

**MODA E
DIREITOS HUMANOS**

O QUE É MODA?

Identidade | Memória | Afeto |
Conforto | Ergonomia |
Autocuidado | Proteção |
Etiqueta |
Conformidade | Vanguarda |
Tradição | Aceitação |
Rebeldia | Política |
Autonomia | Emprego |
Renda | Beleza | Ditadura |
Democracia | Juventude



Fashion Revolution

- O Fashion Revolution foi criado após o desabamento do Rana Plaza, que abrigava confecções de roupas em Bangladesh, no dia 24 de abril de 2013, deixando mais de 1.100 mortos e 2.500 feridos. O movimento surgiu para dizer basta!
- Hoje, presente em 100 países, o Fashion Revolution desenvolve ações mobilizadoras e incentiva consumidores à questionarem as marcas favoritas, convidando-os à simples, porém poderosa reflexão:
#quemfezminhasroupas?
- O dia 24 de abril ficou marcado como o Fashion Revolution Day, e a mobilização se estende durante a Semana Fashion Revolution.

Fashion Revolution

POR QUE PRECISAMOS DE UMA **REVOLUÇÃO DA MODA** ?

 **20%**

da contaminação
das águas vem
do tingimento têxtil

[TEXTILE BROCHURE 2010]

12 Toneladas

Estima-se que somente
no bairro do Bom Retiro,
em São Paulo, sejam
produzidas 12 toneladas
de resíduos têxteis por dia.

[SINDITÊXTIL-SP]



A produção global de
roupas mais do que
dobrou desde 2000
[100 bilhões de peças]

[MCKINSEY & COMPANY]

 **16%**

dos inseticidas do mundo
são usados nas plantações
de algodão

[EJF 17]



Entre 1995 e 2013 foram
resgatadas 2.324 pessoas
do "trabalho escravo" no
setor de confecções no Brasil

[OIT]

 **170** MIL

Estima-se que o Brasil
produza 170 mil toneladas
de resíduos têxteis por ano.

[SEBRAE]

FASHION
REVOLUTION

Moda e Direitos Humanos

- Mais de **80 bilhões** de novas peças de roupas são produzidas todos os anos, cerca de 400% a mais do que há duas décadas. A indústria do *fast fashion* lidera essa colossal de produção e ranquea marcas mundiais por impactos negativos para o meio ambiente e pelos aviltamentos aos direitos humanos e trabalhistas. Questões que precisam ser debatidas em profundidade pela imprensa, pelo empresariado e pelos governos.
- Durante a tragédia ocorrida em 2013, em Bangladesh, quando o edifício Raza Plaza, desabou e matou mais de 1.100 trabalhadores e deixou outros 2.500 feridos, na maioria mulheres jovens e crianças, ativistas pelos Direitos Humanos tiveram que pesquisar as etiquetas de roupa pelos escombros para provar quais marcas foram corresponsáveis pela tragédia.

Moda e Direitos Humanos

- Após essa tragédia e de iniciativas como o movimento global *Fashion Revolution*, grandes marcas ícones do *fast fashion* têm revisto suas políticas de comunicação com o público a respeito de suas práticas sociais e ambientais com fornecedores e trabalhadores.
- No início de 2018, 64 marcas, entre as quais a espanhola Zara, a sueca H&M e a holandesa C&A, cujas etiquetas estavam nos destroços do Rana Plaza, comprometeram-se a tornar sua produção o mais sustentável possível até 2020 (*Global Fashion Agenda*, 2018), além de se esforçarem para publicizar a rastreabilidade de suas roupas.

Moda e Direitos Humanos

- Outro compromisso dessas gigantes da moda foi mitigar questões relacionadas a “*dumping social*” — precarização do trabalho com o objetivo de reduzir custos e aumentar a competitividade no mercado — e impactos ambientais, conforme o *Índice de Transparência da Moda de 2017*, produzido pelo Fashion Revolution, em parceria com um comitê *pro bono* de especialistas do setor.
- O *índice* pontuou as 100 maiores marcas e revendedoras globais de moda, com faturamento anual de pelo menos 1, 2 bilhão de dólares, classificando-as de acordo com a quantidade de informações que compartilham sobre governança, rastreabilidade, política de comunicação e de incentivo à organização sindical.

Moda e Direitos Humanos

- Esse *Índice* refere-se a um contexto mundial em que o *fast fashion*, principalmente em países como Bangladesh, Vietnã e Camboja, não reflete a realidade da moda rápida na indústria brasileira.
- O Brasil é a última cadeia têxtil completa do ocidente, produz cerca de 5 bilhões de peças de vestuário ao ano, sendo que 85% do que se consome no país vêm de fábricas instaladas em território nacional (*Abit, 2017*).
- Em novembro de 2018 foi lançada a primeira edição do ***Índice de Transparência da Moda Brasil*** que revelou que das 20 marcas analisadas, oito sequer pontuaram no índice elaborado pelo Fashion Revolution CIC e Instituto Fashion Revolution Brasil com a parceria técnica do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (FGVces).

Moda e Direitos Humanos

- O *Índice* revela que as marcas precisam ser transparentes sobre suas políticas e procedimentos, além de focar mais nos resultados reais de seus esforços para gerenciar e melhorar os direitos humanos e trabalhistas e os impactos ambientais. É dever das marcas dar acesso a consumidores e público em geral às seguintes informações:
 - políticas sociais e ambientais e implementação com fornecedores
 - metas para melhorar seu impacto ambiental e social
 - informações mensuráveis e divulgação do progresso das metas pública e anualmente

Moda e Direitos Humanos

- Há muitas informações cruciais sobre as práticas da indústria da moda que permanecem escondidas, particularmente, quando se trata do impacto tangível das marcas na vida de trabalhadores e trabalhadoras da cadeia de suprimentos e no meio ambiente.
- Na questão trabalhista, a cadeia produtiva da moda não está isenta dos efeitos da Quarta Revolução Industrial, com automação, internet das coisas, inteligência artificial, Big Data e a "uberização" do Trabalho.
- É preciso criar novos modelos sociais e econômicos que protejam trabalhadores e trabalhadoras das mudanças em curso que farão com que inúmeras profissões deixem de existir em curto prazo a reboque de inovações trazidas pela Indústria 4.0.



TRAILER

Fashion Revolution

Quem
fez
minhas
roupas?

Blog Consumo Consciente



Home Sobre Contato Quem sou A logo



Outfit Reaça: estilo matador' da família



Outfit Reaça: o horror da moda bolsonarista



Outfit Comuna: vestida para comentar o



Muito obrigada!

Iara Vidal

Instagram: @iaravidal

Facebook: @guiaconsumoconsciente
consumoconsciente.blog

+ 55 61 99828-1573