultados aos princípios do desenvolvimento sustentável e do consumo consciente, verificou-se que o funcionamento atual da indústria da moda contraria diretamente essas diretrizes. Enquanto o desenvolvimento sustentável busca equilibrar dimensões econômicas, sociais e ambientais, a obsolescência psicológica, associada às práticas do setor, estimula o consumo irracional, intensifica os impactos ambientais e desestabiliza o equilíbrio necessário para um modelo de desenvolvimento econômico responsável. Dessa forma, observou-se que a lógica da

moda rápida se distancia dos princípios de responsabilidade socioambiental e reforça padrões de consumo incompatíveis com a sustentabilidade.

Por fim, a pesquisa demonstrou que a economia circular é uma alternativa viável para minimizar os impactos do modelo linear predominante. A transição para esse sistema permitiria reintegrar materiais ao ciclo econômico, prolongar a vida útil das roupas e reduzir o volume de resíduos têxteis descartados. Práticas como o reuso, a reciclagem, a reparação e o redesign tornam-se centrais para estruturar um setor têxtil mais eficiente e menos poluente. Nesse sentido, iniciativas locais, como os brechós da cidade de Cascavel, exemplificam como a circularidade pode ser aplicada na prática, promovendo o aproveitamento de peças já existentes e estimulando uma mudança no comportamento de consumo.

Conclui-se, portanto, que a adoção da economia circular representa um caminho essencial para a construção de um modelo produtivo mais sustentável e alinhado ao desenvolvimento econômico responsável. Embora existam desafios estruturais que dificultem essa transição, os impactos crescentes gerados pelo sistema linear demonstram que adiar mudanças não é mais uma opção. Assim, torna-se urgente repensar a maneira como roupas são produzidas, consumidas e descartadas, de modo a construir uma indústria da moda mais consciente e alinhadas ao desenvolvimento econômico sustentável.

## REFERÊNCIAS

- ABIT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **Têxtil: alta na produção em 2024 animou empresários para 2025.** São Paulo, 18 de fev. de 2025. Disponível em: <https://www.abit.org.br/noticias/textil-alta-na-producao-em-2024-animou-empresarios-para-2025>. Acesso em: 12 de out. 2025.
- ABIT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **Relatório anual Brasil Têxtil 2024:** relatório setorial da indústria têxtil brasileira – versão resenha. São Paulo: IEMI, v. 24, n. 24, p. 1-88, out. 2024.
- ASSUMPÇÃO, Lia. **Obsolescência programada, práticas de consumo e design:** uma sondagem sobre bens de consumo. 2017. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-11012018-123754/>. Acesso em: 13 jun. 2025.
- BANDEIRA, Laura Maria Ferreira de Sá. **Como o marketing sensorial pode influenciar o consumidor no processo de decisão de compra no varejo de roupas.** 2013. Monografia (Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Comunicação Social) - Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/4033>. Acesso em: 14 mai. 2025.
- BARRETO, Chiara Laboissière Paes. **As origens históricas do conceito de desenvolvimento sustentável segundo as conferências da ONU para o meio ambiente.** 2017.
- BARBOSA, Nathalia Sartarello. O reflexo da sociedade do hiperconsumo no Instagram e a responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Revista Direitos Culturais**, v. 13, n. 30, p. 73-88, 2018.
- BENNEMANN, Camila Beatriz; LIMA, F. P. A.; SILVA, R. F. B. A evolução histórica da sustentabilidade: uma análise bibliográfica. *In: Sustentabilidade: desafios e impactos.* Editora Científica Digital, p. 8-20, 2024.
- BORAIKO, Tamires Taiok. **Políticas públicas para um futuro sustentável:** abordagens estratégicas diante das mudanças climáticas no Estado do Paraná. 2024. Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, Guarapuava, 2024.
- BRASIL. **Brasil descarta 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano.** Agência Brasil, 1 abr. 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2025-04/brasil-descarta-4-milhoes-de-toneladas-de-residuos-texteis-por-ano>. Acesso em: 18 out. 2025.
- CARDOSO, Claudio Cesar Gomes. **Economia circular e destinação de vestuário descartado:** práticas organizadas por cooperativas de reciclagem em Cascavel-PR. 2023.

CARVALHO, Wallentina de. **Moda e economia: fast fashion, consumo e sustentabilidade**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico, Florianópolis, 2017.

CARVALHO, Jéssica Silva; COSTA, Kelly Alonso; QUINELATO, Maria Eduarda Alves. A influência do consumismo para o aumento na geração de resíduos e principais desafios para atingir as metas da agenda 2030. **Brazilian Journal of Animal and Environmental Research**, v. 8, n. 1, p. e76996-e76996, 2025.

COSTA, Edwaldo; FERREZIN, Nataly Bueno. ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) e a comunicação: o tripé da sustentabilidade aplicado às organizações globalizadas. **Revista Alterjor**, v. 24, n. 2, p. 79-95, 2021.

COSTA, Mila Fonteles Barbosa Ferreira; ZANETI, Izabel Cristina Bruno Bacellar. Impactos ambientais do fast fashion: o lixão têxtil internacional do Atacama, Chile. **Revista Tecnologia e Sociedade**, v. 18, n. 53, p. 129-140, 2022.

DE SOUZA APARICIO, Rycalla. A publicidade enganosa praticada por influenciadores digitais: publicidade disfarçada e a vulnerabilidade do consumidor digital nas redes sociais. **Revista foco**, v. 18, n. 7, p. e9100-e9100, 2025.

ELKINGTON, John. **The triple bottom line: sustainability's Accountants**. Environmental management: Readings and cases, v. 2, p. 49-66, 2008.

EMERY, Márcio de Moraes. **O impacto da abertura ao comércio exterior da década de 1990 no setor têxtil brasileiro**. 2007.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **A new textiles economy: redesigning fashion's future**. 2017. Disponível em: <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>. Acesso em: 23 out. 2025.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Fashion and the circular economy – deep dive**. 15 set. 2019. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive>. Acesso em: 23 out. 2025.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **O que é a economia linear?** 10 fev. 2023. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/o-que-e-economia-linear#:~:text=%C3%89%20um%20sistema%20poluente%2C%20que,foi%20poss%C3%ADvel%20produzir%20em%20massa>. Acesso em: 23 out. 2025.

FERREIRA, Juliana de Souza. **Luxo: fatores que influenciaram o crescimento do mercado brasileiro de vestuário e acessórios nas duas últimas décadas**. 2011. Monografia (Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Comunicação Social) - Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2011.

FIALHO, Pâmella Oliveira. **Setor de confecções têxtil e resíduos sólidos no Brasil**. Rio de Janeiro, 2024. Trabalho de pós-graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento.

FONTGALLAND, Isabel Lausanne. Economia circular e consumo sustentável Campina Grande: **Editora Ampila**, 2022. 86 p. (DISPONIVEL EM)

FRANCISCO, Anna Clara Sosa. **Desenvolvimento econômico sustentável: abordagens para a indústria têxtil na era da consciência ecológica**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Porto Alegre, 2024.

FUJITA, Renata Mayumi Lopes; JORENTE, Maria José. A Indústria Têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural. **Moda Palavra e-periódico**, n. 15, p. 153-174, 2015.

ELKINGTON, John. Entrevista: Pai da sustentabilidade. **Revista RI**, Rio de Janeiro, n. 273, p. 8-18, ago. 2023.

JORNAL DA USP. **Descarte inadequado de resíduos eletrônicos afeta meio ambiente e saúde da população**. 2024. Disponível em: <https://sga.usp.br/descarte-inadequado-de-residuos-eletronicos-afeta-meio-ambiente-e-saude-da-populacao/>. Acesso em: 24 abr. 2025.

JÁCOME, Ana Carla de Medeiros Lins. **Influenciadores digitais e seus impactos no posicionamento de marcas e na decisão de compra: um estudo da percepção das usuárias de Instagram**. 2018.

LIMA, Juliano Wagner; LIMA, Júlio Vitor; SILVA, Yasmim Barbosa. Consumo consciente e sustentabilidade: caminhos para uma relação harmônica em sociedade e meio ambiente. **Revista Contemporânea**, v. 4, n. 12, p. e6972-e6972, 2024.

MAGERA, Márcio. **Os caminhos do lixo**. São Paulo: Editora Átomo, 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2017.

MARSON, Michel Deliberali. As origens e evolução da indústria têxtil no Brasil: uma perspectiva global e de longo prazo. **Revista Páginas**, v. 16, n. 41, 2024.

MARSHALL, Alfred. **Princípios da economia**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MINAYO, Maria Cecília S.; SANCHES, Odécio. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de saúde pública**, v. 9, p. 237-248, 1993.

MIRANDA, André Araújo. **Economias institucional e evolucionária: algoritmos digitais influenciando comportamento e padrão de consumo**. 2021.

MARTINE, George; ALVES, José Eustáquio Diniz. Economia, sociedade e meio ambiente no século 21: tripé ou trilema da sustentabilidade? **Revista brasileira de estudos de população**, v. 32, n. 3, p. 433-460, 2015.

MARTÍNEZ, Adriana Norma; PORCELLI, Adriana Margarita. Consumo (in) sostenible: nuevos desafíos frente a la obsolescencia programada como compromiso con el ambiente y la sustentabilidad. **Ambiente y Sostenibilidad**, p. 105-135, 2016.

OLIVEIRA, Bruno Ferreira Brás. **Obsolescência programada e a proteção do consumidor**: uma perspectiva jurídica nacional e comparada. 2020. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Direito) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2020.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Transformando nosso mundo**: a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. Tradução: Centro de Informação das Nações Unidas para o Brasil (UNIC Rio). Revisão: Coordenadoria-Geral de Desenvolvimento Sustentável (CGDES) do Ministério das Relações Exteriores do Brasil. Brasília: ONU, 2016.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **A ONU e o meio ambiente**. Nações Unidas Brasil, 16 set. 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente>. Acesso em: 8 set. 2025.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Moda e indústria têxtil são foco de Dia Internacional do Lixo Zero** [vídeo]: ONU News, 28 mar. 2025. Disponível em: <https://youtu.be/O54Jyh6ejWc?si=j1gxGHbK-Xjtt2iK>. Acesso em: 23 out. 2025.

PASTANA, Sheila Trícia Guedes. Sustentabilidade do varejo na Amazônia Oriental. **Revista Portuguesa de Gestão Contemporânea**, v. 2, n. 02, p. 26-43, 2021.

PEREIRA, Gabrielle Karoline. A ERA DO FAST-FASHION: um despertar necessário e urgente. **17º JORNADA CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA E 14º SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO DO IFSULDEMINAS**, v. 14, n. 1, 2022.

PNUMA - PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE. **Falta de sustentabilidade na moda e têxteis em foco para o Dia Internacional do Resíduo Zero 2025**. Nairóbi, 27 mar. 2025. Disponível em: <https://www.unep.org/pt-br/noticias-e-reportagens/comunicado-de-imprensa/falta-de-sustentabilidade-na-moda-e-texteis-em-foco>. Acesso em: 18 out. 2025.

SACHS, Ignacy. **Rumo à ecossocioeconomia**: teoria e prática do desenvolvimento. In: FREIRE VIEIRA, Paulo (org.). São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Maria das Graças; ARAÚJO, Nailsa Maria Souza; SANTOS, Josiane Soares. “Consumo consciente”: o ecocapitalismo como ideologia. **Revista Katálysis**, v. 15, p. 95-111, 2012.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina; TESSAROLO, Felipe Maciel. Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto plataformas de mídia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016. **INTERCOM** [...]. São Paulo–SP, p. 980-1005, 2016.

SANTOS, Heliana Márcia; PINHEIRO, Olimpio José; PEREIRA, Maria Concebida. Indústria têxtil versus indústria de confecção de vestuário no Brasil: entendendo as diferenças e as conexões. **Revista Eixos Tech**, v. 11, n. 7, 2024.

SANTOS, Maria Carolina de Melo. **Da vulnerabilidade do consumidor à vulnerabilidade ambiental: análise dos impactos da obsolescência programada no ordenamento jurídico brasileiro**. 2017.

SÃO PAULO (Estado). Companhia Ambiental do Estado de São Paulo. **Guia PCS Produção e Consumo Sustentáveis: cadeia produtiva têxtil e confecções**. São Paulo: CETESB, 2023.

SIQUEIRA, Tagore Villarim. Desenvolvimento sustentável: antecedentes históricos e propostas para a Agenda 21. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 15, p. 247-288, jun. 2001.

SILVA, Dênis Almeida Suruagy da. **A obsolescência programada diante do sistema consumerista brasileiro: da responsabilidade civil dos fornecedores aos horizontes para proteção dos consumidores**. 2022. Dissertação (Mestrado em Direito) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Faculdade de Direito de Alagoas, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2022.

SPAGNOLLO, Leticia; TONIAL, Nadya Regina Gusella. O papel do algoritmo como influenciador na sociedade de consumo e a (hiper) vulnerabilidade do consumidor. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, v. 9, n. 1, p. 76–95-76–95, 2023.

TONIOL, Ana Paula Nobile; ALBIERI, Sara. O fast-fashion como fenômeno econômico-cultural: moda e globalização. **Brazilian Journal of Business**, v. 2, n. 3, p. 2316-2327, 2020.

UNEP - UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. **Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain: A Global Roadmap**. Paris, 2023.

VEBLEN, Thorstein. **Classe ociosa**. São Paulo: Faro Editora, 2021.

ZANGHELINI, Amanda. **A implementação da economia circular na indústria de fast fashion: uma análise do comportamento do consumidor e suas implicações para a sustentabilidade**. 2023.