

Revista Processus Multidisciplinar

Página da revista:

<https://periodicos.processus.com.br/index.php/multi/index>



Resenha do artigo intitulado “MODA TAX: A TRIBUTAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE CONTROLE DO CONSUMO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL”¹

Review of the article titled “FASHION TAX: TAXATION AS A TOOL FOR CONSUMPTION CONTROL AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”

 ARK: 44123/multi.v8i13.1618

Maísa Braz Borges de Sousa²

 <https://orcid.org/0009-0008-2687-815X>

 <http://lattes.cnpq.br/2716646062709567>

UniProcessus – Centro Universitário Processus, DF, Brasil

E-mail: maisabraz@gmail.com

Resumo

Esta é uma resenha do artigo intitulado “Moda Tax: a tributação como instrumento de controle do consumo e desenvolvimento sustentável”. Este artigo é de autoria de: Antônio Carlos Efigê e Eduarda Lacerda Kanieski. O artigo aqui resenhado foi publicado no periódico Revista Jurídica Cesumar, Vol. 24, n. 1, jan.-abr., 2024.

Palavras-chave: Sociedade do consumo. Moda. Tributação extrafiscal. Desenvolvimento sustentável.

Abstract

This is a review of the article entitled "Fashion Tax: taxation as an instrument of consumption control and sustainable development". This article is authored by: Antônio Carlos Efigê; Eduarda Lacerda Kanieski; The article reviewed here was published in the journal Revista Jurídica Cesumar, Vol. 24, n. 1, jan.-Apr., 2024.

Keywords: Consumer society. Fashion. Extrafiscal taxation. Sustainable development.

Resenha

Esta é uma resenha do artigo intitulado “Moda Tax: a tributação como instrumento de controle do consumo e desenvolvimento sustentável”. Este artigo é de autoria de: Antônio Carlos Efigê e Eduarda Lacerda Kanieski; O artigo aqui resenhado foi publicado no periódico Revista Jurídica Cesumar, no Vol. 24, edição n. 1, jan.-abr., 2024.

¹ Resenha de aproveitamento da disciplina TC (Trabalho de Curso), do curso *Bacharelado em Direito*, do Centro Universitário Processus – UniProcessus, sob a orientação dos professores Jonas Rodrigo Gonçalves e Danilo da Costa. A revisão linguística foi realizada por Roberta dos Anjos Matos Resende.

² Graduanda em Direito pelo Centro Universitário Processus – UniProcessus.

Muito do que compõe a formação ou a experiência de um autor contribui para a reflexão temática dos temas aos quais se propõe a escrever. Conheçamos um pouco sobre cada autor.

O primeiro autor é Antônio Carlos Efig. Graduado em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (1989); Mestre em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1996); Doutor em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2000). Atualmente é professor titular da Pontifícia Universidade Católica do Paraná e da Escola da Magistratura do Estado do Paraná. Presidente comissão de Direito do Consumidor da OAB da seccional do Paraná. Currículo *Lattes*: <http://lattes.cnpq.br/0310045675906800>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7060-2654>.

O segundo autor é Eduarda Lacerda Kanieski. Graduada em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR (2013); Especialista em Direito Tributário pelo Instituto Brasileiro de Estudos Tributários - IBET (2020); Mestre em Direito Econômico e Desenvolvimento pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR (2022). Tem experiência na área de Direito, com ênfase em Direito Tributário. Currículo *Lattes*: <http://lattes.cnpq.br/0903375100601128>. Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-2800-6801>.

Este artigo é dividido nos seguintes capítulos: Sumário; Resumo; Palavras-chave; *Abstract*; *Keywords*; Introdução; 2. A indústria da moda na sociedade de consumidores; 3. A extrafiscalidade tributária como controle do consumo e desenvolvimento sustentável; 4. A proposta da moda *Tax*; 5. Conclusão; e 6. Referências.

O tema do artigo é “A tributação como instrumento de controle do consumo e desenvolvimento sustentável”. Discutiu o seguinte problema: “se a tributação extrafiscal pode ser um instrumento de controle do consumo da moda, de modo a promover o desenvolvimento sustentável”. O artigo partiu da seguinte hipótese: “a criação da Moda *Tax*, que consiste na implementação de uma política pública voltada ao controle do consumo e à uma indústria da moda sustentável, por meio da tributação”.

Neste artigo, o objetivo geral é a verificar se a tributação extrafiscal é um instrumento viável para o controle do consumo e o desenvolvimento sustentável na indústria da moda no Brasil. Os objetivos específicos analisam, inicialmente, a constituição da sociedade de consumo e sua influência nos padrões atuais. Também são analisados os impactos ambientais na indústria da moda nesse modelo de sociedade e, por fim, a extrafiscalidade como mecanismo do Estado para induzir comportamentos sustentáveis que geram a proposta da criação da Moda *Tax* como política pública voltada para a tributação ambiental no setor da moda.

A temática da pesquisa justifica-se para a ciência, para a sociedade e para a comunidade jurídica, pela necessidade de repensar o consumo e a produção na indústria da moda diante dos impactos ambientais, de forma que propõe um instrumento jurídico de estímulo para práticas sustentáveis nesse contexto.

A metodologia utilizada na construção do artigo ora analisado foi o método dedutivo com base em pesquisa bibliográfica, utilizando livros, artigos, periódicos e a análise da Constituição Federal brasileira, com foco na temática abordada.

Efig e Kanieski (2023, p. 267) apontam notavelmente que o capitalismo de consumo se desenvolveu por meio do progresso financeiro em desfavor ao meio ambiente. A necessidade de satisfazer a uma vontade marca o modelo de consumo urgente. Nasce um paradoxo quanto ao consumo excessivo em contraste com o equilíbrio ambiental. Em 2007, começa a discussão quanto ao consumo negativo, a responsabilidade social e a transformação climática. A conciliação entre o crescimento econômico e o

ecossistêmico tem sido empregada pela tributação extrafiscal. Atos poluentes são desestimulados pela indução de práticas ambientais sustentáveis, a partir da tributação extrafiscal.

Os autores, sabiamente, dispõem que a satisfação da vontade de consumir ultrapassou a vontade de vida, pois o consumo excessivo tem por consequência a devastação ambiental e o aquecimento global. Em um momento de ruptura social, a prática de consumo tornou-se consumismo. O consumo é uma prática do homem, enquanto o consumismo é um tributo inerente à sociedade, afirma Bauman (2008, p. 38,41).

Segundo Bauman (2001), notadamente, a passagem da modernidade-sólida para a modernidade-líquida marca a elevação do consumo ao modelo consumista, e ao final do século XX surgiu a sociedade de consumo, caracterizada pelo mercado de massa, tendo como principais consequências o crescimento da produção em larga escala e a invenção do *marketing* de massa, promovido pelas empresas maiores. Contando da década de 1970, atualmente, temos a sociedade de hiperconsumo, afirma Lipovetsky (2007, p. 26-31)

O costume consumista prefere a compulsão e o vício à necessidade, justificando o surgimento da “sociedade de consumidores”, na qual o objetivo de consumir é reformulado ao estado do produto para “comodificação ou recomodificação” do comprador Bauman (2008). É necessário que todos atuem como consumidores por natureza, do contrário, não serão reconhecidos como sujeitos, estabelece Rodrigues Netto, (2012, p. 63), e não há preocupação com a durabilidade dos produtos, bem como com a quantidade de itens descartados no decorrer do tempo. Esse processo de mudanças é acompanhado pela moda que, logo, se vê como um movimento social (CALANCA, 2008, p. 8,16).

O manuscrito em questão explicita de maneira enriquecedora que, perante a mundialização, reforçada pela Internet, e a difusão do setor de vestuário pós-Revolução Industrial (LADEIRA; LEMOS; BRASILEIRO, 2014, p. 2), o mercado da moda passa a ser conceituado como uma cultura de massa e não mais como cultura de elite, segundo Freitas (2005, p. 132). Nesse contexto, em conjunto com o atual hiperconsumo, resulta-se a *fast fashion*, como artifício usado pelas grandes marcas para agilizar a circulação de mercadorias em suas lojas diante da rápida produção de novos itens, como Delgado (2008, p. 6) expõe.

A velocidade do consumo é proporcional à velocidade da produção e vice-versa, logo, a *fast fashion* torna-se danosa ao meio ambiente, uma vez que nesse processo os recursos naturais são exorbitantemente explorados e, conseqüentemente, há a deterioração ecossistêmica, de acordo com Lima e Lacerda (2020, p. 5). Em 2018, foram produzidos 2.1 bilhões de toneladas de gases de efeito estufa (GEE), correspondentes a 4% do total lançado globalmente, pelo setor mundial da moda. E 70% dos gases lançados advêm de atividades *upstream* e 30% de atividades *downstream* (MCKINSEY&COMPANY; GLOBAL FASHION AGENDA, 2020, p. 3,5). No Brasil, o setor têxtil ocupa a quarta posição entre as maiores cadeias produtivas integradas e verticalizadas do mundo (ABIT, 2017, p. 19).

Em relevante contribuição, o artigo resenhado destaca que, em âmbito nacional, a primeira pesquisa acerca do tema foi conduzida em 2020 pela Modifica, FGVCES e Regenerate Fashion, analisou os impactos socioambientais das principais fibras utilizadas pelo setor da moda no Brasil. Os gases de efeito estufa, energia (GEE) e consumo de água são os principais impactos ambientais ao longo do ciclo de vida de uma peça têxtil. A estimativa é de que as emissões de GEE crescerão aproximadamente um terço até 2030, atingindo 2,7 bilhões de toneladas (MCKINSEY&COMPANY; GLOBAL FASHION AGENDA,

2020, p. 7). A adoção de comportamentos mais sustentáveis pode ser incentivada por meio da tributação.

O § 5º do artigo 5º combinado com o artigo 225 da Constituição Federal (BRASIL, 1988) preveem o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. Como resultado dos danos causados pelas indústrias poluentes e inadimplente por seus prejuízos à sociedade, há uma externalidade negativa, que poderá ser internalizada diretamente por meio da intervenção do Estado, uma vez que é o responsável pela exteriorização positiva quanto aos bens coletivos (TUPIASSU; MENDES NETO, 2015, p. 55).

De forma plena, os autores afirmam que a tributação extrafiscal, visando a proteção ambiental, é um instrumento político eficaz, operando de modo a induzir a harmonização atinente aos princípios econômicos e sociais constitucionais. Essa tributação oportuniza ao contribuinte a escolha de majoração da sua carga tributária ou a mudança de suas condutas prejudiciais ao meio ambiente (TUPIASSU; MENDES NETO, 2015, p. 70). É preciso desonerar as práticas ecológicas e onerar as que sejam nocivas ao sistema natural.

A fim de incentivar atividades que respeitam o meio ambiente, a *Moda Tax* surge como política pública apoiada à tributação ambiental, estabelecidos de maneira secundária (MONTERO, 2013, p. 20), sobre empresas têxteis malélicas ao ambiente. Para dar continuidade a esse incentivo, o Sistema Tributário Brasileiro oferece benefícios fiscais aos contribuintes.

Não se vê qualquer legislação própria para a indústria da moda com o objetivo de controlar a consumação e a poluição no curso da produção, comercialização e utilização dos produtos têxteis. Baugh (2011, p. 16-19) aduz que a fabricação dos vestuários de fibras sintéticas, e com maior índice de poluição, são mais baratas do que os vestuários fabricados com fibras naturais. Efung e Kanieski concluem, relevantemente, que é viável a intervenção nesse cenário com a implementação de incentivos fiscais e políticas públicas informativas que orientem acerca do controle de consumo.

Referências

ABIT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **O setor têxtil e de confecção e os desafios da sustentabilidade**. Brasília: CNI, 2017. p. 19.

Disponível em:

https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer_public/bb/6f/bb6fdd8d-8201-41ca-981d-deef4f58461f/abit.pdf. Acesso em: 07 mar. 2025.

BAUGH, Gail. **The Fashion Designer's Textile Directory: A Guide to Fabrics' Properties, Characteristics, and Garment-Design Potential: The Creative Use of Fabrics in Design**. B.E.S. Publishing; 2011, p. 16-19.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 38.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 41.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 71.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 76.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Diário Oficial, Brasília, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 07 mar. 2025.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Tradução de Renato Ambrosio. São Paulo: Senac São Paulo, 2008. p. 8,16.

DELGADO, Daniela. **Fast fashion**: estratégia para conquista do mercado globalizado. Modapalavra e-periódico, Florianópolis, v. 1, n. 2, ago./dez. 2008. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7598>. Acesso em: 07 mar. 2025.

EFING, Antônio Carlos; KANIESKI, Eduarda Lacerda. Moda tax: a tributação como instrumento de controle do consumo e desenvolvimento sustentável. **Revista Jurídica Cesumar** - Mestrado, [S. l.], v. 24, n. 1, p. 267–283, 2024. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/12430>. Acesso em: 07 mar. 2025.

FREITAS, Ricardo Ferreira. **Comunicação, consumo e moda**: entre os roteiros das aparências. Comunicação Mídia e Consumo, v. 2, n. 4, p. 125-136, 2005. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/267839204_A_R_T_I_G_O_Comunicacao_consumo_e_moda_entre_os_roteiros_das_aparencias. Acesso em: 07 mar. 2025.

GONÇALVES, Jonas Rodrigo. Como elaborar uma resenha de um artigo acadêmico ou científico. **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**. Vol. 3, n. 7, p. 95-107, 2020. DOI: 10.5281/zenodo.3969652. Disponível em: <http://revistajrg.com/index.php/jrg/article/view/121>. Acesso em: 23 mar. 2025.

GONÇALVES, Jonas Rodrigo. Como fazer um projeto de pesquisa de um artigo de revisão de literatura. **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**. Vol. 2, n. 5, ago./dez., 2019. Disponível em: <http://revistajrg.com/index.php/jrg/article/view/121>. Acesso em: 23 mar. 2025

GONÇALVES, Jonas Rodrigo. Como escrever um artigo de revisão de literatura. **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**. Vol. 2, n. 5, ago.-dez., 2019. Disponível em: <http://www.revistajrg.com/index.php/jrg/article/view/122>. Acesso em: 23 mar. 2025

GONÇALVES, Jonas Rodrigo. Escolha do tema de trabalho de curso na graduação em direito. **Revista Coleta Científica**. Vol. 5, n. 9, p. 88–118, 2021. Disponível em: <http://portalcoleta.com.br/index.php/rcc/article/view/58>. Acesso em: 23 mar. 2025

LADEIRA, Rodrigo; LEMOS, Monique; BRASILEIRO, Flávia. **A influência das mídias sociais e blogs no consumo da moda feminina.** In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2014, p. 2. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/44020524.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2025.

LIMA, Yágara; LACERDA, Clécio. **E-commerce e sustentabilidade no consumo de moda.** In: Colóquio Internacional de Design, 2020. p. 5. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/349331779_Ecommerce_e_sustentabilidade_no_consumo_de_moda. Acesso em: 07 mar. 2025.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal:** ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras. 2007. p. 26-31.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal:** ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras. 2007. p. 46.

MARTINS, Joana D'arc Dias. **A tributação como instrumento de controle do consumo:** reflexos sobre o meio ambiente. Marília: UNIMAR, 2020, p. 58. Disponível em: <https://portal.unimar.br/site/public/pdf/dissertacoes/8EEA6AB84876A79449EC9ACF1D844D74.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2025.

MCKINSEY&COMPANY, GLOBAL FASHION AGENDA. **Fashion on climate:** How the fashion industry can urgently act to reduce its greenhouse gas emissions. S/l, 2020. p. 3,5. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/fashion%20on%20climate/fashion-on-climate-full-report.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2025.

MCKINSEY&COMPANY, GLOBAL FASHION AGENDA. **Fashion on climate:** How the fashion industry can urgently act to reduce its greenhouse gas emissions. S/l, 2020. p. 7. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/fashion%20on%20climate/fashion-on-climate-full-report.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2025

MONTERO, Carlos Eduardo Peralta. **Tributação ambiental:** reflexões sobre a introdução da variável ambiental no sistema tributário. São Paulo: Saraiva, 2013. p. 20. E-book.

RODRIGUES NETTO, Bernard. **O consumidor para além do seu conceito jurídico:** contribuições da filosofia, sociologia e antropologia. Dissertação (Mestrado) - Curso de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul: 2012. p. 63.

TUPIASSU, Lise; MENDES NETO, João Paulo. **Tributação, Meio Ambiente e Desenvolvimento.** São Paulo: GEN, 2015. p. 55. E-book.

TUPIASSU, Lise; MENDES NETO, João Paulo. **Tributação, Meio Ambiente e Desenvolvimento**. São Paulo: GEN, 2015. p. 70. E-book.