



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Márcia Meira Berti Fiorin

Slow fashion no Brasil: análise de experiências de produção de vestuário sustentável na perspectiva dos agentes produtivos à luz de estudos de casos múltiplos.

Florianópolis - SC

2020

Márcia Meira Berti Fiorin

Slow fashion no Brasil: análise de experiências de produção de vestuário sustentável na perspectiva dos agentes produtivos à luz de estudos de casos múltiplos.

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do título de Doutor em Administração.

Orientador: Prof. Lauro Francisco Mattei, Dr.

Florianópolis – SC

2020

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Fiorin, Marcia Meira Berti
Slow fashion no Brasil: análise de experiências de
produção de vestuário sustentável na perspectiva dos
agentes produtivos à luz de estudos de casos múltiplos. /
Marcia Meira Berti Fiorin ; orientador, Lauro Francisco
Mattei, 2020.
177 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro Sócio-Econômico, Programa de Pós-Graduação em
Administração, Florianópolis, 2020.

Inclui referências.

1. Administração. 2. Produção de Moda Sustentável. 3.
Slow fashion. 4. Desenvolvimento Sustentável. 5.
Racionalidade Substantiva e Instrumental. I. Mattei, Lauro
Francisco. II. Universidade Federal de Santa Catarina.
Programa de Pós-Graduação em Administração. III. Título.

Márcia Meira Berti Fiorin

Slow fashion no Brasil: análise de experiências de produção de vestuário sustentável na perspectiva dos agentes produtivos à luz de estudos de casos múltiplos.

O presente trabalho em nível de doutorado foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. André Luís da Silva Leite, Dr.
PPGA/UFSC

Prof. Marco Antonio de Moraes Ocke, Dr.
PPGA/UFSC

Prof.(a) Simone Sehnem, Dr.(a)
UNOESC

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de doutor em Administração.

Prof. Rudimar Antunes da Rocha, Dr.
Coordenador Pro Tempore

Prof. Lauro Francisco Mattei, Dr.
Orientador

Florianópolis, 2020.

*Este trabalho é dedicado ao meus esposo Renato Fiorin, às
minhas filhas Julia e Luísa, e aos meus pais Nestor e Maria.*

AGRADECIMENTOS

À Família Estendida

Minha irmã Martinha, e os cunhados e sobrinhos: Carlos, Gabriel, Célio, Marilene, Murilo, Danilo, e ainda a dona Enedina, minha sogra,

Pelo apoio e pelo carinho durante os anos de estudo.

Ao meu orientador Lauro Francisco Mattei

Pela confiança e pela orientação de tese permeada de paciência, gentileza e competência.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Administração

Eloíse Helena Dellagnelo, Marilda Todescat, Mauricio Serva, Rene Birochi e Silvio Cario.

Aos professores que participaram da banca de defesa do projeto de tese

Simone Sehnem, Maria Soledad Etcheverry Orchard, Mauricio Serva e André Leite

Pela valiosa contribuição no encaminhamento da pesquisa.

Aos membros da banca de avaliação da tese

Andre Luís da Silva Leite, Marco Antonio de Moraes Ocke e Simone Sehnem

Por aceitar meu convite e colaborar com valiosas sugestões.

À Alyne Sehnem

Pela amizade e pela cumplicidade. Da correria dos primeiros anos às lamentações das últimas semanas foi muito bom poder contar contigo, Guria!

Aos produtores de moda *slow fashion*, em especial a

Francisca Vieira, Érica Arrué Dias, Beatriz Freitas Ribeiro e Camila Yumi Kawata

que possibilitaram a realização da minha pesquisa.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

O mundo estaria muito melhor se todos adquirissem objetos mais simples e em menos quantidade. Se se dessem ao trabalho de escolher esses objetos por sua beleza real, tomando naturalmente cuidado em adquirir objetos de boa qualidade, preferindo naturalmente poucas coisas bem-feitas, e feitas por operários bem pagos, a muitas coisas feitas por operários mal remunerados.

(Alfred Marshall. Princípios de Economia, 1890)

RESUMO

O objetivo desta tese foi compreender as experiências com o *slow fashion* no Brasil na perspectiva dos agentes produtivos de moda. Em meio ao debate sobre a produção e consumo conscientes, o *slow fashion* aparece como uma abordagem de produção de moda para enfrentar os desafios que a sustentabilidade impõe ao setor de vestuário, além de fomentar atividades que criem riquezas sem prejudicar as esferas social e ambiental. Para isso, esse trabalho se apoiou no conceito de desenvolvimento sustentável e da teoria das racionalidades instrumental e substantiva para analisar esse fenômeno que é essencialmente organizacional. Nesta pesquisa foi adotada a abordagem qualitativa e indutiva. Em relação à estratégia de investigação, foi feito um estudo de casos múltiplos, com realização de entrevistas em profundidade e observação direta. A ida ao campo revelou a existência de um setor que ainda está iniciando a adoção de práticas de *slow fashion* na cadeia têxtil, e embora ainda não apareça em estatísticas econômicas, o segmento de moda sustentável movimenta a produção de matérias primas, a fabricação de fios e tecidos, a confecção de peças de roupas e o artesanato. Conforme os resultados da pesquisa, para integrar esses princípios na organização, os produtores desenvolvem as suas coleções com design atemporal, matéria prima de qualidade, maior tempo de produção, produção local, valorização da cultura e do trabalho artesanal, e a conscientização do consumidor para compras baseadas na qualidade e ciente de como e por quem foram produzidas. Para manter a sustentabilidade do produto as empresas não utilizam corantes químicos, e a aquisição das matérias primas é feita diretamente com os produtores, para garantir a produção na quantidade necessária para a produção de fios e tecidos. Como parte do atendimento aos princípios do *slow fashion*, a valorização do local também é um fator considerado pelos agentes produtivos. Nos casos estudados a produção é feita na localidade onde está sediada a empresa, e contribuem com a geração de trabalho para costureiras, tricoteiras, rendeiras e bordadeiras, e, dessa forma apoia a economia local e valorizam a cultura e as comunidades com suas tradições. Os aspectos econômicos e a falta de incentivo fiscal são fatores que dificultam a produção de moda sustentável, e mesmo com essas barreiras, esses agentes produtivos escolheram produzir vestuário de maneira menos poluente e atendendo aos princípios do desenvolvimento sustentável. Essa escolha, conforme os casos estudados, tem possibilitado diretamente de oito Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. As ações na produção de moda sustentável encontram com pensamento de Guerreiro Ramos (1989) o qual afirmou que os agentes são dotados de sensibilidade para as pressões do ambiente externo, e por isso acreditava na possibilidade de conciliar a eficiência com os valores, os quais são norteadores das ações. Assim a produção de vestuário sustentável demonstra que é possível a conciliação da eficiência com os valores morais, e assim conduzir para uma sociedade centrada na perduração, tal qual teorizou Guerreiro Ramos (1989).

Palavras-chave: Slow fashion. Vestuário Sustentável. Desenvolvimento Sustentável. Racionalidade Instrumental e Substantiva.

ABSTRACT

The aim of this thesis was to understand the experiences with slow fashion in Brazil in the perspective of the productive fashion agents. Amidst the debate on conscious production and consumption, slow fashion appears as a fashion production approach to face the challenges that sustainability imposes to the garment sector, besides promoting activities that generate wealth without damaging the social and environmental spheres. For this purpose, this research has been based on the concept of sustainable development and on the theory of instrumental and substantive rationalities to analyze such phenomenon, which is essentially organizational. It was adopted the qualitative and inductive approach in this research. In relation to the strategy of investigation, it was carried out a multiple case study with in-depth interviews and direct observation. Field trips revealed the existence of a sector that is still initiating in the textile chain, and although it still does not appear in the economic statistics, the segment of sustainable fashion moves the production of raw materials, the manufacture of yarns and fabrics, the manufacture of pieces of clothing and craft. According to the research results, in order to integrate these principles into the organization, the manufactures developed their collections with timeless design, high quality raw material, longer production time, local production, appreciation of culture, handmade work, consumer awareness for quality-based purchases and by whom and how they were produced. To maintain the product sustainability, the companies do not use chemical dyes and the purchase of raw materials is negotiated directly with the producers to guarantee a production in the necessary quantity to yarns and fabrics production. As part of meeting the slow fashion principles, the appreciation of the local is also a factor to be considered by the productive agents. In the cases studied, the production takes place in the place where the company is based, and contributes to the generation of jobs to tailors, knitters, lacemakers and embroiderers, and, therefore, supports the local economy and values the culture and the communities with their traditions. The economic aspects and the lack of fiscal incentive are factors that make the sustainable fashion production difficult, and even with these barriers, these productive agents chose to produce garments in a less polluting manner and to meet the principles of the sustainable development. This choice, according to the cases studied, has directly enabled of eight Sustainable Development Goals. The actions of the fashion sustainable fashion meet the thought of Guerreiro Ramos (1989) who claimed that the agents are endowed of sensitivity to the pressures of the external environment, and therefore believed in the possibility of conciliating the efficiency with values, which are guiding actions. In this way, the sustainable garment production shows that it is possible conciliating efficiency with moral values, and, therefore, lead to a society centered in the durability, as theorized by Guerreiro Ramos (1989).

Keywords: Slow fashion. Sustainable Garment. Sustainable Development. Instrumental and Substantive Rationality.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)	35
Figura 2 – Configuração básica da cadeia produtiva têxtil e de confecções.	57
Figura 3 – Movimento de forma centrípeta e movimento de forma centrífuga.	92
Figura 4 – Representação do fenômeno em estudo.	111

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – 17 objetivos para transformar o mundo – ODS.....	34
Quadro 2 – Correlação entre os elementos constitutivos de racionalidade e a natureza de cada processo organizacional.....	51
Quadro 3 – Resumo de diferentes abordagens às noções de moda rápida e moda lenta.....	74
Quadro 4 – Características das fibras renováveis e fibras não renováveis.....	79
Quadro 5 – Princípios gerais para boas práticas na indústria da moda.....	83
Quadro 6 – Diferenças entre consumidores <i>slow fashion</i> e consumidores <i>fast fashion</i>	87
Quadro 7 – Protocolo de Pesquisa.....	99
Quadro 8 – O Arranjo Produtivo Local do Algodão Colorido da Paraíba.....	104
Quadro 9 – Detalhes estruturais das entrevistas.....	108
Quadro 10 – Definição dos atributos das categorias de análise: Organização da Produção. .	110
Quadro 11 – Categorias de análise: desenvolvimento sustentável e fatores definidores impeditivos e/ou facilitadores em relação à estratégia de sustentabilidade.....	110
Quadro 12 – Definição dos atributos das categorias de análise da ação administrativa.	111
Quadro 13 – Síntese dos indicadores: organização da produção.....	129
Quadro 14 – Ação administrativa na organização <i>slow fashion</i>	145
Quadro 15 – Ação administrativa na produção <i>slow fashion</i> na perspectiva das racionalidades substantiva e instrumental.....	154

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Volume de roupas descartadas em lixo doméstico em nove países da Europa. 62

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
1.1	TEMA E OBJETIVOS	15
1.2	OBJETIVOS	21
1.2.1	Objetivo Geral.....	21
1.2.2	Objetivos Específicos	21
1.3	JUSTIFICATIVA	22
1.4	ESTRUTURA DA TESE	23
2	SUSTENTÁVEL, sustentabilidade E DESENVOLVIMENTO	
	SUSTENTÁVEL: <i>CONTINUUM</i> DE UM CONSTRUCTO.....	24
2.1	Desenvolvimento: um conceito polissêmico	36
3	O CONCEITO DE AÇÃO ADMINISTRATIVA SEGUNDO GUERREIRO	
	RAMOS	43
3.1	RACIONALIDADE INSTRUMENTAL E RACIONALIDADE SUBSTANTIVA.....	47
4	PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO E MODA: DA NECESSIDADE DE	
	VESTIR-SE AO PRÊT-À-PORTER E O FAST FASHION	54
4.1	FAST FASHION: A VELOCIDADE COMO MECANISMO DE CRESCIMENTO DO SETOR DE VESTUÁRIO.....	59
4.1.1	Os efeitos ambiental e social da moda rápida - críticas ao <i>fast fashion</i>	61
5	SLOW FASHION: A PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO E MODA E OS	
	PRINCÍPIOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	70
5.1	O PONTO INICIAL DA ABORDAGEM <i>SLOW FASHION</i> : A CULTURA LENTA	71
5.2	SLOW FASHION: ENTRELACANDO OS PRINCÍPIOS DA SUSTENTABILIDADE	74
5.2.1	Valorização da tradição e do produto local.....	77
5.2.2	Mudanças necessárias para tornar a moda sustentável: materiais, processos e a mão de obra na cadeia têxtil	78

5.2.3	Materiais de fontes renováveis	79
5.2.4	Reduzir o uso de água, energia e substâncias químicas	80
5.2.5	A produção de fibras e as condições para o trabalhador e o produtor	83
5.2.6	Condições adequadas de trabalho e remuneração justa na etapa de corte e costura.....	84
5.2.7	O comportamento de compra do consumidor de moda <i>fast fashion</i> e <i>slow fashion</i>.....	86
5.3	BARREIRAS QUE AGEM CONTRA O <i>SLOW FASHION</i>	89
6	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	93
6.1	PARADIGMA DA PESQUISA: POSICIONAMENTOS ONTOLÓGICO, EPISTEMOLÓGICO E METODOLÓGICO DA TESE.....	93
6.2	ESTUDO DE CASO.....	96
6.2.1	Protocolo para o Estudo de Caso	99
6.3	DELIMITAÇÃO DO ESTUDO DE CASO	99
6.3.1	Descrição das Unidades de Análise	100
6.3.1.1	<i>Aurora Moda Gentil</i>	<i>100</i>
6.3.1.2	<i>Natural Cotton Color (NCC).....</i>	<i>102</i>
6.3.1.3	<i>Rina Lab.....</i>	<i>106</i>
6.4	COLETA DE DADOS	107
6.5	PROCEDIMENTOS ANALÍTICOS.....	108
6.6	VALIDADE E CONFIABILIDADE	111
7	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	113
7.1	COMO OS AGENTES PRODUTIVOS INTEGRAM O <i>SLOW FASHION</i> NA PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO	113
7.2	FATORES QUE agem como barreiras AO <i>SLOW FASHION</i>	130
7.3	COMO A ABORDAGEM DE PRODUÇÃO <i>SLOW FASHION</i> CONTRIBUI PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	136

7.4	A ação ADMINISTRATIVA DOS AGENTES PRODUTIVOS de moda <i>slow fashion</i> NA PERSPECTIVA das RACIONALIDADES INSTRUMENTAL E SUBSTANTIVA.....	145
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	156
	REFERÊNCIAS.....	165
	APÊNDICE A - Roteiro para Entrevista.....	174

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA E OBJETIVOS

O desenvolvimento de métodos modernos para a fabricação do vestuário na década de 1940 possibilitou a produção em grande escala de roupas prontas para vestir e, dado o volume de produção, os preços se tornaram mais acessíveis, promovendo mudanças no comportamento do consumidor (ERTEKIN; ATIK, 2015). Assim, “a produção industrial de roupas no século XX efetivou a indústria têxtil como uma das mais poderosas” (BERLIM, 2012, p. 20), passando a desempenhar um papel importante no cenário econômico e tornando a indústria da moda em um motor de desenvolvimento global, conforme dados estatísticos da World Trade Organization (WTO, 2018).

Nesse setor a China figura em primeiro lugar, com 54% da produção mundial de têxteis e 49,7% de confecções, e em segundo a Índia, com 7,1% no segmento de têxteis e 7,9% de confecções. O Brasil tem uma participação representativa nesse setor, sendo o quinto maior produtor de têxteis e o quarto maior produtor de confecções, conforme dados de 2013 (JACQUES, 2015; MENDES JÚNIOR, 2017), sendo o único país do ocidente que possui uma cadeia têxtil completa – da produção de fibras até o varejo (BERLIM, 2012). A indústria têxtil e de confecções brasileira, apesar do decréscimo nos postos de trabalho nos últimos anos, empregou em torno de 865.000 trabalhadores no ano de 2016 (DIEESE, 2017).

Entre as estratégias de produção de vestuário na dinâmica econômica destaca-se o modelo de produção *fast fashion*, o qual é referido como uma estratégia de negócios que cria uma cadeia de abastecimento eficiente, a fim de produzir mercadoria de moda com maior velocidade e responder rapidamente à demanda do consumidor (JUNG; JIN, 2016a). Neste modelo, o tempo de reposição é muito menor do que o tradicional *prêt-à-porter*¹, pois os varejistas têm dois objetivos principais que são reduzir o tempo de produção das coleções e fornecer mercadoria de moda simultaneamente ao tempo em que as tendências vão surgindo. Em geral, as empresas que optam por essa estratégia são organizações de varejo que possuem diversas marcas e lojas em vários lugares e países, sendo que grande parte da produção é deslocada para países subdesenvolvidos (JACQUES; SANTOS; ORCHARD, 2016). Essas empresas possuem um sistema eficaz de distribuição que distribui os novos produtos em todo

¹ Roupas produzidas em série prontas para vestir (*ready-to-wear*).

o mundo com agilidade (REFOSCO, 2012). Este é o conceito central de grandes varejistas globais como Zara (Espanha), H&M (Suécia), Forever 21 (EUA) e Top Shop (Reino Unido) (WATSON; YAN, 2013; JUNG; JIN, 2016b). No Brasil as grandes redes varejistas como Riachuelo e Lojas Renner também seguem esse modelo de produção (SEGALA, 2017).

Como o objetivo dessas organizações é o crescimento econômico contínuo, elas precisam vender muito em menor tempo e a preços relativamente baixos, para isso a produção é feita em larga escala com intervalos de curto tempo entre o desenvolvimento, produção e distribuição. Para promover as vendas novos estilos e mercadorias são introduzidos no varejo semanalmente ou quinzenalmente, o que incentiva compras mais frequentes (WATSON; YAN, 2013; POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). Essa característica induz os consumidores a comprar em maior quantidade e a descartá-los tão logo inicie outra temporada com novas tendências de moda, resultando em aumento de resíduos de moda (JUNG; JIN, 2016a). Segundo dados do Mapping Clothing Impacts (GRAY, 2017), no ano de 2014 nove países da Europa descartaram mais de um milhão e meio de toneladas de roupas em aterros sanitários.

Na moda, como outros setores, as implicações de custo do modelo de crescimento são sentidas principalmente externamente à organização, pelos trabalhadores e pelo meio ambiente. Os custos desse modelo são vistos no aumento da poluição, no esgotamento dos recursos e nos custos das mudanças climáticas devido ao aumento crescente de produtos físicos necessários para crescimento contínuo (FLETCHER, 2010).

Diante disso, o modelo de produção *fast fashion* passou a ser criticado, tanto por provocar danos ambientais por resíduos como também pelo uso de recursos naturais, com efeitos negativos sobre o ciclo de vida dos produtos utilizados pela indústria da moda (FLETCHER; GROSE, 2012; JOHANSSON, 2010). Desse modo, a sustentabilidade na moda está relacionada a diversas questões inerentes a essa indústria, “que vão desde o uso de produtos poluentes até o consumo desmesurado” (FERRONATO; FRANZATO, 2015, p. 105).

Embora esse setor tenha propiciado ganhos econômicos, os padrões de consumo excessivo têm sido alcançados à custa do meio ambiente e qualidade de vida dos trabalhadores nas fábricas (ERTEKIN; ATIK, 2015), e esse excesso de consumo vem com uma etiqueta de preço oculta, cujo valor é descontado do meio ambiente e dos trabalhadores na cadeia de abastecimento (DICKSON; CATALDI; GROVER, 2011; JACQUES, 2015; BERLIM, 2016). Além disso, a deslocalização da produção para países subdesenvolvidos não tem contribuído com a geração de riqueza nacional, pelo contrário, “o que predominou foi a estruturação de

cadeias caracterizadas por uma forte assimetria de poder entre as empresas e as cadeias de subcontratação, a partir de uma lógica de redução de custos com fortes consequências na geração de trabalhos precários” (JACQUES; SANTOS; ORCHARD, 2016, p. 172). Essa consequência negativa resultou na criação de empresas denominadas “cogumelos” (empresas que iniciam e fecham suas atividades em curtíssimo tempo) ou “vão de escada” (empresas feitas no chão das casas ou nas garagens), e por não oferecer condições decentes de trabalho e regularidade de funcionamento tornam vulneráveis os direitos fundamentais do trabalho (JACQUES; SANTOS, ORCHARD, 2016, p. 182-183).

Outra consequência negativa são as “fábricas de suor” (*sweatshops*²) nas quais os trabalhadores são forçados a longas jornadas, baixos salários, proibição da liberdade sindical e existência de trabalho infantil” (JACQUES; SANTOS, ORCHARD, 2016, p. 172). Além das condições de trabalho degradante, há também as evidências de trabalho escravo no setor têxtil, com constantes denúncias de condições inadequadas de trabalho e condições análogas a de escravidão, inclusive no Brasil (JACQUES, 2015). De acordo com Berlim (2016, p. 321), “a crítica social à moda foi reconfigurada nos últimos vinte anos através das mesmas denúncias de exploração e insalubridade presentes, desde o século XIX, nas tecelagens inglesas”.

Essa preocupação com a situação dos trabalhadores e com o meio ambiente levou a criação de movimentos incentivando o consumo responsável. Com isso, moda ética, ecomoda, moda sustentável, são termos que se tornaram familiares nos meios de comunicação social ao longo dos últimos anos, incentivando o movimento de consumo consciente, ou consumo ético, com uma procura por produtos que sejam feitos de maneira que não prejudiquem o ambiente nem os trabalhadores que os produziram (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013).

Em meio ao debate sobre a produção e consumo conscientes, o *slow fashion* aparece como uma abordagem de produção de moda para enfrentar os desafios que a sustentabilidade impõe ao setor de vestuário (FLETCHER, 2007, 2010). Essa nova abordagem com foco na sustentabilidade tem como objetivo incorporar ações ambientalmente corretas em toda a cadeia de produção, tendo prioridade os aspectos sociais, econômicos e ambientais (OENNING, 2012, p. 17), e tem sido apresentada como uma alternativa para os desafios que a sustentabilidade impõe ao setor de vestuário, visando fomentar atividades que criem riquezas, sem prejudicar o lado social e o ambiental.

Baseado em princípios éticos e sustentáveis, o *slow fashion* tem inspiração no

² Sweatshop: fábrica, especialmente na indústria de confecção, onde os trabalhadores manuais estão empregados com salários muito baixos por longas horas e em condições precárias (OXFORD DICTIONAIRES, 2017).

movimento *slow food*³, o qual além de enfatizar métodos tradicionais de preparo, também tem feito esforços para apoiar os pequenos agricultores locais a promoverem o uso de produtos locais e sazonais e o comércio justo (CLARK, 2008; GENTILE, 2016).

Entre os princípios do *slow fashion* destacam-se o emprego de técnicas artesanais nos processos de produção, a utilização de materiais de baixo impacto ambiental, como os tecidos orgânicos, biodegradáveis e recicláveis (ZANIRATO, 2013), a prática do comércio justo, cujo objetivo é assegurar os direitos de produtores e trabalhadores, e, portanto, contribuir com o desenvolvimento sustentável, direcionando a produção de forma ambientalmente e socialmente corretas.

Portanto, o *slow fashion* é um modelo de produção de moda baseado em valores éticos visando o desenvolvimento de todos os envolvidos. Por isso, deve ter maior transparência ao longo da cadeia de abastecimento e produção, priorizando a redução da poluição, o uso de fibras ecológicas, melhores condições de trabalho e remuneração justa para os trabalhadores, além de incentivar os consumidores para considerar suas compras com base na qualidade ao invés de quantidade. Estas são as razões para se incentivar um modo de consumo onde menos é mais – a qualidade sobre quantidade – além de resgatar o valor das roupas removendo a imagem da moda como algo descartável, promovendo uma consciência de compra baseada na durabilidade e na forma como são produzidas (FLETCHER, 2007).

Desse modo, o *slow fashion* vem ao encontro do conceito de desenvolvimento sustentável apresentado no Relatório Brundtland (NOSSO FUTURO COMUM, 1987), que preconiza a necessidade de limitar os impactos ambientais sem, entretanto, esquecer da agenda social, promovendo o crescimento econômico e sustentável, o que significa reduzir as desigualdades sociais e os impactos ao meio ambiente, de modo a preservá-lo para as gerações futuras.

Para Sachs (2004), a definição de desenvolvimento sustentável do Relatório Brundtland obedece ao duplo imperativo ético da solidariedade com as gerações presentes e futuras, e exige a explicitação de critérios de sustentabilidade social e ambiental e de viabilidade econômica. Desse modo, recebe a denominação de desenvolvimento sustentável apenas as soluções que contemplam os elementos que promovem “o crescimento econômico com impactos positivos em termos sociais e ambientais” (SACHS, 2004, p. 36).

³ Slow Food: movimento fundado na Itália na década de 1980, cujo lema é a defesa ao direito universal ao alimento bom, limpo e justo (GENTILE, 2016).

Assim, para as questões que envolvem o setor do vestuário, Fletcher (2010) afirma que para alcançar a sustentabilidade o sistema de produção de moda deveria romper com os valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico contínuo da indústria do vestuário, sendo necessário haver uma mudança para um tipo sistema que melhor possa atender as necessidades totais.

Desse modo, a produção *slow* é um convite para pensar sobre a mudança de sistemas no setor da moda e questionar o papel do crescimento econômico, os valores subjacentes e visões de mundo na moda para que uma sociedade mais igualitária se desenvolva e, desse modo, ocorra o “estabelecimento de um sistema econômico diferente, com valores distintos no contexto de uma visão de mundo mais sábia e sadia” (FLETCHER, 2010, p. 264).

Ao propor uma mudança de sistemas no setor da moda e questionar as consequências da produção, bem como apresentar um modelo baseado em princípios ético-valorativos para que o desenvolvimento aconteça para todos os envolvidos, Fletcher (2007, 2010) se aproxima do pensamento do sociólogo brasileiro Alberto Guerreiro Ramos, e por conseguinte, da teoria da racionalidade substantiva.

Para Guerreiro Ramos (1989) a degradação social e ambiental é consequência das políticas econômicas e desenvolvimentista, pois, no processo de modernização, que se diga a industrialização em busca do progresso, “as organizações, e o processo econômico que põem em vigor, são concebidos como se não tivessem vinculações à esfera biofísica”. Portanto, “planejada de acordo com critérios puramente econômicos, retiram continuamente do ambiente matéria-prima de baixa entropia e a restituem em estado de alta entropia”, e dessa maneira, “esgotam e poluem o ambiente, perturbando desse modo as condições exigidas para uma resistente existência física, humana e social” (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 201; 202).

Ao evidenciar a crise de valores da sociedade industrial centrada no mercado, o autor alerta sobre a necessidade da ciência social se desprender da obsessão com o desenvolvimento, “e começar a compreender que cada sociedade contemporânea está potencialmente apta a se transformar numa boa sociedade” (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 196). Diante disso, o autor assegura que o pressuposto da nova ciência das organizações é o de que a produção é, ao mesmo tempo, uma questão técnica e uma questão moral, em razão do impacto sobre a natureza. Portanto, defende-se a necessidade de haver regulações na produção e consumo para o bem viver (GUERREIRO RAMOS, 1989).

A ideia de Guerreiro Ramos é a de uma razão substantiva de amplo espectro, transcendendo a estreita relação que se faz entre razão e cálculo, e por isso, por meio da

racionalidade substantiva “os indivíduos poderiam conduzir sua vida pessoal na direção da auto-realização, emancipação, com o alcance de satisfação social, ou seja, levando em conta também o direito dos outros indivíduos de fazê-lo” (SERVA, 1997a, p. 111).

Segundo Guerreiro Ramos, na maioria das organizações produtivas a racionalidade funcional prevalece como lógica subjacente às ações, sendo orientada pelo mercado, pois, “uma atividade de natureza econômica, ou sistema social econômico, é avaliado em termos de vantagens práticas a que conduz, está engrenado para a consecução de vantagens” (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 126). Por sua vez, a racionalidade substantiva tem como base os valores éticos das ações, e é relativa ao conteúdo dos fins operacionais do sistema legal, econômico e administrativo, de modo que difere da formal por ter uma lógica estabelecida em função dos objetivos e não dos processos (GUERREIRO RAMOS, 1989).

De acordo com Guerreiro Ramos (1983, p. 43), “num mundo em que a função do empresário adquire crescente conteúdo social, não somente ele como os que dele dependem estão compelidos à observância da ética da responsabilidade”. Assim, no desempenho de sua função ou cargo é requerido a autoracionalização da conduta de seu ocupante, pois, “o indivíduo está orientado, em seu comportamento, por valores, isto é, por estimações e avaliações, das quais decorre a sua concepção de mundo, e seu ideal de realização própria e social, e que consubstanciam sua ética de convicção” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 43). Nesse sentido, conforme Silva, Munk e Souza (2010, p. 5) a ação administrativa é delineada por racionalidades de distintos agentes sociais, sendo a ética da responsabilidade o meio para firmar a efetivação dessa ação, sendo esta promotora de equilíbrio organizacional.

Embora considerasse uma ousadia que a racionalidade substancial fosse equivalente com o mundo das organizações e das ações administrativas, Guerreiro Ramos (1983, p. 48) sugeriu que, em vista do progresso histórico-social, seria possível alcançar esse objetivo limite: “conciliar a eficiência com a racionalidade substancial”. Nesse sentido, também Souto-Maior (1998) afirma que as duas dimensões de racionalidade coexistam, embora possa haver maior ou menor grau de conflito, como por exemplo, “os problemas éticos enfrentados pelos indivíduos nas organizações” (SANTOS et al, 2019, p. 46).

Neste sentido, Santos et al (2019, p. 46) argumentam que os indivíduos utilizam tanto a prudência (*phrónesis*), que está pautada na lógica instrumental, quanto as intenções, que são baseadas em seu sentido substantivo. Assim a dimensão da razão (constitui a razão lúcida), e portanto, o entendimento da racionalidade nas organizações é amplo, de tal modo que “a ação

administrativa é racional, em seu sentido singular, mas com múltiplas faculdades que a compõem”. Para Serva (1996), a existência das racionalidades instrumental e substantiva em um mesmo ambiente organizacional é condição *sine qua non* às organizações. Portanto, o aspecto de complementaridade entre a razão instrumental e substantiva requer a compreensão da razão em sua totalidade (SANTOS et al, 2019).

Isto posto, partimos do conceito de desenvolvimento sustentável e da teoria das racionalidades instrumental e substantiva para analisar a produção de moda *slow fashion*, uma vez que este modelo de produção já é uma realidade como escolha de negócio por fabricantes de vestuário, inclusive no Brasil. Portanto, entendemos que esse fenômeno, por ser essencialmente organizacional, é o objeto de estudo desta tese, tendo com foco as empresas de confecção de moda sustentável.

À luz da contextualização anteriormente exposta, apresentamos a seguinte questão de pesquisa: como os agentes produtivos de moda *slow fashion* organizam as práticas administrativas, a fim de contribuir com o desenvolvimento sustentável?

Tal questão nos leva a formular a seguinte hipótese de estudo: mesmo que as experiências brasileiras com o *slow fashion* sejam recentes é possível verificar a construção de um modelo de produção de moda assentada nos princípios do desenvolvimento sustentável.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Compreender as experiências com o *slow fashion* na perspectiva dos agentes produtivos à luz de estudo de caso múltiplos.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Analisar a integração da abordagem *slow fashion* na produção de vestuário.
2. Identificar os fatores que agem como barreiras na implantação da abordagem *slow fashion* na produção de vestuário.
3. Compreender como a abordagem *slow fashion* contribui para atendimento dos objetivos do desenvolvimento sustentável.

4. Analisar os elementos das racionalidades instrumental e substantiva percebidos no processo de ação administrativa dos agentes produtivos de moda *slow fashion*.

1.3 JUSTIFICATIVA

Pelas características específicas da abordagem *slow fashion*, percebemos a existência de uma lacuna nos estudos organizacionais para uma melhor compreensão sobre as ações dos agentes vinculados a produção de moda baseada em fatores sustentáveis.

Como destaca Thiollent (2014, p. 18) “os Estudos Organizacionais constituem uma área de pesquisa sobre organizações, suas características culturais, econômicas, políticas e sociais e seus efeitos sobre os indivíduos e grupos que as compõem ou com que interagem”. Assim, o presente estudo pretende contribuir com os estudos organizacionais, pois embora vários estudos tenham investigado aspectos da moda sustentável (BERLIM, 2014; FLETCHER; GROSE, 2012), ainda são limitadas as análises acadêmicas das experiências brasileiras sobre a ação administrativa para produção de moda *slow fashion*.

De acordo com Karaosman, Morales-Alonso e Brun (2014) a sustentabilidade deve ser investigada ao nível da indústria, e, ressaltando a complexidade de produzir vestuário de forma sustentável (ERTEKIN; ATIK, 2015), o fenômeno do *slow fashion* permite investigar atitudes, valores e comportamentos de diversos grupos. Ademais, a ação administrativa analisada à luz das racionalidades instrumental e substantiva possibilita compreender se há a predominância de uma sobre a outra, ou a complementaridade entre ambas (SANTOS et al, 2019).

Esta tese colabora ainda com os estudos sobre o *slow fashion*, cuja produção acadêmica, ainda que modesta, tem contribuído para o desenvolvimento de um corpo de conhecimento sobre o assunto, destacando-se os artigos seminais: Clark (2008), Fletcher (2010); Refosco, Oenning e Neves (2012); Pookulangara e Shephard (2013), Watson e Yan (2013), Jung e Jin (2014), Henninger (2015), Prothero e McDonagh (2015), Söderlund e Berg (2015), Ertekin e Atik (2015), e Jung e Jin (2016a e 2016b); Ferronato e Franzato (2015); Divito e Bohnsack (2017). Observa-se que, os pesquisadores dessa área se concentram sobretudo na Europa e nos Estados Unidos (FIORIN, 2017), e que o foco dessas investigações são o desenvolvimento do produto e o comportamento do consumidor.

1.4 ESTRUTURA DA TESE

Para responder aos objetivos definidos nesse estudo e analisar os temas elencados, esse trabalho foi estruturado em oito capítulos, incluindo este primeiro que contextualiza o tema e apresenta os objetivos e a justificativa da pesquisa. O segundo capítulo, Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: o *continuum* de um constructo, apresenta um percurso sobre o conceito de desenvolvimento sustentável. O terceiro capítulo, apresenta o conceito de ação administrativa em Guerreiro Ramos e os elementos fundamentais das racionalidades instrumental e substantiva. O quarto capítulo, *Fast fashion*: a velocidade como mecanismo de crescimento do setor de vestuário, descreve sobre um modelo de produção em larga escala, com intervalos de curto tempo entre o desenvolvimento, produção e distribuição, tornando menor o tempo entre os ciclos e incentivando compras mais frequentes. O quinto capítulo, *Slow fashion*: a produção de moda sob os princípios do desenvolvimento sustentável, descreve uma nova abordagem de produção que tem como objetivo considerar a velocidade da natureza para produzir os recursos usados na produção têxtil e comparar com a velocidade com que são consumidos e descartados. O desenvolvimento de produtos busca utilizar materiais e recursos locais, de forma a apoiar o desenvolvimento da economia local. O sexto capítulo apresenta os Procedimentos metodológicos, descreve o percurso metodológico e os métodos e técnicas de pesquisa que foram utilizados. O sétimo capítulo apresenta a análise e discussão dos resultados, e, por fim o oitavo capítulo as considerações finais.

2 SUSTENTÁVEL, SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO

SUSTENTÁVEL: *CONTINUUM* DE UM CONSTRUCTO

O termo sustentabilidade deriva de duas palavras latinas: *sus* que significa para cima e *tenere* que significa segurar. Esse conceito está relacionado ao desejo da humanidade de continuar a existir no planeta Terra por um tempo indefinido. Assim, sustentabilidade tem a ver com a existência e qualidade de vida humana. E foi a partir da metade do século XX que se intensificou os debates sobre a finitude dos recursos naturais, o aumento contínuo da população mundial, o aumento do consumo de recursos per capita, o aumento da produção de bens e a degradação do ambiente natural, aspectos que colocavam em risco a sustentabilidade. Sustentar a existência humana, requer a sustentação de muitas coisas, “incluindo o funcionamento de sistemas econômicos, sociais e políticos, juntamente com um ambiente físico e biológico favorável” (CABEZAS, 2012 apud THEIS; TOMKIN, 2013)⁴.

Mesmo que o termo sustentabilidade seja, na maioria das vezes, visto como uma interpretação recente da política ambiental legitimada pelo Relatório Brundtland de 1987, desde o século XVIII já se constituía uma consciência dos limites ecológicos (THEIS; TOMKIN, 2013). Segundo Leis (2004), naquela época, na Inglaterra, o modelo de colonização europeia produziu erosões nas antigas matas, o que se repetiu mais tarde em outros lugares da Europa e em outras partes do mundo, a exemplo os Estados Unidos. Os impactos cumulativos da erosão do solo no início dos anos 1800 diminuíram o rendimento das colheitas no território americano e, juntamente com essa redução da produção, as práticas agrícolas eram dispendiosas, ineficientes e insustentáveis, na terminologia moderna (THEIS; TOMKIN, 2013).

Além da agricultura, a expansão industrial capitalista provocou o desaparecimento de paisagens, evidenciando o predomínio do homem sobre a natureza. Em função disso, questões relativas à defesa do ambiente natural começaram a ser levantadas por pessoas que viam com apreensão a degradação da natureza. Assim, começam a surgir dúvidas sobre o caráter do relacionamento do homem com as outras espécies, fazendo emergir “valores e atitudes defensivas e protetoras do mundo natural” (LEIS, 2004, p. 38). Logo depois, em meio ao contexto das revoluções do século XVIII nos Estados Unidos e na França, a preocupação dos naturalistas por conhecer melhor a natureza se encontra com a preocupação democrática-revolucionária, que reivindica a política de direitos iguais para todos os homens. Esses fatos

⁴ Prefácio do livro: Sustainability: A Comprehensive Foundation (2013).

contribuíram para se ter uma avaliação melhor das ameaças e dos danos que as sociedades humanas estavam produzindo na natureza (LEIS, 2004).

Embora a reivindicação fosse também pelos direitos humanos, foi a vida selvagem e a preservação de áreas virgens que se constituiu o eixo do ambientalismo. Em 1824 foi fundada a *Society for the Protection of Animals* e, em 1867 a *East Riding Association for the Protection of the Sea Birds*, ambas na Inglaterra, dedicadas à proteção da vida selvagem (LEIS, 2004, p. 40). Na mesma época, nos Estados Unidos, surgiram várias sociedades de conservação ainda ativas atualmente: a *Audubon Society* (1886), o *Sierra Club* (1892) e a *National Wildlife Federation* (1935), além da celebração do *Arbor Day* pela primeira vez em 1872 e do *Bird Day* em 1894 (THEIS; TOMKIN, 2013, p. 17). No final do século XIX os Estados Unidos ainda possuíam grandes extensões de território virgem sob domínio público, e isso tornou possível a criação dos parques americanos de *Yellowstone* (1872) e *Yosemite* (1890), que embora seja um modelo para outros países imitarem, esses parques foram criados em regiões habitadas por tribos de índios, “os quais não deixaram a área espontaneamente” (LEIS, 2004, p. 42).

Embora o movimento ambientalista tenha iniciado com a adesão de vários países, as duas grandes guerras mundiais provocaram uma pausa nas ações, tornando longo o processo de consolidação das questões ambientais nos diversos sistemas e setores da sociedade e do Estado. Essas questões voltam ao debate após a segunda grande guerra, trazido por uma massa crítica da comunidade acadêmica os quais criaram União Internacional para a Proteção da Natureza (IUPN), e que juntamente com recém-criada Organização Educacional, Científica e Cultural das Nações Unidas (UNESCO), realizaram conferências para discutir a problemática ambiental e preservação dos recursos naturais e recursos renováveis, contudo essas conferências “não tinha poder para impor compromissos aos governos, nem para fazer-lhes recomendações” (LEIS, 2004, p. 51). Mas, embora não pudessem impor compromissos aos governos, os cientistas produziram conhecimentos inovadores, fazendo um trabalho interdisciplinar, amparados principalmente pela ecologia, enquanto campo de conhecimento que trata das relações entre os organismos e seu meio ambiente orgânico e inorgânicos (LEIS, 2004, p. 51).

Entretanto, nessa época, “a preocupação central das principais potências era a reconstrução econômica e a reabilitação social do mundo”, e, entre as prioridades da agenda dos governos que mais se aproximava da questão ambiental era o problema da fome, tarefa foi incumbida à FAO-ONU (LEIS, 2004, p. 49). Nesse contexto, economistas, ecólogos e ambientalistas apontavam que os obstáculos para a solução da crise de alimentos era o mau gerenciamento dos recursos naturais. Todavia, os programas das Nações Unidas “não se

preocupavam tanto com o meio ambiente como com o desenvolvimento econômico” (LEIS, p. 49). Conquanto, nessa época mesmo que muitas pessoas pedissem aos governos para se conscientizar da relação entre o homem e natureza, a situação austera do período da guerra levava a um período de aumento no consumo e busca da prosperidade, o que motivou o alarmismo no debate ambientalista a respeito do crescimento da população e a incapacidade da produção de alimentos, apontando para uma política de limite de crescimento populacional com base na teoria de Malthus⁵ (LEIS, 2004).

Na década de 1960 as Organizações Não-Governamentais (ONGs) já exerciam uma força política, sendo o World Wildlife Fund (WWF), fundada em 1961, a primeira ONG ambientalista de espectro mundial. Em 1969, foi criada a *Friends of the Earth* (Amigos da Terra), assumindo que a “solução para os problemas ambientais não residia em medidas cosméticas conjunturais, senão em mudanças sociais profundas” (LEIS, 2004, p. 71). As ONGs conseguiram criar um clima de participação cidadã e de ativismo na maioria dos países, congregando pessoas com valores diferentes e públicos distintos (LEIS, 2004). Os trabalhos das ONGs renovaram o ambientalismo e em abril de 1970 “meio milhão de americanos participaram do Dia da Terra”⁶ (LEIS, 2004, p. 70).

O ambientalismo trazido pelas ONGs era resultado de mudanças nos valores na sociedade civil, uma vez que a questão da sobrevivência humana estava na agenda embora o sistema político, econômico e social vigente não promovia soluções para os problemas socioambientais. Entre as ONGs de projeção global, figura também o *Greenpeace*, que luta pela preservação dos ecossistemas naturais e defesa de espécies em extinção, e os Guerreiros do Arco-íris (LEIS, 2004). As ações dessas ONGs prepararam “o terreno para os anos 80 e 90, onde praticamente todo o ambientalismo não-governamental estará atuando nos espaços públicos nacional e mundial através de todo tipo de rede, tal como mostraria a Rio-92” (LEIS, 2004). Assim, o novo ambientalismo, com um apelo moral, conseguiu ganhar maior diversidade e apoio popular, e seu crescimento foi exponencial em todo o mundo, inclusive nos países não-desenvolvidos. Exemplo disso foi o Fórum Internacional de ONGs e Movimentos Sociais

⁵ MALTHUS, T. R. An Essay on the Principle of Population as It Affects the Future Improvement of Society. 1798. De acordo com esta teoria, a população mundial cresce em progressão geométrica, enquanto a produção de alimentos em progressão aritmética.

⁶ Desde 1970, o dia 22 de abril é celebrado como o Dia da Terra. A data de comemoração e principalmente reflexão foi criada pelo senador americano Gaylord Nelson como protesto contra a poluição. Em 1990 foi adotado internacionalmente em 1990, sendo celebrado em mais de 190 países. Fonte: <http://www.cmqv.org/website/artigo.asp?cod=1461&id=15800&idi=1&moe=212>. Acesso em 11 Maio 2018.

realizado no rio de Janeiro no âmbito da Rio-92, que reuniu quase 2.000 organizações com atuação em 108 países (LEIS, 2004).

Tão radical quanto à teoria da limitação do crescimento populacional foi a teoria do crescimento zero. Na década de 1970, Commoner⁷ aponta que a principal causa de degradação do meio ambiente se devia ao impacto destrutivo das tecnologias, especialmente aquelas introduzidas após 1946: produtos sintéticos, pesticidas, produtos descartáveis, detergentes etc., que segundo ele, produziam 95% da emissão dos poluentes naquela época. Por isso, discordava que o problema ambiental não era o crescimento populacional nem tampouco o desenvolvimento econômico, mas sim a maneira como esse desenvolvimento estava sendo alcançado. E, alarmado com uma visão de catástrofe, exigia uma política que limitasse a economia. Sua argumentação teve adesão de vários cientistas naturais, embasados na teoria da “impossibilidade da humanidade continuar indefinidamente no mesmo caminho e a necessidade urgente de estabilizar o crescimento da população e da economia” (LEIS, 2004, p. 55).

Uma das primeiras organizações a apontar os riscos do crescimento econômico contínuo foi o Clube de Roma (BRÜSEKE, 1994; BELLEN, 2002). Criada em 1968, esta associação de cientistas, políticos e empresários debatia a governabilidade de problemas globais. Em 1970 apresentou o relatório chamado *The Limits to Growth, elaborado pelo Massachusetts Institute of Technology* (MIT) e coordenado por Dennis Meadows (MEADOWS et al, 1972), o qual demonstrou que os principais problemas ambientais eram globais e sua evolução acontecia em ritmo exponencial, prenunciando uma catástrofe inevitável ainda no século XX caso medidas preventivas não fossem tomadas. Entre os problemas elencados estavam a exaustão dos recursos naturais, a poluição industrial, a falta de alimentos.

A população mundial de 3 milhões de habitantes na década de 1960, com projeções de dobrar esse contingente na virada do século – o que se confirmou – gerava preocupação entre os pesquisadores, entre as quais a escassez de alimentos e a geração de poluição. Contudo, a taxa de crescimento populacional é distinta entre países desenvolvidos e países subdesenvolvidos devido a taxas de expectativa de vida bem como natalidade e mortalidade. Segundo dados do Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA)⁸, a população dos países menos desenvolvidos deverá dobrar até 2050 porém, em países de alta renda e renda crescente, haverá um lento crescimento populacional ou ainda, nenhum crescimento populacional. Enquanto os primeiros continuam a ter grandes populações de jovens em crescimento, estes últimos têm grandes e crescentes populações de idosos (UNFPA, 2018).

⁷ COMMONER, Barry. *The Closing Circle: Nature, Man and Technology*. Nova York, Knopf.

⁸ World Population Prospects: The 2017 Revision. Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas. United Nations: New York, 2017. Disponível em:

<<https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-the-2017-revision.html>>.

Acesso em 02 Abr 2018.

A partir de então, os ambientalistas promoveram um consenso a favor de limitar o crescimento da população e da economia, contudo, “esse consenso existia, muito mais, nos países capitalistas avançados, do que nos países em desenvolvimento” (LEIS, 2004, p. 56), o que gerou desconfiança por parte dos países do Sul, que acusaram o Norte de levantar problemas ambientais para impedir seu desenvolvimento e assim manter a dependências em relação aos países desenvolvidos. O Clube de Roma foi criticado por cientistas argentinos da Fundação Bariloche, de que esses davam “ênfase exagerada aos limites naturais do crescimento, obscurecendo portanto o fato de que os verdadeiros problemas estariam nas condições sociais e políticas dos países em desenvolvimento” (LEIS, 2004, p. 56).

Vários autores apontam que a falta de uma análise das condições sociais e políticas deve-se principalmente pela ausência de cientistas sociais, que resultou “numa ausência de relativa de análises sistemáticas e integradas dos problemas sociais, econômicos, político e ambiental” (LEIS, 2004, p. 57). Contudo, o papel dos ecologistas foi fundamental para dar credibilidade e valor à estética ambientalista herdada do século XIX, e a radicalização dos seus pressupostos foi necessária para chamar atenção para os problemas globais, até então ignorados pelos setores econômicos e políticos (LEIS, 2004).

As ideias neo-malthusianas e de crescimento zero da economia, que criaram uma visão apocalíptica foram amenizadas na Conferência de Estocolmo, em 1972. Nessa fase o ambientalismo já possuía características maduras, porém sem perder seus conteúdos utópicos, e portanto, tiveram “capacidade para articular os fatores emocionais com argumentos racionais, e o pensamento com a ação” (LEIS, 2004, p. 80). A Conferência de Estocolmo, realizada em 1972 pela Organização das Nações Unidas (ONU), abordou os problemas ambientais decorrentes da poluição atmosférica, crescimento populacional e crescimento versus desenvolvimento.

Segundo Leis (2004 p. 90),

os países desenvolvidos tinham ido a Estocolmo decididos a discutir os problemas ambientais vinculados a poluição industrial e a conservação dos recursos naturais, assim como os países menos desenvolvidos (entre os quais os mais ativos foram Brasil e China) não estavam dispostos a falar de meio ambiente a não ser para reivindicar seu direito ao uso de seus recursos naturais para alcançar um maior desenvolvimento econômico.

Conforme Bellen (2006), a Conferência de Estocolmo ressaltou que a maioria dos problemas ligados ao meio ambiente ocorria em escala global e se acelerava de forma

exponencial, os quais foram abordados a partir das teses e conclusões básicas do relatório *The Limits to Growth* (Limites do Crescimento), no qual apontaram:

1. Se as atuais tendências de crescimento da população mundial industrialização, poluição, produção de alimentos e diminuição de recursos naturais continuarem imutáveis, os limites de crescimento neste planeta serão alcançados algum dia dentro dos próximos cem anos. O resultado mais provável será um declínio súbito e incontrolável, tanto da população quanto da capacidade industrial.
2. É possível modificar estas tendências de crescimento e formar uma condição de estabilidade ecológica e econômica que se possa manter até um futuro remoto. O estado de equilíbrio global poderá ser planejado de tal modo que as necessidades materiais básicas de cada pessoa na Terra sejam satisfeitas, e que cada pessoa tenha igual oportunidade de realizar seu potencial humano individual.
3. Se a população do mundo decidir empenhar-se em obter este segundo resultado, em vez de lutar pelo primeiro, quanto mais cedo ela começar a trabalhar para alcançá-lo, maiores serão suas possibilidades de êxito (BRÜSEKE, 1994, p. 15).

Essas conclusões indicavam para a necessidade de um congelamento tanto do crescimento populacional quanto do capital industrial, e desse modo, “a tese do crescimento zero, necessário, significava um ataque direto à filosofia do crescimento contínuo da sociedade industrial e uma crítica indireta a todas as teorias do desenvolvimento industrial que se basearam nela” (BRÜSEKE, 1994, p. 15). Isso levou teóricos que se identificavam com as teorias do crescimento a demonstrarem uma posição contrária ao prognóstico do Clube de Roma, afirmando que a tese da estabilidade econômica e ecológica fecharia o caminho do desenvolvimento para os países pobres (BRÜSEKE, 1994).

Apesar de pontos de vista dicotômicos, houve consenso entre os grupos, e embora as resoluções de Estocolmo não passaram de declarações de intenções que não continham cláusulas de cumprimento legal obrigatórias, o consenso legitimou o ingresso do ambientalismo no plano político, abrindo espaço para demandas e valores que vinham emergindo na sociedade civil fossem abordadas pelos Estados. Assim, a Conferência de Estocolmo-72 legitimou a política mundial da questão ambiental, e dez anos depois o número de países que contavam com agências estatais para cuidar do meio ambiente salta de 12 para 140 países, mas isso também não significou que os mesmos estavam realmente interessados em tratar o problema a fundo. Brasil e Índia não foram a favor de dar ao meio ambiente um lugar privilegiado na agenda internacional (LEIS, 2004, p. 88). Portanto, “ainda era muito cedo para falar de desenvolvimento sustentável, contudo, os acordos de Estocolmo abriram a porta para as necessidades dos países pobres, e assim, obrigaram a pensar uma aproximação entre desenvolvimento e meio ambiente” (LEIS, 2004, p. 91).

Ainda em torno desse debate, considerando a questão do desenvolvimento, a questão ambiental e o desequilíbrio socioeconômico, em 1973 Maurice Strong (Primeiro Ministro

Canadense e Secretário Geral de Estocolmo-72) apresenta o conceito de ecodesenvolvimento para caracterizar uma concepção alternativa de política do desenvolvimento (LEIS, 2004), e para o qual Ignacy Sachs formulou os princípios básicos desta nova visão, integrando seis aspectos:

- a) a satisfação das necessidades básicas; b) a solidariedade com as gerações futuras;
- c) a participação da população envolvida; d) a preservação dos recursos naturais e do meio ambiente em geral; e) a elaboração de um sistema social garantindo emprego, segurança social e respeito a outras culturas, e f) programas de educação (BRÜSEKE, 1994).

O conceito de ecodesenvolvimento apresenta uma “preocupação com os aspectos econômico, porém, não dissociados da problemática social e da ambiental”, assim, o foco economicista presente nas análises e nas políticas de desenvolvimento começam a ter uma nova proposição – uma visão holística – encarando “o conjunto dos aspectos econômicos, políticos, culturais, sociais e ambientais” (MONTIBELLER FILHO, 1993, p. 131;133).

Segundo Leis (2004, p. 99), esses princípios descritos por Sachs “se integrava com outros aspectos não estritamente ambientais para definir um verdadeiro desenvolvimento”, e por isso o conceito de ecodesenvolvimento ganhou uma nova visão do mundo contemporâneo, o que permitiu fazer uma dupla crítica: no campo das relações internacionais criticou o caráter das relações Norte-Sul; no campo econômico-cultural a crítica é em relação ao progresso gerado pela modernização industrial, cujos efeitos foram desastrosos para as interações humanas.

Os debates sobre o ecodesenvolvimento prepararam a adoção posterior do conceito de desenvolvimento sustentável, o qual foi apresentado pela comissão *Brundtland*, no ano de 1987, organizada pela ONU para analisar assuntos relacionados com a temática socioambiental (BRÜSEKE, 1994). Na década de 1980, a Assembleia das Nações Unidas aprovou a Resolução 38/161, intitulada *Processo de preparação das perspectivas ambientais para o ano 2000 e além* (NAÇÕES UNIDAS, 1983). Esta Resolução estabeleceu um comissão especial com a função de:

- (a) Propor estratégias ambientais de longo prazo para alcançar desenvolvimento sustentável para o ano 2000 e além;
- (b) Recomendar maneiras pelas quais a preocupação com o meio ambiente possa ser traduzidas numa maior cooperação entre os países em desenvolvimento e entre países em diferentes estágios de desenvolvimento econômico e social e levar a realização de objetivos comuns e de apoio mútuo que tenham em conta as inter-relações entre pessoas, recursos, meio ambiente e desenvolvimento;
- (c) Considerar formas e meios pelos quais a comunidade internacional pode lidar de forma mais eficaz com as preocupações ambientais, à luz das outras recomendações no seu relatório;
- (d) Ajudar a definir percepções compartilhadas de longo prazo sobre questões e os esforços apropriados necessários para lidar com sucesso com os problemas de

proteção e melhoria do meio ambiente, uma agenda de longo prazo para ação durante as próximas décadas e metas ambiciosas para o mundo comunidade, tendo em conta as resoluções relevantes da sessão de um carácter especial do Conselho do BCE em 1982 (NAÇÕES UNIDAS, 1983).

O Relatório da Comissão Brundtland enfatiza a interdependência entre ambiente e desenvolvimento, argumentando que “o ‘ambiente’ é onde todos vivemos; e ‘desenvolvimento’ é o que todos nós fazemos na tentativa de melhorar nosso lote dentro dessa morada. Os dois são inseparáveis” (OUR COMMON FUTURE, 1987, p. 7, grifo do autor, tradução livre). Esse relatório ainda afirma que,

A humanidade tem a capacidade de tornar o desenvolvimento sustentável para garantir que atenda às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades. O conceito de desenvolvimento sustentável implica limites - não limites absolutos, mas limitações impostas pelo estado atual da tecnologia e organização social dos recursos ambientais e pela capacidade da biosfera de absorver os efeitos das atividades humanas. Mas a tecnologia e a organização social podem ser gerenciadas e melhoradas para abrir caminho para uma nova era de crescimento econômico (OUR COMMON FUTURE; 1987, p. 16, tradução livre).

E, com vistas a conciliar o desenvolvimento econômico com preservação do ambiente e ainda resolver o problema da pobreza no mundo, o Relatório destaca que,

Longe de exigir a cessação do crescimento econômico, ele reconhece que os problemas da pobreza e do subdesenvolvimento não podem ser resolvidos, a menos que tenhamos uma nova era de crescimento em que os países em desenvolvimento desempenhem um grande papel e obtenham grandes benefícios. O crescimento econômico sempre traz riscos de danos ambientais, pois aumenta a pressão sobre os recursos ambientais. Mas os formuladores de políticas orientados pelo conceito de desenvolvimento sustentável funcionarão necessariamente para assegurar que as economias em crescimento permaneçam firmemente ligadas às suas raízes ecológicas e que essas raízes sejam protegidas e nutridas para que possam sustentar o crescimento no longo prazo. A proteção ambiental é, portanto, inerente ao conceito de desenvolvimento sustentável, como é um foco nas fontes de problemas ambientais em vez dos sintomas (OUR COMMON FUTURE, 1987, p. 39, tradução livre).

O conceito de desenvolvimento de sustentável se apoia em três dimensões: econômica, ambiental e social:

- A sustentabilidade ambiental do desenvolvimento refere-se à base física do processo produtivo e da vida social, apontando tanto a conservar o estoque dos recursos naturais necessário para dito processo, como para a proteção dos ecossistemas naturais, mantendo suas condições paisagísticas, assim como sua capacidade para absorver as agressões entrópicas.
- A sustentabilidade social do desenvolvimento refere-se à qualidade de vida das populações. Esse aspecto pode associar-se perfeitamente ao conceito de desenvolvimento humano difundido amplamente pelas Nações Unidas (UNDP) em vários relatórios dos últimos anos. Esse conceito foi concebido em relação à formação, expansão e utilização de capacidades humanas.
- A sustentabilidade econômica do desenvolvimento é a mais óbvia e está colocada como crescimento econômico contínuo sobre base não predatórias, tanto para

garantir a riqueza como para eliminar a pobreza (causa importante da degradação ambiental) e fazer os investimentos que permitiram uma mudança do modelo produtivo para tecnologias mais sofisticadas e apropriadas (LEIS, 2004, p. 104-105).

Para Sachs (2004, p. 36), essa definição de desenvolvimento sustentável obedece ao duplo imperativo ético da solidariedade com as gerações presentes e futuras, e exige a explicitação de critérios de sustentabilidade social e ambiental e de viabilidade econômica. Desse modo, recebe a denominação de desenvolvimento sustentável apenas as soluções que contemplam esses três elementos, ou seja, que aquelas que promovem “o crescimento econômico com impactos positivos em termos sociais e ambientais”.

Essa perspectiva multidimensional, envolvendo economia, ecologia e política ao mesmo tempo, é o ponto de partida da teoria do desenvolvimento sustentável, sinalizando uma alternativa às teorias e aos modelos tradicionais do desenvolvimento, e tanto o “Banco Mundial, quanto a UNESCO e outras entidades internacionais adotaram-no para marcar uma nova filosofia do desenvolvimento que combina eficiência econômica com justiça social e prudência ecológica” (BRÜSEKE, 1994, p. 18). Além disso, embora o desenvolvimento sustentável seja viabilizado por avanços tecnológicos e viabilidade econômica, é antes de tudo uma construção social que busca melhorar a qualidade de vida dos povos do mundo (THEIS; TOMKIN, 2013).

Segundo Leis (2004, p. 105) “a força político-ideológica do conceito do desenvolvimento sustentável ficou em evidência”, uma vez que, logo após a publicação do Relatório Brundtland muitos governos e organizações do mundo buscaram implementar ações para a busca da sustentabilidade. Isso ocorreu principalmente devido ao seu tom diplomático, pois não faz críticas a sociedade industrial, nem aos países industrializados, definiu o consumo mínimo, mas não o consumo máximo, e tornou a superação do desenvolvimento no hemisfério sul dependente do crescimento contínuo nos países industrializados. E, por não criticar o crescimento econômico, teve aceitação logo após ser publicado. Com isso, a proteção ao meio ambiente e a responsabilidade social ganharam importância e passaram a ser o novo paradigma das organizações (BRÜSEKE, 1994).

Segundo Pimenta (2010), a partir do conceito genérico, definido pelo Relatório de Brundtland, a inclusão do conceito de desenvolvimento sustentável no mundo corporativo foi definida pelo *World Business Council for Sustainable Development - WBCSD*, como o alcance do equilíbrio entre as três dimensões que balizam a sustentabilidade: a economia, meio ambiente e a sociedade. Essas dimensões influenciam todas as organizações constituintes de

uma cadeia produtiva: “a economia (diferencial competitivo); meio ambiente (ecoeficiência das operações) e a sociedade (responsabilidade social)” (PIMENTA, 2010, p. 19).

Em 1992, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (WCED) realizou sua conferência no Rio de Janeiro, a Rio 92, conhecida também como a “Cúpula da Terra” por ter mediado acordos entre os Chefes de Estado presentes, dos quais 179 países participantes acordaram e assinaram a Agenda 21 Global, um programa de ação baseado num documento de 40 capítulos, cujo objetivo é o de promover um novo padrão de desenvolvimento global, denominado desenvolvimento sustentável. “A Agenda 21 pode ser definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica” (BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2018, p. 1). Após, em 1997 foi ratificado o pacto internacional sobre o clima, denominado de Protocolo de Kyoto, com o objetivo de se reduzir a emissão de gases causadores do efeito estufa e, por conseguinte, o aquecimento global (BESKOW, 2016).

No ano de 2012 foi realizada a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio+20, que discutiu a agenda do desenvolvimento sustentável para as próximas décadas, sendo os dois temas centrais: (a) a economia verde no contexto da erradicação da pobreza, (b) a estrutura de governança para o desenvolvimento sustentável no âmbito das Nações Unidas (BESKOW, 2016). Neste evento também foram discutidas as bases para a definição de um conjunto de objetivos para o desenvolvimento sustentável, e que resultou nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Com uma proposta de ação global, a Organização das Nações Unidas (ONU) apresentou nova agenda de desenvolvimento sustentável com a reformulação dos Objetivos do Milênio (ODM), que orientaram a ação dos governos no período 2000-2015, e que foram o primeiro arcabouço global de políticas para o desenvolvimento. A experiência dos ODM levou a criação do GTA-ODS, Grupo de Trabalho Aberto para a elaboração dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (Agenda 2030, s.d.), do qual participaram membros de 70 países. Esse grupo de trabalho apresentou, em Agosto de 2014, a proposta dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (quadro 1, figura 1).

Com o título “Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável”, a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável, a qual inclui os ODS, é um plano de ação que foi criado de forma coletiva, para indicar as ações necessárias para o desenvolvimento sustentável global até 2030, e consideram como área de fundamental importância: pessoas, planeta, prosperidade, paz e parceria.

A proposta foi levada à apreciação da Assembleia Geral da ONU em 2015, e foi aprovada pelos 193 Estados Membro. Conforme o documento, os objetivos “são como uma lista de tarefas a serem cumpridas pelos governos, a sociedade civil, o setor privado e todos cidadãos na jornada coletiva para um 2030 sustentável” (PLATAFORMA AGENDA 2030, s.d.).

Quadro 1 – 17 objetivos para transformar o mundo – ODS.

1 - Erradicação da pobreza	Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.
2 - Fome zero e agricultura sustentável	Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável.
3 - Saúde e bem estar	Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades.
4 - Educação de qualidade	Assegurar a educação inclusiva e equitativa de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.
5 - Igualdade de Gênero	Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.
6 - Água potável e saneamento	Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos.
7 - Energia limpa e acessível	Assegurar a todos o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia.
8 - Trabalho decente e crescimento econômico	Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos.
9 - Indústria, inovação e infraestrutura	Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.
10 - Redução de desigualdades	Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.
11 - Cidades e comunidades sustentáveis	Tornar as cidades e assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.
12 - Consumo e produção responsável	Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.
13 - Ação contra a mudança global do clima	Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e os seus impactos (*).
14 - Vida na água	Conservar e usar sustentavelmente os oceanos, mares e os recursos marinhos, para o desenvolvimento sustentável.
15 - Vida terrestre	Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra, e deter a perda da biodiversidade.
16 - Paz, justiça e instituições eficazes	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.
17 - Parcerias e meios de implementação	Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Fonte: adaptado de Nações Unidas (2015).

Figura 1- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).



Fonte: Plataforma Agenda 2030(s.d.).

Os ODS e as metas são acompanhadas e revisadas por indicadores globais desenvolvidos pelo Grupo Interagencial e de Peritos sobre os Indicadores dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (GIPI-ODS), e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), representa os países do Mercosul e o Chile neste grupo (AGENDA 2030, s.d.).

Ainda em 2015, as Nações Unidas (*United Nations Framework Convention on Climate Change - UNFCCC*), realizou a 21ª Conferência das Partes (COP21), na qual 195 países firmaram o Acordo de Paris, cujo objetivo é o de reduzir emissões de gases de efeito estufa (GEE) no contexto do desenvolvimento sustentável. O compromisso ocorre no sentido de manter o aumento da temperatura média global em bem menos de 2°C acima dos níveis pré-industriais e de enviaar esforços para limitar o aumento da temperatura a 1,5°C acima dos níveis pré-industriais (BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2018). O Acordo de Paris obriga pela primeira vez todos os países signatários da convenção do clima, a Rio-92, inclusive os países em desenvolvimento a adotar medidas de combate à mudança climática. “Antes disso, apenas os países considerados ‘desenvolvidos’ estavam obrigados a fazê-lo” (BESKOW, 2016, p. 10, grifo do autor).

Para atender ao Acordo de Paris, cada nação apresentou sua contribuição de redução de emissões dos gases de efeito estufa, seguindo o que cada governo considera viável a partir do cenário social e econômico local. O governo brasileiro

comprometeu-se a reduzir as emissões de gases de efeito estufa em 37% abaixo dos níveis de 2005, em 2025, com uma contribuição indicativa subsequente de reduzir as emissões de gases de efeito estufa em 43% abaixo dos níveis de 2005, em 2030. Para isso, o país se comprometeu a aumentar a participação de bioenergia sustentável na sua matriz energética para aproximadamente 18% até 2030, restaurar e reflorestar 12 milhões de hectares de florestas, bem como alcançar uma participação estimada de 45% de energias renováveis na composição da matriz energética em 2030. (BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2018).

Com esses acordos os países reconhecem a interdependência entre os sistemas vivos e os bens e serviços produzidos pelos ecossistemas mundiais e os respectivos impactos dos resíduos (THEIS; TOMKIN, 2013). Por outro lado, a cooperação internacional envolve decisões

política, éticas e econômicas, e “os problemas ambientais estão dentro de um campo complexo, amarrados a uma malha de interesses diversos, muitas vezes conflitantes” (GODOY, 2010, p. 6). E por isso, embora um número expressivo de países tenham assinado o acordo, outros não concordam e não assinam, como por exemplo dos Estados Unidos, cuja justificativa é de que o referido acordo prejudicaria o seu crescimento econômico (BRÜSEKE, 1994; LEIS, 2004; GODOY, 2010). De fato, o crescimento econômico é condição essencial para a construção de infraestruturas e oferecimento de serviços ao cidadão, tais como educação, saúde, cultura, mobilidade, de forma a atender as necessidades básicas de bilhões de pessoas, sobretudo nos países em desenvolvimento (ABRAMOVAY, 2012), contudo, a economia não pode ser vista como um sistema dissociado do mundo da natureza (CAVALCANTI, 1994a).

2.1 DESENVOLVIMENTO: UM CONCEITO POLISSÊMICO

Segundo Leis (2004, p. 104), “a sustentabilidade social do desenvolvimento, refere-se à qualidade de vida das populações”, porém, o entendimento sobre o termo desenvolvimento suscitou muitos debates nas últimas décadas, tendo sido definido como ilusão⁹, mito¹⁰, crescimento econômico, e, ainda, liberdade¹¹ (VEIGA, 2010). A miríade de conceitos deve-se pela multidimensionalidade e complexidade de seu caráter, pois, embora seja fácil de reconhecer, é difícil de se definir (SACHS, 2004).

Até a década de 1960 desenvolvimento era entendido como crescimento econômico e industrialização, e por isso, país industrializado significava país desenvolvido. Naquela época, poucas eram as nações que haviam enriquecido com a industrialização, e além disso, nos países subdesenvolvidos a indústria era incipiente ou ainda nem existiam. Talvez por isso, não sentiram a necessidade de fazer a distinção entre desenvolvimento e crescimento econômico (VEIGA, 2010). Porém, o debate sobre o sentido do termo desenvolvimento é iniciado quando evidências demonstram que o crescimento econômico dos países semi-industrializados (entre os quais o Brasil) na década de 1950, não reverberou em termos de indicadores sociais, ou seja,

⁹ ARRIGHI, Giovanni. A ilusão do desenvolvimento. Petrópolis: Vozes, 1997. O autor questiona a possibilidade de uma mobilidade ascendente na rígida hierarquia da economia capitalista mundial, a qual é formada por um pequeno núcleo orgânico de países centrais, uma extensa periferia contendo os países mais pobres, e, uma semiperiferia composta das nações que muitos consideram emergentes.

¹⁰ FURTADO, Celso. O mito do desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

¹¹ Amartya Sen, Economista que após receber o Prêmio Nobel de Economia em 1998 apresentou conferências com o título de Desenvolvimento como liberdade (VEIGA, 2010).

não proporcionou o acesso de populações pobres a bens materiais e culturais, nem tampouco à saúde e à educação, como ocorreu nos países desenvolvidos (VEIGA, 2010).

Segundo Sachs (2004) o crescimento econômico, embora necessário, tem um valor apenas instrumental, e por si não garante o desenvolvimento. Mas o desenvolvimento não pode ocorrer sem crescimento. Com efeito, o desenvolvimento depende de um crescimento que seja capaz de, além de aumentar o PIB, também gerar empregos e reduzir a pobreza e a desigualdade. Contudo, “entre 1975 e 1990, o PIB global cresceu de 56% em termos reais, mas o emprego subiu apenas de 28%” (CAVALCANTI, 1994a, p. 9). Esses valores demonstram que, o crescimento, mesmo que acelerado, não é sinônimo de desenvolvimento se ele não ampliar o emprego e reduzir a pobreza, e ainda se não atenuar as desigualdades, desse modo, o crescimento econômico é um meio e não uma finalidade, e por isso é preciso avaliar seu significado não apenas por seus efeitos gerais (ampliação da oferta de bens e serviços, criação de empregos, aumento da arrecadação tributária e estímulo à inovação) mas, sobretudo por seus impactos diretos na vida das pessoas, das comunidades e dos territórios (ABRAMOVAY, 2012). Ademais, o crescimento econômico sem emprego (*jobless growth*) resulta de fatores como: (a) introdução da automação que poupa postos de trabalhos nas indústrias; (b) a política de salários baixos em detrimento de maior lucro financeiro; e (c) da transferência de produção que exige mão de obra intensiva para países periféricos, os quais aceitam a competitividade espúria, alcançada por meio de baixos salários, longas jornadas de trabalho e ausência de proteção social (SACHS, 2004, p. 116). Desse modo, o crescimento econômico pode, da mesma forma, estimular o mau desenvolvimento, processo no qual o padrão de crescimento é concentrador e excludente, e desse modo o PIB é acompanhado de desigualdades sociais, desemprego e pobreza crescentes (SACHS, 2004).

Essas constatações levaram pesquisadores a questionar os indicadores de PIB e PIB *per capita* quanto ao seu potencial para retratar o desenvolvimento, pois, esses índices medem os fatores de crescimento econômico, a produção e a renda (MONTIBELLER FILHO, 1993; SACHS, 2004; VEIGA, 2010), indicando o fluxo de bens e serviços produzidos pela atividade humana, mas “jamais o total de riquezas disponíveis” (STAHEL, 1994, p. 74). Conforme Montibeller Filho (1993), o crescimento da produção é associado ao crescimento econômico, que por sua vez é identificado com o desenvolvimento econômico, contudo,

o antropocentrismo e o cálculo econômico, assim tomados, como uma consequência macroeconômica, ou como um resultado social global, levam ideologicamente à fetichização ou culto da taxa de crescimento econômico, tornando-a pelo que efetivamente ela não é (MONTIBELLER FILHO, 1993, p. 132).

Isto posto, para demonstrar o desenvolvimento surgiu a necessidade de desenvolver outros índices, para uma medição mais ampla dos fatores econômicos e sociais. Então, na década de 1990 a ONU apresenta o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), que é uma medida resumida do progresso a longo prazo em três dimensões básicas do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde. O objetivo da criação do IDH, elaborado por Mahbud ul Haq com a colaboração do economista indiano Amartya Sen, foi o de oferecer um contraponto ao indicador do Produto Interno Bruto (PIB) per capita, que considera apenas a dimensão econômica do desenvolvimento (PNUD, 2018).

Conforme explica Veiga (2010), para Mahbud ul Haq e Amartya Sen, desenvolvimento significa a expansão das liberdades substantivas, e as pessoas devem ser as beneficiárias do desenvolvimento, por isso,

só há desenvolvimento quando os benefícios do crescimento servem à ampliação das capacidades humanas, entendidas como o conjunto das coisas que as pessoas podem ser ou fazer na vida. E são quatro as mais elementares: ter uma vida longa e saudável, ser instruído, ter acesso aos recursos necessários a um nível de vida digno e ser capaz de participar na vida da comunidade (VEIGA, 2010, p. 85).

Eis, portanto, a necessidade de avaliar o progresso na realização do bem-estar humano, pois a ausência dessas quatro capacidades impedem muitas outras escolhas (VEIGA, 2010).

Atualmente, os três pilares que constituem o IDH são mensurados da seguinte forma:

- * Uma vida longa e saudável (saúde) é medida pela expectativa de vida;
- * O acesso ao conhecimento (educação) é medido por: i) média de anos de educação de adultos, que é o número médio de anos de educação recebidos durante a vida por pessoas a partir de 25 anos; e ii) a expectativa de anos de escolaridade para crianças na idade de iniciar a vida escolar, que é o número total de anos de escolaridade que um criança na idade de iniciar a vida escolar pode esperar receber se os padrões prevalentes de taxas de matrículas específicas por idade permanecerem os mesmos durante a vida da criança;
- * E o padrão de vida (renda) é medido pela Renda Nacional Bruta (RNB) per capita expressa em poder de paridade de compra (PPP) constante, em dólar, tendo 2005 como ano de referência (PNUD, 2018).

Desde a sua criação, o IDH passou a ser divulgado anualmente, no qual apresenta um conjunto de indicadores, entre os quais,

a esperança de vida à nascença, as taxas de mortalidade de menores de cinco anos (que refletem a capacidade de sobreviver) e as taxas de alfabetização (que refletem a capacidade de aprender). Também incluem importantes indicadores sobre a possibilidade de realizar essas capacidades, como o acesso à água potável, e sobre a equidade na realização, como os hiatos entre homens e mulheres na escolarização, ou na participação política (VEIGA, 2010, p. 86).

Esse conjunto extensivo de indicadores fornecem medidas para avaliar o

desenvolvimento humano nas suas muitas dimensões (VEIGA, 2010), e, embora vários autores considerem que a renda *per capita* é um bom indicador porque está correlacionada com outros indicadores de qualidade de vida, o IDH tem demonstrado que países com o mesmo nível de rendimento têm grandes diferenças de IDH, isso se deve ao modo como são apresentados os dados sociais, mostrando a diferença entre rendimento e bem-estar (VEIGA, 2010; ABRAMOVAY, 2012). Essa diferença, deve-se ao modo como os recursos gerados são aplicados, pois, como descrito no Relatório do PNUD de 2004: “o desenvolvimento depende da maneira como os recursos gerados pelo crescimento econômico são utilizados – se para fabricar armas ou para produzir alimentos, se para construir palácios ou para fornecer água potável” (VEIGA, 2010, p. 86). Deste modo, como argumenta Sachs (2004), o crescimento econômico, mesmo que acelerado, não é suficiente para promover a eficiência alocativa, e portanto, não é sinônimo de desenvolvimento se ele não ampliar o emprego e reduzir a pobreza, e ainda, se não atenuar as desigualdades. Segundo o autor, é preciso evitar a “armadilha espúria e, em última instância, autodestrutiva, com base na depreciação da força de trabalho e dos recursos naturais” (SACHS, 2004, p. 14). Em outras palavras, em vez de maximizar o crescimento do PIB, o objetivo maior se torna promover a igualdade e maximizar a vantagem daqueles que vivem nas piores condições, de forma a reduzir a pobreza, e “alcançar a meta de uma vida melhor, mais feliz e mais completa para todos” (SACHS, 2004, p. 13). Por isso, Ignacy Sachs rejeita a proposição de que o desenvolvimento venha como resultado natural do crescimento econômico e seu efeito cascata (*trickle down effect*), pois diante das “desigualdades abismais, é um absurdo pretender que os ricos devam ficar mais ricos, para que os destituídos possam ser um pouco menos destituídos” (SACHS, 2004, p. 26).

Para Sachs, a ideia de desenvolvimento, no contexto histórico que surgiu, tem como tem a pretensão de reparar as desigualdades passadas, reduzindo o abismo entre os países desenvolvidos e os periféricos, ou seja, entre as minorias ricas modernizadas e maioria ainda atrasada. Assim, o desenvolvimento promete uma “modernidade inclusiva propiciada pela mudança estrutural” (SACHS, 2004, p. 13), e dessa maneira, o desenvolvimento pode ser redefinido em termos da universalização de todos os direitos humanos: “direitos políticos, civis e cívicos; direitos econômicos, sociais e culturais, entre eles o direito ao trabalho digno, criticamente importante, por motivos intrínsecos e instrumentais; direitos coletivos ao meio ambiente e ao desenvolvimento” (SACHS, 2004, p. 14).

Sachs (2004, p. 37) ainda destaca que, “embora os direitos sejam indivisíveis, deve ser dado um *status* especial ao direito do trabalho, visto o seu duplo valor, intrínseco, mas também

instrumental, já que o trabalho decente abre o caminho para o exercício de vários outros direitos”, e este é uma peça-chave para o desenvolvimento, dado seu duplo valor: intrínseco e instrumental, que possibilita o exercício de vários outros direitos. Assim, é importante que o desenvolvimento seja incluyente, pois “a maioria pobre não está excluída da esfera econômica, mas está praticamente excluída do processo de desenvolvimento, entendido como a apropriação efetiva da totalidade dos direitos humanos” (SACHS, 2004, p. 38).

Dessa maneira, segundo Veiga (2010, p. 81) o desenvolvimento “tem a ver com a possibilidade de as pessoas viverem o tipo de vida que escolheram, e com a provisão dos instrumentos e das oportunidades para fazerem suas escolhas”, e, ainda, segundo Sachs (2015) “cabe a nós mostrar que não aceitamos agir ao longo do princípio do *homo homini lupus*¹², nem tolerarmos mais o aprofundamento das desigualdades sociais entre e dentro das nações.

Conforme Sachs (2004), a igualdade, equidade e solidariedade estão embutidas no conceito de desenvolvimento, assim, em vez de maximizar o crescimento do PIB, o objetivo maior se torna promover a igualdade e maximizar a vantagem daqueles que vivem nas piores condições, de forma a reduzir a pobreza. A equidade, significa dar um tratamento de forma a favorecer os participantes mais fracos e incluir ações afirmativas que os apoiem (SACHS, 2004). Igualmente, é preciso “reconciliar os objetivos do progresso econômico com a oportunidade de trabalho decente para todos” (SACHS, 2004, p. 44), e além disso o desenvolvimento deve estar consonante com a realidade, e isso requer não ignorar “as relações complexas entre o porvir das sociedades humanas e a evolução da biosfera [...]. A sustentabilidade das civilizações humanas vai depender da sua capacidade de se submeter aos preceitos da prudência ecológica e de fazer um bom uso da natureza”, e por isso o desenvolvimento sustentável deve ser “socialmente incluyente, ambientalmente sustentável e economicamente sustentado no tempo” (SACHS, prefácio, VEIGA, 2010)¹³.

Para tanto, é imperioso buscar soluções que eliminem o crescimento obtido ao custo de elevadas externalidades negativas, tanto sociais quanto ambientais, e pautando a economia no uso cada vez melhor dos recursos, e onde os objetivos e o sentido da produção material se destinem ao atendimento das necessidades básicas e à ampliação das liberdades humanas, nos limites das possibilidades dos ecossistemas, entendendo que o limite não é o mesmo que

¹² Locução latina que significa "o homem é um lobo para o homem". Pensamento de Plauto cujo sentido é que o homem não raro se mostra feroz para o seu semelhante. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <<https://www.priberam.pt/dlpo/homo%20homini%20lupus>> Acesso em: 30 Abr. 2018.

¹³ SACHS, Ignacy. Prefácio do livro: Desenvolvimento sustentável – o desafio do século XXI (2010).

paralisa, e que há espaço para gerar prosperidade por meio de bens e serviços públicos e de inovações voltadas para o bem-estar social (ABRAMOVAY, 2012).

Assim, ao mesmo tempo em que é necessário utilizar os recursos naturais com prudência, para que as gerações futuras recebam de herança um planeta habitável, é imprescindível estar atento as questões de “desigualdades que existem no acesso às oportunidades de trabalho, na remuneração do trabalho, na proteção e participação sociais e na geração de renda e riqueza” (SACHS, 2004, p. 44). Desse modo, Ignacy Sachs chama a atenção para o desenvolvimento incluyente, e para tanto, defende o crescimento econômico dos países, principalmente os países em desenvolvimento nos quais “há uma urgência social que deve ser resolvida com prioridade”, e por isso não se pode condenar os países em desenvolvimento a um crescimento lento (SACHS, 2004, p, 44; 76). Em vista disso, “o desenvolvimento sustentável deve ser entendido como desenvolvimento econômico progressivo e balanceado, aumentando a equidade social e a sustentabilidade ambiental” (BELLEN, 2006, p. 55).

Isto posto, distinguir os termos sustentável, sustentabilidade e desenvolvimento sustentável torna-se necessário para a práxis. Segundo Feil e Schreiber (2017), o termo sustentável é conceituado como um alicerce que abrange a ideia de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, tendo por base a preocupação com a existência futura de recursos naturais necessários para a continuação da vida humana no planeta. Em síntese, sustentável refere-se a:

Solução à escassez de recursos naturais vinculados a questões energéticas e recursos naturais. Originou-se da deterioração entre ecologia global e o desenvolvimento econômico. Abrange a sustentabilidade e desenvolvimento sustentável. Preocupação com o futuro dos recursos naturais e da vida humana. (FEIL; SCHREIBER, 2017, p. 673).

O desenvolvimento sustentável, conforme Feil e Schreiber (2017, p. 676)

Objetiva o crescimento econômico sem agressão ambiental humana. Visão e longo prazo em relação às gerações futuras. Abrange o ambiental, o econômico e o social em equilíbrio mútuo. Propõe mudança no comportamento da humanidade. Materialização por meio de estratégias. Envolve processos e práticas.

Desse modo desenvolvimento sustentável é o processo que aproxima o sistema ambiental humano ao nível de sustentabilidade, para assim harmonizar e perpetuar no longo prazo, e por isso exige a ruptura de paradigmas e uma nova conscientização para auxiliar ações e atitudes que direcionem para a sustentabilidade (BAUMGARTNER, 2009).

O conceito de sustentabilidade expressa a preocupação com a qualidade de um sistema que é avaliada e operacionalizada por meio de indicadores que fornecem informações

quantitativas que possibilitam estabelecer metas e estratégias de longo prazo. Sartori, Latrônico e Campos (2014, p. 10; 11) caracterizam a “sustentabilidade como um princípio aplicável à sistemas. [...] envolve uma interação com sistemas dinâmicos que estão em constante mudança e necessitam de medidas pró-ativas”. Em síntese as propriedades da sustentabilidade:

Qualidade e propriedade do sistema global humano ambiental. Considera as evoluções dinâmicas temporais. Abrange os aspectos ambiental, econômico e social. Equilíbrio mútuo. Avaliação com indicadores e índices (FEIL; SCHEREIBER, 2017, p. 674).

Complementando esses atributos, Leff (2010, p. 31) ressalta que “a sustentabilidade é uma maneira de repensar a produção e o processo econômico”. Por isso, integrar economia, ambiente e sociedade são desafios da sustentabilidade, assim como também é um desafio a conscientização e envolvimento da sociedade (SARTORI; LATRÔNICO; CAMPOS, 2014).

3 O CONCEITO DE AÇÃO ADMINISTRATIVA SEGUNDO GUERREIRO RAMOS

Nos livros *Administração e Contexto Brasileiro* (1983 [1966]) e *A Nova Ciências das Organizações* (1989 [1981]), o sociólogo Alberto Guerreiro Ramos demonstrou preocupação com os resultados da modernização das sociedades contemporâneas ao constatar que a partir da Revolução Industrial a sociedade tornou-se unidimensional, tendo o mercado como a principal referência para todas as atividades humanas, ou seja, uma sociedade centrada no mercado. Ao analisar o contexto histórico o autor afirmou:

Hoje em dia a expansão do mercado atingiu um ponto de rendimentos decrescentes, em termos de bem-estar humano. [...] Os resultados atuais da modernização, tais como insegurança psicológica, a degradação da qualidade de vida, a poluição, o desperdício à exaustão dos limitados recursos do planeta, e assim por diante, mal disfarçam o caráter enganador das sociedades contemporâneas (sociedade industrial) [...] agora há indícios de que semelhante sucesso está a ponto de se transformar numa vitória de Pirro (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 22; 23).

Para Guerreiro Ramos (1989, p. 201) no processo de modernização, que se diga a industrialização e a busca do progresso, “as organizações, e o processo econômico que põem em vigor, são concebidos como se não tivessem vinculações à esfera biofísica”. Em consequência, as políticas econômicas e desenvolvimentistas da sociedade centrada no mercado têm levado a uma degradação social e ambiental sem precedentes, pois,

planejada de acordo com critérios puramente econômicos, retiram continuamente do ambiente matéria-prima de baixa entropia e a restituem em estado de alta entropia”, e dessa maneira, “esgotam e poluem o ambiente, perturbando desse modo as condições exigidas para uma resistente existência física, humana e social (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 201-202).

Segundo Guerreiro Ramos (1989), na maioria das organizações produtivas a racionalidade funcional prevalece como lógica subjacente às ações, sendo orientada pelo mercado, pois, “uma atividade de natureza econômica, ou sistema social econômico, é avaliado em termos de vantagens práticas a que conduz, está engrenado para a consecução de vantagens” (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 126). Dessa maneira, a racionalidade econômica legitimou o sistema de mercado, cujos valores passaram a ter uma orientação em termos econômicos, baseados no cálculo utilitário, e por isso associa a racionalidade instrumental ao funcionamento do mercado e ao modo capitalista de produção (GUERREIRO RAMOS, 1989).

Embora reconheça o sucesso prático da racionalidade econômica, Guerreiro Ramos (1989) advertia que a lógica racional tem sido unidimensional e exerce impacto desfigurador sobre a vida humana associada, pois, essa lógica que prevalece na maioria das organizações produtivas está pautada apenas no cálculo utilitário e êxito econômico, e está subjacente às

ações que determinam o padrão de sucesso a ser alcançado (GUERREIRO RAMOS, 1989). Além disso, esse mercado, liberado das premissas de valores éticos, tornou o ambiente das organizações propício para os abusos de poder e dominação, como também substituiu a comunicação humana pela comunicação informal, pois possibilita conduzir os indivíduos para uma competição permanente (SERVA, 1997a).

Contudo, o autor não defende a eliminação do mercado como um sistema funcional, tampouco não significa que a racionalidade instrumental deva ser abolida, mas que sua predominância em detrimento de valores mais substantivos impossibilita a capacidade dos indivíduos de fazerem escolhas éticas e morais, e, que apesar das consequências negativas do produtivismo, em relação ao sistema de mercado o autor sugere que

expurgado de suas injustificadas inclinações expansionistas, e de seus exageros políticos e sociais, o mercado moderno pode muito bem constituir a mais viável e eficiente das formas até aqui planejadas para a consecução da produção em massa, para a distribuição de bens e serviços e para a organização de determinados tipos de sistemas sociais de natureza econômica (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 195-196).

Ao evidenciar a crise de valores da sociedade industrial centrada no mercado, Guerreiro Ramos (1989) apresentou uma nova ciência das organizações. Em suas proposições, o autor assegura que a produção é ao mesmo tempo uma questão técnica e uma questão moral. Segundo o autor, a produção é uma questão moral em razão de seu impacto sobre a natureza como um todo, pois “a natureza é um sistema vivo, que só pode perdurar na medida em que não se violem os freios biofísicos impostos a seus processos de recuperação” (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 199). E por isso, o autor defendia que “a ciência social deveria libertar-se de sua obsessão com o desenvolvimento, e começar a compreender que cada sociedade contemporânea está potencialmente apta a se transformar numa boa sociedade”, por isso, defendeu “uma ciência da organização centrada na perduração” (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 196; 201).

Segundo o autor, em vista das consequências da expansão da lógica mercadológica nos aspectos social e ambiental, a ciência social moderna foi incapaz de fazer uma autocrítica e tornou-se instrumento de legitimação dos padrões econômicos como norteadores da vida humana associada, por isso propôs uma base epistemológica para as ciências sociais (GUERREIRO RAMOS, 1983).

Para Guerreiro Ramos (1983, p. 3) a administração se encontra em permanente mudança, e esse dinamismo é impulsionado por fatores internos bem como por relações externas, e por isso considera a administração como fato e como sistema. Desse maneira, Guerreiro Ramos (1983) analisa a administração como categoria de totalidade, isto é, como

conjunto de elementos e interações que se influenciam reciprocamente, por isso é necessário considerar as relações com outras esferas da vida social. Desse modo, o sistema administrativo é uma totalidade composta de elementos ou subsistemas em interação que age com sistemas externos e do qual recebe influências, e procura manter o equilíbrio na dinâmica de transformar entradas (insumos) em saídas (produtos) (GUERREIRO RAMOS, 1983).

Para o autor, as pressões do ambiente externo resulta do reconhecimento da necessidade de modernização, característica de uma sociedade aberta. Desse modo, o administrador é o agente ativo da modernização e a sua tarefa é cumprida mediante um desempenho estratégico, pois, “administrar é pôr em prática uma estratégia, tanto no nível microsocial como nível macrosocial. Administrar é escolher alternativas, entre possibilidades objetivas” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 150). Todavia, o autor defendia a necessidade de uma ação administrativa capaz de romper com a reprodução do sistema (GUERREIRO RAMOS, 1983).

De acordo com Guerreiro Ramos (1983), as organizações não possuem a capacidade de agir, na verdade são os indivíduos que agem por elas e em seu nome. Para tanto a “ação é capacidade de atuar sobre”, no sentido de modificar e “implica uma visão ética”. Por isso é necessário uma “ação que atende aos imperativos sociais de existência das organizações e, ao mesmo tempo, permita aos seus agentes a opção por existência substantiva é o que se espera vir a ser a ação administrativa” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 69).

Para compreender a definição de ação administrativa de Guerreiro Ramos é importante compreender a sua construção teórica, o qual aponta que, na análise das organizações devia se levar em conta

o entendimento de que as técnicas administrativas não coincide com o da sociedade global, (...) que a percepção de que eficiência e produtividade são fenômenos mais complexos do que supunha a teoria tradicional, e (...), a consciência de que é necessário conhecer de modo sistemático a influência do ambiente externo sobre as organizações (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 36).

Guerreiro Ramos (1983) afirma que, dado o complexo de elementos do fato administrativo, é necessário analisar seus vários componentes e, para tanto, distinguiu “como aspectos da realidade social, três ordens de elementos: aestruturais, estruturais e estruturantes” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 9). São elementos aestruturantes todas as coisas materiais (as instalações, máquinas, ferramentas, prédios, veículos, matérias primas), a mão de obra e as atitudes individuais e coletivas. Os elementos aestruturais impõe a necessidade de interferência de um fator estruturante a fim de assegurar o sistema. Os elementos estruturais configuram os elementos aestruturais, para formar um sistema coerente, e podem ser internos e externos. Os

elementos internos são a estrutura organizacional que define as linhas de autoridade, a hierarquia, as unidades funcionais e que ajusta os indivíduos a estrutura formal da organização. Os elementos externos são as associações e sindicatos de classe e classes sociais, a sociedade global e a sociedade mundial. Estes elementos influenciam desde a atitude dos trabalhadores aos processos e técnicas de trabalho e produção, e adoção de tecnologias, pois, a sociedade global e mundial exerce poder externo a fim de manter seus alvos e interesses. Como elemento estruturante, a decisão é o elemento dinâmico, que articula os demais elementos dando forma a organização, contudo, muitos fatores condicionam as decisões, pois elas ocorrem num espaço social concreto, “onde há elementos materiais, individuais, atitudes, grupos, classes, sindicatos e as influências e pressões da sociedade global e da sociedade mundial” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 13).

Para Guerreiro Ramos (1983, p. 73), o “fenômeno administrativo está sujeito a condicionamentos histórico-sociais, e, como “agente ativo da modernização (...) a tarefa do administrador é cumprida mediante um desempenho estratégico”, dotado de carga volitiva, e “estimula a interferir o curso dos acontecimentos”. Ademais, Guerreiro Ramos (1983, p. 156) descreve que o desempenho do administrador envolve um conjunto de elementos analíticos da estratégia administrativa, dentre os quais considera como fundamentais: “o propósito, o agente ativo, o fator estratégico, a possibilidade objetiva, e o consenso”. De acordo com o autor, “o propósito, por si mesmo, não tem eficácia”, mas carece de um ato volitivo do agente, pois, “a vontade do agente, orientada por um propósito sistemático, é, em última análise, a causa dos acontecimentos” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 157). Portanto, as ações orientadas por um propósito são ações autônomas e distinguem-se das ações induzidas, segundo o autor.

A ação de exercer o controle que produz os efeitos é o fator estratégico, o qual “presente ou ausente ao campo de probabilidades, uma vez controlado, propicia a eficácia de uma decisão ou a satisfação de um propósito” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 159). Portanto, é a ação do agente que produz os efeitos nas soluções dos problemas, e estas soluções podem ser hiper corretas ou adequadas, conforme esclarece Guerreiro Ramos (1983, p. 160): o “administrador hiper correto” age de forma acrítica e dócil em relação ao conhecimento administrativo, ajustando-se a prescrições genéricas que acredita serem válidas, reproduzindo técnicas ou soluções consideradas mais avançadas nos países desenvolvidos. Para o autor, “o que importa ao estrategista administrativo é encontrar soluções dos problemas, em consonância com as peculiaridades e com o nível geral de desenvolvimento da sociedade”, assim, as soluções

adequadas ou eficaz na resolução de um problema são aquelas analisadas frente aos elementos empíricos concretos (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 160).

Por outro lado há uma racionalidade na tarefa de selecionar uma estratégia no conjunto dos possíveis resultados, ou consequências. Assim, a decisão, ou escolha entre as várias alternativas, passa a ser categoria cardinal da administração, e é entendida como estratégia, pois, “a estratégia administrativa é um dentre outros tipos de elaboração de decisões (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 153).

Acentuando que o desempenho administrativo está referido a atividades humanas associadas, Guerreiro Ramos (1983, p. 47), definiu que a ação administrativa “é modalidade de ação social, dotada de racionalidade funcional, e que supõe estejam os seus agentes, enquanto a exercem, sob a vigência predominante da ética da responsabilidade”. Desse modo, a ação administrativa se trata de modalidade de ação social porque consiste no fato de ser orientada pela ação de outras pessoas para o alcance da eficácia – razão da ação administrativa, e que de certo modo é orientada pelo *ethos* da organização, ou ética da responsabilidade, sendo esta influenciada pela ética da convicção (GUERREIRO RAMOS, 1983).

Além disso, segundo Guerreiro Ramos (1983), as tensões éticas na organização conduzem para o problema das relações entre esta e o ambiente externo, e a fim de obter êxito é necessário à organização ser dotada de sensibilidade para as pressões do ambiente externo.

3.1 RACIONALIDADE INSTRUMENTAL E RACIONALIDADE SUBSTANTIVA

Considerando os vários fatores que influenciam a administração, Guerreiro Ramos direcionou sua pesquisa para uma reorientação conceitual da administração. Em um trabalho pioneiro nos estudos organizacionais, buscou em Max Weber os pares conceituais de “racionalidade funcional-racionalidade substancial e ética da responsabilidade ética do valor absoluto ou da convicção”, e em Karl Mannheim os adjetivos “funcional e substancial”, pois, considerava primordial que, “distinguir entre racionalidade funcional e racionalidade substancial constitui passo preliminar na pesquisa de uma definição clara de ação administrativa” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 37).

Max Weber descreveu que “a racionalidade formal e instrumental (*Zweckrationalität*) é determinada por uma expectativa de resultados, ou fins calculados. A racionalidade substancial, ou de valor (*Wertrationalität*), é determinada independentemente de suas expectativas de sucesso” (GUERREIRO RAMOS, 1989, p. 5). Assim, conforme Weber (2000), na

racionalidade econômica prevalece a relação entre os meios e os fins para o alcance de objetivos predeterminados, assim, admite a ação administrativa como “ação social com relação a fins”, e por selecionar e combinar meios para atingir objetivos é arguida pelo critério da racionalidade funcional, pois no tocante aos fins, “a ação racional é sistemática, consciente, calculada, atenta ao imperativo de adequar condições e meios a fins deliberadamente elegidos” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 38). Nesse sentido, a racionalidade funcional é função do objetivo estabelecido previamente.

Conforme Silveira (2008, p. 1117) a "racionalidade funcional – configura a articulação ou relação entre as ações para que os objetivos predeterminados sejam atingidos. A racionalidade é orientada então pelos objetivos a serem atingidos, e o seu atendimento é o determinante da racionalidade”, prevalecendo, desse modo, a relação entre meios e fins. Ademais, a ação racional orientada a fins é uma ação com sentido percebido pelo ator, e portanto, combina elementos intrínsecos e extrínsecos ao indivíduo, pois, segundo Weber, a ação racional depende da percepção de sentido por parte dos atores, e em certa medida é construída pelo contexto social, histórico e simbólico sob o qual se encontram tais atores.

Desse modo, “a ação instrumental possui sentido para o ator na medida em que este foi socializado, educado ou cresceu em um contexto social e histórico que valoriza a ação estratégica, calculista e movida por objetivos” (SILVEIRA, 2008, p. 1117). Portanto, além da iniciativa autônoma e voluntária de um indivíduo, a ação racional depende ainda dos significados sociais compartilhados. Silveira (2008, p. 1117), observa que “Weber não distingue a racionalidade formal do indivíduo de sua racionalidade substantiva. O homem possui as duas racionalidades e utiliza-se da racionalidade formal, quando os fins justificam sua conduta.

Para Mannheim, conforme explica Guerreiro Ramos, os “atos e elementos são funcionalmente racionais quando, articulados ou relacionados com outros atos ou elementos, contribuem para que se logre atingir um objetivo predeterminado” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 38). Ademais, conforme Mannheim, a industrialização proporcionou um aumento na quantidade de atividades que se impõe a racionalidade e, desse modo “a sobrevivência do indivíduo está sujeita a sua capacidade de auto-racionalização, isto é, depende de que seja capaz de se organizar, mentalmente, moralmente e fisicamente, para as tarefas funcionalmente racionalizadas, e ainda, devido a restrição da propriedade e dos meios de produção, a industrialização leva a uma concentração do poder de decisão. Assim, “a maioria dos indivíduos

na organização torna-se mero agente passivo do poder e de decisões (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 40).

O segundo par conceitual *weberiano* se reporta a ética da responsabilidade-ética do valor absoluto ou da convicção. Segundo Coltro e Santos (1998, p. 1), para Guerreiro Ramos, “a razão é compreendida como eticamente exercida e comprometida com os valores fundamentais do homem, o que leva à necessidade de que a ação administrativa deva ser também compreendida a partir de outros dois conceitos originariamente weberianos: a ética da responsabilidade e a ética do valor absoluto ou da convicção”. Guerreiro Ramos (1983) utiliza essas duas expressões em consonância com a explicação de Weber quando este tratou da ação social: “A ética da responsabilidade corresponde à ação referida a fins. (...) a ética do valor absoluto ou da convicção está implícita em toda ação referida a valores” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 42). Nesse sentido, conforme Silva, Munk e Souza (2010, p. 5, grifo dos autores),

entende-se que os agentes sociais são dotados de uma **ética da convicção** onde expressam seus entendimentos e preceitos pelos quais se norteiam. Contudo, ao reconhecer a existência de conflitos éticos nas organizações, para se promover o ajustamento positivo entre o indivíduo e seu trabalho, necessita-se que os agentes sociais nas organizações, sejam dotados de **ética da responsabilidade**.

Segundo Guerreiro Ramos (1983, p. 42), Weber “considerava as duas éticas ‘irredutivelmente opostas’. No entanto, quando afirma ‘absoluta racionalização na ação com relação a fins é... um caso limite’, parece admitir que as duas éticas possam coexistir, decerto em relações de tensão”. Desse modo, Guerreiro Ramos (1983, p. 43, grifo do autor) admite que “nas situações administrativas ou organizacionais, o indivíduo se encontra ordinariamente em tensão”, assim, “o problema do equilíbrio entre o indivíduo e a organização tem de ser equacionado também, levando-se em conta a contribuição dos dois tipos weberianos de ética.

Conforme Silva, Munk e Souza (2010, p. 5) a ação administrativa é delineada por racionalidades de distintos agentes sociais, sendo a ética da responsabilidade o meio para firmar a efetivação dessa ação, sendo esta promotora de equilíbrio organizacional, e assim, conforme Guerreiro Ramos (1983, p. 43) as duas éticas não são antagônicas, e pode-se admitir coerência entre ambas na medida em que a natureza do trabalho se coadunem com os valores dos indivíduos, pois, “num mundo em que a função do empresário adquire crescente conteúdo social, não somente ele como os que dele dependem estão compelidos à observância da ética da responsabilidade (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 43).

Portanto, no desempenho de sua função ou cargo é requerido a auto-racionalização da

conduta de seu ocupante, pois, “o indivíduo está orientado, em seu comportamento, por valores, isto é, por estimações e avaliações, das quais decorre a sua concepção de mundo, e seu ideal de realização própria e social, e que consubstanciam sua ética de convicção” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 43), ou seja, os valores são colocados pelo agente social como norteador das ações. Dessa maneira, administrar é implementar uma estratégia escolhida entre possibilidades objetivas, sendo que a escolha entre as possibilidades implica em tomar decisões, a qual é referida como uma preferência e “condicionada eticamente (...) apreciada substantivamente em termos de adequação (*correctness*)” (GUERREIRO RAMOS, 1983, p. 150).

Embora considerasse uma ousadia que a racionalidade substancial fosse equivalente com o mundo das organizações e das ações administrativas, Guerreiro Ramos (1983, p. 48) sugeriu que, em vista do progresso histórico-social, seria possível alcançar esse objetivo limite de “conciliar a eficiência com a racionalidade substancial”, pois, “a organização tem um *ethos* específico, diverso do *ethos* da vida humana em geral, em outras palavras, a ética da organização é a ética da responsabilidade, embora ela nunca deixe de ser, de certo modo, influenciada pela ética da convicção.

Em síntese, conforme Tenório (1990), na racionalidade instrumental há uma predominância da instrumentalização da ação social, que se traduz numa formalização mecanicista das relações sociais, e, na racionalidade substantiva há uma percepção da interação de fatos e, por isso, as relações entre administradores e administrados são produzidas segundo a percepção da ação racional com relação a fins. Tenório (1990) questiona ainda qual o papel que a razão substantiva desempenha frente à razão instrumental. A resposta a esse questionamento foi apresentada em trabalhos que levaram adiante a teoria de Guerreiro Ramos.

Complementando a teoria de Guerreiro Ramos, Serva (1996) apresentou em sua tese um quadro de análise que possibilita analisar tanto a razão substantiva quanto a instrumental na prática administrativa, e para fins operacionais definiu os seguintes elementos constitutivos da ação racional substantiva:

- a) *auto-realização* – processos de concretização do potencial inato do indivíduo, complementados pela satisfação;
- b) *entendimento* – ações pelas quais se estabelecem acordos e consensos racionais, mediadas pela comunicação livre e coordenando atividades comuns sob a égide da responsabilidade e satisfação sociais;
- c) *juízo ético* – deliberação baseada em juízos de valor (bom, mau, verdadeiro, falso, certo, errado etc.), que se processa através do debate racional sobre as pretensões de validade emitidas pelos indivíduos nas interações;
- d) *autenticidade* – integridade, honestidade e franqueza dos indivíduos nas interações;
- e) *valores emancipatórios* – aqui se destacam os valores de mudanças e aperfeiçoamento do social nas direções do bem-estar coletivo, da solidariedade, do

respeito à individualidade, da liberdade e do comprometimento, presente nos indivíduos e no contexto normativo do grupo;
 f) *autonomia* – condição plena dos indivíduos para poder agir e expressar-se livremente nas interações (SERVA, 1997b, p. 22).

A racionalidade instrumental tem a seguinte definição em Serva (1997b, p. 22): “ação baseada no cálculo, orientada para o alcance de metas técnicas ou de finalidades ligadas a interesses econômicos ou de poder social, através da maximização dos recursos disponíveis”. E, os elementos constitutivos da ação racional instrumental definidos por Serva (1997a, p. 123) são:

- a) cálculo – projeção utilitária das consequências do atos humanos;
- b) fins – metas de natureza técnica, econômica ou política (aumento de poder);
- c) maximização dos recursos – busca da eficiência e da eficácia máximas, sem questionamento ético, no tratamento de recursos disponíveis, quer sejam humanos, materiais, financeiros, técnicos, energéticos ou, ainda, de tempo;
- d) êxito, resultados – o alcance, em si mesmo, de padrões, níveis, estágios, situações, que são considerados como vitoriosos face a processos competitivos numa sociedade capitalista;
- e) desempenho – performance individual elevada na realização de atividades, centrada na utilidade;
- f) utilidade – dimensão econômica considerada na base das interações como um valor generalizado;
- g) rentabilidade – medida de retorno econômico dos êxitos e dos resultados esperados;
- h) estratégia interpessoal – aqui entendida como influência planejada sobre outrem, a partir da antecipação de suas prováveis reações a determinados estímulos e ações, visando atingir seus pontos fracos.

Serva (1997a), relacionou estes elementos constitutivos da racionalidade substantiva e da racionalidade instrumental a 11 processos organizacionais, também denominado de rubricas, e que permite distinguir a racionalidade instrumental da substantiva a partir de seus elementos constitutivos: a) hierarquia e normas; b) valores e objetivos organizacionais; c) tomada de decisão; d) controle; e) divisão do trabalho; f) reflexão sobre a organização; g) conflitos; h) comunicação e relações interpessoais; i) satisfação individual; j) dimensão simbólica; k) ação social e relações ambientais. Para identificar o tipo de racionalidade predominante nas ações administrativas, Serva (1997a) correlaciona os elementos constitutivos da racionalidade substantiva e racionalidade instrumental e cada processo organizacional (quadro 2).

Quadro 2 – Correlação entre os elementos constitutivos de racionalidade e a natureza de cada processo organizacional.

Tipo de racionalidade X Processos organizacionais	Racionalidade Substantiva	Racionalidade Instrumental
a) <i>hierarquia e normas</i> – as formas, critérios e estilos pelos quais o poder é exercido; os métodos de influência empregados; configuração da estrutura hierárquica; critérios ou requisitos para a ocupação de cargos ou espaços hierárquicos; tipos	Entendimento Julgamento Ético	Fins Desempenho Estratégia interpessoal

Tipo de racionalidade X Processos organizacionais	Racionalidade Substantiva	Racionalidade Instrumental
de autoridade; processos de emissão de ordens; natureza das normas, escritas ou não; processos de elaboração e estabelecimento das normas; instrumentos e/ou formas de difusão das normas; cumprimento das normas; conseqüências da infração às normas; rigidez ou flexibilidade;		
b) <i>valores e objetivos organizacionais</i> – conjunto dos valores predominantes na organização, sua origem e formas de difusão; objetivos do grupo; processo de estabelecimento dos objetivos, formal ou não; comunicação dos objetivos;	Auto-realização Valores emancipatórios Julgamento ético	Utilidade Fins Maximização de recursos
c) <i>tomada de decisão</i> – processos decisórios, estilos mais frequentes; diferenciação de competências decisórias na organização, subgrupos/pessoas que decidem; dimensões determinantes no processo decisório;	Entendimento Julgamento Ético	Cálculo Utilidade Maximização de recursos
d) <i>controle</i> – formas e finalidades do controle; indivíduos responsáveis pelo controle; instrumentos utilizados para controle;	Entendimento	Maximização de recursos Desempenho Estratégia interpessoal
e) <i>divisão do trabalho</i> – critérios e formas utilizadas para a divisão do trabalho; intensidade de especialização; flexibilidade e multifuncionalidade; departamentalização;	Auto-realização Entendimento Autonomia	Maximização de recursos Desempenho Cálculo
f) <i>reflexão sobre a organização</i> – processos de análise e reflexão a respeito da existência e atuação da organização no seu meio social interno e externo; autocrítica enquanto grupo organizado; regularidade e procedimentos empregados para realizá-la; em qual nível da organização a reflexão é efetuada;	Julgamento ético Valores emancipatórios	Desempenho Fins Rentabilidade
g) <i>conflitos</i> – natureza dos conflitos; estilos de manejo dos conflitos; formas como são encarados e solucionados os conflitos; percepção dos conflitos (fontes de desenvolvimento ou de risco de desagregação do grupo, atitudes conseqüentes); autonomia ou subserviência nos conflitos; grau de tensão provocado pelos conflitos;	Julgamento ético Autenticidade Autonomia	Cálculo Fins Estratégia interpessoal
h) <i>comunicação</i> e relações interpessoais – estilos e formas de comunicação dominantes; comunicação formal e informal linguagens específicas e seus significados; comunicação aberta, com feedback, autenticidade e autonomia, ou comunicação “estratégica”; significado e lugar da palavra no cotidiano da organização; liberdade ou limitação da expressão; estilos das relações entre os membros do grupo; formalidade e informalidade; clima e ambiente interno dominantes, face às relações interpessoais;	Autenticidade Valores emancipatórios Autonomia	Desempenho Êxito/resultados Estratégia interpessoal

Tipo de racionalidade X Processos organizacionais	Racionalidade Substantiva	Racionalidade Instrumental
i) <i>satisfação individual</i> – grau de satisfação dos membros em fazer parte da organização; principais fontes de satisfação ou de insatisfação;	Auto-realização Autonomia	Fins Êxito Desempenho
j) <i>dimensão simbólica</i> – iconografia utilizada na organização; idéias, filosofias e valores que embasam a dimensão simbólica; elementos do imaginário do grupo, suas origens e mutabilidade; relação do imaginário com as práticas cotidianas na organização;	Auto-realização Valores emancipatórios	Utilidade Êxito/resultados Desempenho
k) <i>ação social e relações ambientais</i> – ações da organização que marcam primordialmente a sua inserção no meio social; importância, significado e singularidade da ação social; congruência entre os valores professados, os objetivos estabelecidos e a ação social concreta; relações com outras organizações da sociedade. Redes, conexões e integração interorganizacional.	Valores emancipatórios	Fins Êxito/resultados

Fonte: Adaptado de Serva (1997a, p. 124-126).

Conforme Serva (1997b, p. 21), “se uma organização produtiva consegue obter êxito sem seguir predominantemente as diretivas da racionalidade instrumental dominante no mundo empresarial, então a organização em questão apresenta um alto grau de autonomia e também de auto-organização”.

A organização onde predomina a ação racional instrumental (RAMOS, 1989; SERVA, 1997b) está voltada para uma intenção de otimização dos recursos pela maximização dos lucros e minimização dos custos, projetando a ação gerencial em direção de interesses materiais, segundo a natureza econômica, técnica e política para o aumento de poder. Assim, o desempenho dos recursos, seja material ou humano, é medido por indicadores padronizados e pré-estabelecidos, e as relações entre os indivíduos são baseadas em interesses estratégicos e econômicos.

Por outro lado, a racionalidade substantiva busca o equilíbrio dos indivíduos em relação à coletividade, e, os valores éticos permitem julgar e mensurar os aspectos relacionados ao bem viver, o respeito à dignidade humana, e que segundo Guerreiro Ramos (1983) não se limita a determinada forma sistêmica de atuação nas organizações, mas sim em uma ação conjunta entre os princípios das pessoas. E assim, conforme Serva (1997b), a racionalidade substantiva resulta das relações entre as pessoas em busca da satisfação social, da autorrealização, no julgamento ético e nos valores emancipatórios.

4 PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO E MODA: DA NECESSIDADE DE VESTIR-SE AO PRÊT-À-PORTER E O FAST FASHION

Segundo o *Oxford English Dictionary*, moda pode ser definida como a atividade que forma, molda ou define objetos materiais ou imateriais. Mas isso não explica tudo. A moda reúne a autoria criativa, a produção técnica e a disseminação cultural associadas com o ato de vestir, unindo designers, produtores, varejistas e todos nós, usuários de roupas. [...] Mas a moda também tem uma relação complexa com sistemas mais abrangentes, como economia, ecologia e sociedade (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 8).

O sistema de moda foi construído ao longo da história da humanidade (BARTHES, 2009; LIPOVETSKY, 2009). Primeiramente, o homem primitivo usou peles de animais para proteção do corpo. Na Idade Antiga, os assírios, babilônios e gregos acrescentaram as lãs e os linhos às suas roupas, com o desenvolvimento dos tecidos, sendo que o “Oriente foi o primeiro produtor de têxteis luxuosos que, descobertos nos períodos das Grandes Navegações, provocaram o desejo dos consumidores europeus” (CATOIRA, 2006, p. 153). A vestimenta passou a ser um sinal de *status* social, muito embora, somente os nobres tinham acesso devido ao seu alto valor.

No final da Idade Média, a demanda de vestimenta pela classe burguesa, que desejava se vestir como os nobres, dá início a uma cultura social de consumo e também a um novo sistema de produção a custos mais baixos e em série (CATOIRA, 2006). Segundo Veblen (1983 [1890]), o consumo teve sua formação nas tradições da classe ociosa¹⁴ durante os primeiros estágios do desenvolvimento econômico, porém, afetou a vida econômica de épocas posteriores. É nessa época que nasce o homem elegante, fino, pois a fim de evitar o embrutecimento era necessário cultivar o gosto e a educação (VEBLEN, 1983 [1890]).

Veblen já apontava, no final do século XIX, que os gastos com vestuário têm um consumo representativo sobre os demais, pois as roupas evidenciam a situação pecuniária das pessoas, uma vez que as mesmas possuem um valor pecuniário e um valor social. Por isso, o dispêndio confesso para fins de ostentação é muito visível, sendo ainda o mais universalmente praticado, visto que, a norma reguladora do consumo é em grande parte uma exigência do consumo conspícuo, necessário para viver segundo regras do bom gosto e respeitabilidade aceitas pela sociedade (VEBLEN, 1983). Também Marshal¹⁵, em sua análise sobre o consumo,

¹⁴ População que não necessita trabalhar para consumir.

¹⁵ Marshal, A. **Princípios de Economia**, primeira edição publicada no ano de 1890.

cita sobre a necessidade de vestir-se como sendo resultado de causas naturais e também das atividades individuais, e que as mudanças nos costumes e na situação financeira levou a utilizar indumentárias mais refinadas, e “os esforços para distinguir-se pelo vestuário estão se espalhando nas classes inferiores da sociedade inglesa” (MARSHAL, 1996, p. 154).

E como surgiram as variações da moda? Segundo Veblen (1983, p. 79), as variações de moda também se devem ao consumo conspícuo, pois “se a cada vestuário é permitido servir por apenas uma breve temporada, e se nenhum da última estação é transportado e usado na seguinte, o dispêndio perdulário do traje é grandemente aumentado”. Assim, a inovação não só precisa ser mais bela do que a anterior, mas precisa ficar no mesmo padrão de dispêndio adotado. A moda prevalecente transmite a sensação de que é bela, por ser diferente do que era antes, e ainda por ser conceituada. A regra da respeitabilidade pecuniária orienta os gostos, de modo que qualquer coisa será aceita como elegante enquanto dure a novidade, por isso, “nenhuma moda suporta a prova do tempo” (VEBLEN, 1983, p. 81). Para Veblen (1983, p. 51), o padrão de vida é pela sua natureza um hábito, e a dificuldade em abandonar um padrão estabelecido consiste na dificuldade em quebrar um hábito já formado, sendo que o abandono do consumo habitual é o de maior relutância, e quanto mais um hábito coincidir com os costumes, tanto maior a persistência com que se fixará.

Movida pelos costumes e pelo consumo, a indústria têxtil e de confecções se tornou um dos setores econômicos de grande expressão no comércio mundial, e fez parte Revolução Industrial, na metade do século XVIII, influenciando a estrutura econômico-social da humanidade, e favorecendo a criação da indústria emergente que alterou o modo de produção ao transferir a produção de bens das casas e oficinas para a indústria (CATOIRA, 2006). Conforme Lipovetsky (2009), Assim, para acompanhar as exigências dos consumidores, a era industrial traz os conceitos de modelo, série, eficiência e qualidade.

Esse resultado deve-se em parte ao desenvolvimento de métodos modernos para a fabricação do vestuário na década de 1940, que possibilitou a produção em grande escala de roupas prontas para vestir, e, dado o volume de produção, os preços se tornaram mais acessíveis, promovendo mudanças no comportamento de consumo, fazendo com que a roupa, de uma necessidade, passasse a ser um bem de consumo (CATOIRA, 2006; ERTEKIN; ATIK, 2015). Após a Segunda Guerra Mundial, aparecem as primeiras fragmentações (adulto, moda jovem, infantil) do sistema de moda com foco no consumidor (CATOIRA, 2006).

Conforme Berlim (2016), o mercado de moda começou a crescer a partir da década de 1960, quando a indústria têxtil se aproximou da moda com a fabricação de roupas

industrializadas com linguagem de moda que caracterizará o sistema *ready to wear*, nos EUA, e *prêt-à-porter*, na França. Estes sistemas trouxeram roupas com tamanhos, cores e modelos diferenciados, prontas e à venda nas lojas, substituindo o trabalho de costureiras e alfaiates e, também, a prática da costura caseira. O setor, atualmente, ainda é responsável pela geração de postos de trabalho, contudo, tem sofrido transformações. Até a década de 1980 a produção em massa dos produtos não sofria grandes variações de uma estação para outra, a maior parte dos produtos acabados eram produzidos em lugares relativamente próximos do consumidor final, os ciclos de produção eram bem estabelecidos, os fornecedores eram regionais e a atividade era determinada pela oferta, sendo que as coleções se apresentavam em duas temporadas, primavera-verão e outono-inverno (JACQUES, 2015; CONTINO, 2015).

A partir de 1990 os varejistas começaram a combinar projetos mais modernos com o desenvolvimento de marcas diferenciadas, com uma estratégia de produção de custos reduzidos, e para isso deslocaram a produção para países subdesenvolvidos e emergentes, onde os salários são mais baixos em relação aos países desenvolvidos. “Atualmente, a maioria das empresas de vestuário desenham e comercializam seus produtos nos países desenvolvidos, ao passo que subcontratam a produção aos fabricantes dos países em desenvolvimento e subdesenvolvidos” (JACQUES, 2015, p. 135). Além disso, os varejistas realizaram fusões e incorporações, aumentando assim o poder de negociação das empresas compradoras.

Conforme Jacques (2015), esse novo sistema de produção de vestuário foi possibilitado pelo fim do Acordo Multifibras¹⁶, acordo este que regia a exportação do setor têxtil, e sua extinção expôs o setor à competição internacional, e assim estimulou os países produtores para atrair investimentos estrangeiros, e assim possibilitar a criação de empregos. Conforme a Organização Mundial do Comércio, “antes do Acordo entrar em vigor, uma grande parte das exportações de têxteis e vestuário de países em desenvolvimento para os países industrializados estava sujeita a cotas sob um regime especial fora das regras normais do GATT” (GENERAL AGREEMENT ON TARIFF AND TRADE) (WORLD TRADE ORGANIZATION, s.d., tradução livre).

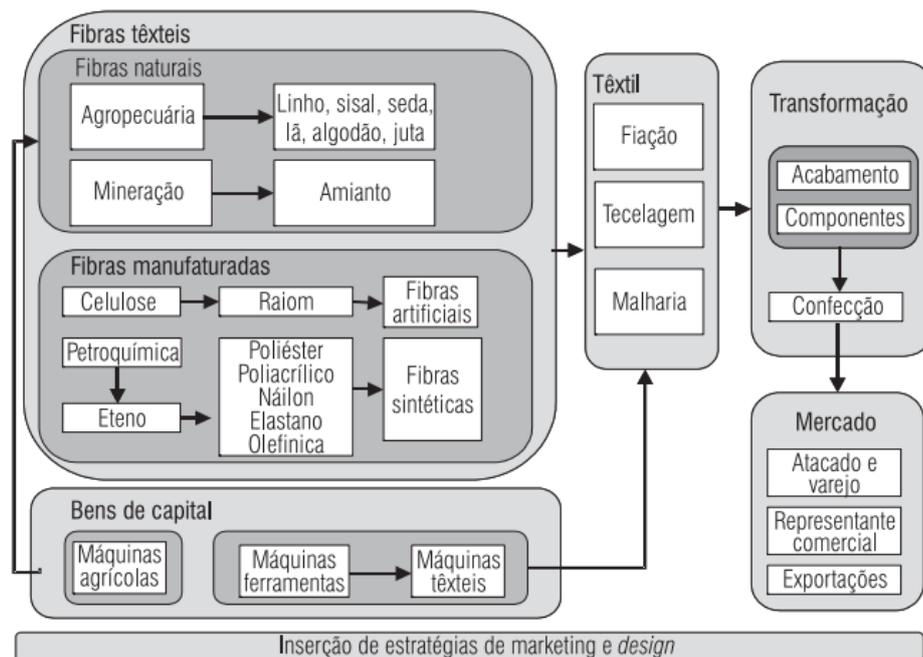
De fato, o setor têxtil é um dos setores que mais gera empregos e movimentação a economia global, conforme as estatísticas da Organização Mundial do Comércio (WORLD TRADE

¹⁶ Conjunto de acordos bilaterais ou medidas unilaterais que definiam as quotas de exportação de cada produto têxtil e de vestuário. Essas medidas eram aplicadas caso ocorressem importações crescentes de um produto (*import surges*), e vigorou no período de 1974-1994 (CAMPOS, 1993; AMARAL, 2008).

ORGANIZATION, Statistics on Merchandise Trade, s.d.). A China é o maior produtor, com 54% da produção mundial de têxteis e 49,7% de confecções, e em segundo a Índia, com 7,1% no segmento de têxteis e 7,9% de confecções, e o Brasil tem uma participação representativa nesse setor, sendo o quinto maior produtor de têxteis, e quarto na produção de confecções, com 2,7% e 2,5% da participação no mercado mundial, respectivamente, conforme dados do ano de 2013 (JACQUES, 2015; MENDES JÚNIOR, 2017), e empregou em torno de 865.000 trabalhadores no ano de 2016 (DIEESE, 2017). Além disso, o setor têxtil faz parte de uma cadeia produtiva (figura 2), a qual,

é constituída por firmas de grandes setores industriais: a indústria química, provedores de fibras químicas ou manufaturadas e insumos para tinturaria e acabamentos; a indústria agropecuária, fornecedora de fibras naturais; a indústria de máquinas e equipamentos especializados, que incluem tecnologias de automação, de software, de informação e comunicações. A indústria têxtil é a parte central da cadeia, envolve processos de fiação e de tecelagem, e a indústria de confecção, que transforma o tecido em roupas (JACQUES, 2015, p. 137).

Figura 2 – Configuração básica da cadeia produtiva têxtil e de confecções.



Fonte: IEL/FIEMG.

Fonte: Antero (2006, p. 63).

A dimensão dessa cadeia de produção demonstra a sua importância econômica. Contudo, atualmente, essa cadeia produtiva é altamente fragmentada, devido, principalmente a estratégia de redução de custos de produção e flexibilização organizacional. A deslocalização da produção deve-se ainda um conjunto de modificações nas regras internacionais que regem a

importação e exportação dos produtos têxteis nos anos 2000 (JACQUES, 2015). Os países da Ásia abarcam mais de 50% do mercado de têxteis e, também lideram como “maiores exportadores; maiores produtores; maiores empregadores; maiores produtores de algodão; maiores investimentos; e maiores empresas” (JACQUES, 2015, p. 137). Assim, o setor têxtil vem sofrendo transformações, passando de “empresas nacionais a redes de negócio, fragmentadas em termos operacionais, e globalmente distribuídas” (JACQUES, 2015, p. 137).

A partir dos anos 1980, com a eclosão da globalização econômica e da reestruturação produtiva em escala global, ocorrem enormes alterações nas estruturas empresariais especialmente na área administração, financeira e tecnológica. Com isso emergiram novas formas de organizações produtivas em escala global. O modelo *fast fashion* pode ser considerado uma dessas grandes inovações do varejo no final do século XX. A pioneira desse modelo é a Zara, do Grupo Inditex – Espanha, que iniciou o sistema de moda rápida reduzindo o tempo entre a criação, confecção e reposição nos pontos de venda. Para tanto, incorporou a velocidade para produzir as tendências de moda apresentadas em feiras de vestuário e desfiles, fazendo com que o produto esteja na loja no momento em que uma tendência de moda está em alta (JACQUES, 2015).

O tempo de reposição no modelo *fast fashion* é muito mais curto do que o tradicional *prêt-à-porter*, pois os varejistas têm dois objetivos principais que são reduzir o tempo necessário e fornecer mercadoria de moda simultaneamente ao tempo em que as tendências surgem. Para atender a essa estratégia, várias coleções pequenas são comercializadas numa mesma estação, e a quantidade de produtos do mesmo modelo é reduzida, no entanto, a variedade de modelos é aumentada. A produção é feita em larga escala, com intervalos de curto tempo entre o desenvolvimento, produção e distribuição, e tem como objetivo produzir e vender muito em menor tempo, a preços relativamente baixos, como um meio de promover o crescimento econômico contínuo (WATSON; YAN, 2013; POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). Para tanto o varejo adiciona ciclos de venda, tornando menor o tempo entre os ciclos e incentivando compras mais frequentes, pois introduz novos estilos e mercadorias semanalmente ou quizenalmente (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013).

A troca acelerada de coleções no *fast fashion* é a expressão dessa característica na moda: quanto mais rápido o consumidor sente que tem que comprar novas peças, maior a possibilidade de lucratividade das empresas (CONTINO, 2015). Conforme Fletcher e Grose (2012, p. 124), em um “sistema econômico e de mercado dominante, cujo objetivo é crescer continuamente

(...) aumentar a velocidade das operações é apenas um mecanismo pelo qual se alcança o crescimento”, e esse mecanismo é o que tem sido utilizado na indústria de moda para o mercado de massa no modelo *fast fashion*.

4.1 FAST FASHION: A VELOCIDADE COMO MECANISMO DE CRESCIMENTO DO SETOR DE VESTUÁRIO

Segundo Fletcher e Grose (2012, p. 124), “o modo de negócio predominante na indústria da moda, voltado para o mercado de massa e a produção e venda de roupas baratas e homogêneas, em quantidade cada vez maior, baseia-se na rapidez”. Conforme descreve Elizabeth Cline¹⁷, as grandes varejistas multinacionais de vestuário conseguem realizar produção intensa associada à troca rápida de coleções com maestria:

Na Zara, uma das mais importantes marcas de *fast fashion* e uma das primeiras a implementar o sistema, uma peça é concebida, produzida e chega às lojas em qualquer parte do mundo em apenas catorze dias. Na gigante espanhola, novos modelos chegam aos pontos de vendas duas vezes por semana e nas suas sedes são preparadas por dia um milhão de peças para envio às lojas. A inglesa Topshop disponibiliza quatrocentos novos modelos por semana para venda em seu website. Em 2004, ano em que foi lançada a simbólica coleção em parceria com Karl Lagerfeld, a H&M produziu mais de quinhentos milhões de peças de roupas. A rede sueca, cujas lojas recebem novos produtos diariamente, é capaz de conceber e colocar os produtos nas araras num prazo de oito semanas. Já na Forever 21, onde também há lançamentos diários, o tempo da concepção à venda é de seis semanas. A empresa costuma comprar os modelos desenvolvidos pelos fornecedores e até 2009 comprava mais de cem milhões de peças de vestuário por ano. Tanto a H&M quanto a Forever 21 expandiram a quantidade de lojas nos últimos anos, e, portanto, é muito provável que os números de mercadorias produzidas também venham aumentando (CLINE, 2012, p. 98-101 apud CONTINO, 2015, p. 27).

A alta rotatividade dos produtos favorece a diminuição dos estoques e cria um novo comportamento de consumo (CONTINO, 2015; SEGALA, 2017), pois, ao colocar as roupas de forma mais rápida no mercado uma empresa tem mais chances de vender, antecipando-se aos concorrentes, e, “aumentar a frequência de renovação dos estoques nas lojas (por, exemplo, introduzindo várias minicoleções em cada temporada) explora o desejo do consumidor por novidades e leva ao aumento nas vendas” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 124). Dessa forma, a mesma pessoa pode comprar mais produtos num menor espaço de tempo, “aumentando as possibilidades de venda de um determinado artigo e diminuindo a possibilidade de que o mesmo chegue a entrar em liquidação, ampliando assim a margem de lucro sobre o total das vendas”

¹⁷ CLINE, Elisabeth L. *Over-dressed: the shockingly high cost of cheap fashion*. New York: Portfolio/Penguin, 2012.

(CONTINO, 2015, p. 25). Assim, “desejos ilimitados, amparados por tendências que mudam rapidamente, são atendidos com produção ilimitada” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 128).

Desse modo, o advérbio rápido “virou sinônimo de um tipo específico de produto e ambiente de vendas” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 126). E isso é possível aliando “o apetite aparentemente insaciável dos consumidores” com os “avanços tecnológicos que eliminaram demoras na cadeia de fornecimento de roupas que um dia foram vistas inevitáveis” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 126). Com o controle eletrônico das vendas, possibilitado pela integração dos dados dos fornecedores vinculados a programas de produção flexíveis como o métodos de fabricação *just-in-time* e o uso de tecnologias de desenho por computador como o CAD/CAM¹⁸, tornou-se possível o reabastecimento das prateleiras com um item popular sempre que necessário, pois, desse modo, um desenho pode ser transformado em produto acabado e estar disponível nos pontos de venda em curto espaço de tempo (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 126). Dessa maneira o *fast fashion* trouxe uma nova realidade: “a tônica das tecnologias da informação, os intercâmbios econômicos e sociais e a flexibilização do trabalho. Tais dispositivos encurtaram as distâncias entre as produções e reorganizaram a lógica competitiva dos negócios” (BERLIM, 2016, p. 62), e mudou os “hábitos de comprar e vestir” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 128).

Conforme Contino (2015, p. 32), esse “conjunto de estratégias articuladas visa aumentar a velocidade do giro do capital para a manutenção dos altos níveis de lucratividade ao mesmo tempo que reduz o risco de insucesso dos produtos das empresas que conseguem implementá-lo”. Esse modelo é comumente abordado como uma estratégia de sucesso, contudo, “seus impactos quase nunca são abordados de forma abrangente e profunda” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 126). Embora a velocidade propicie eficiência na produção e venda, esse mecanismo exerce força e pressão sobre todas as partes da cadeia de fornecimento têxtil, e “tem levado cada uma dessas partes a uma espiral que esmaga os preços cada vez mais para baixos, além de empurrar pessoas e recursos naturais para além dos limites toleráveis” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 124). Assim, “embora o efeito econômico desejado de tal velocidade seja promover o crescimento do negócio, a consequência inevitável é aumento na demanda por recursos materiais e mão de obra, ditado por uma produção de mercadorias cada vez maior”

¹⁸ CAD - Computer-aided design, desenho assistido por computador; CAM – computer-aided manufacturing, Manufatura assistida por computador.

(FLETCHER; GROSE, 2012, p. 124). E essa dinâmica de produção em grande escala com vendas a preços baixos tem levantado questões sobre a riqueza social e ambiental.

Como explica Fletcher (2010), no setor da moda, a lógica do crescimento está bem estabelecida como base de poder e prosperidade, e esse sistema que cresce mais rápido é considerado melhor e é sustentado porque as pessoas acreditam nisso, no entanto, as implicações do crescimento econômico são complexas. Ainda segundo Fletcher (2010), nos últimos sessenta anos, o tamanho da economia global aumentou cinco vezes, e o pressuposto é que isso continuará expandindo tanto em países pobres como nos países ricos, porém, uma série de indicadores revelam as implicações desta estrutura econômica em questões ambientais e qualidade social: em comparação com apenas duas gerações atrás, a pobreza global tornou-se endêmica, com dois bilhões de pessoas ainda vivendo com menos de US\$2 por dia; as concentrações atmosféricas de carbono estão em níveis muito mais elevados; os ambientes naturais estão mais degradados; e, há um número crescente de conflitos sobre o uso da terra e acesso à água (FLETCHER, 2010).

4.1.1 Os efeitos ambiental e social da moda rápida - críticas ao *fast fashion*

A cultura do consumo, cultura do efêmero, condena tudo ao desuso mediático. Tudo muda ao ritmo vertiginoso da moda, posta ao serviço da necessidade de vender. As coisas envelhecem num piscar de olhos, para serem substituídas por outras coisas de vida fugaz. Hoje a única coisa que permanece é a insegurança, as mercadorias, fabricadas para não durar, resultam ser voláteis como o capital que as financia e o trabalho que as gera (Eduardo Galeano, 2010).

O modelo de negócio do *fast fashion* tem como diretriz econômica a expansão e o crescimento, e, para tanto, ações são realizadas para aumentar a produtividade da mão de obra para abastecimento do mercado de maneira rápida a custos baixos e consumidores são influenciados para comprar constantemente e assim manter o fluxo de produtos (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 118). De fato, como aponta Jacques (2015), as roupas elaboradas conforme o modelo *fast fashion* são conhecidas pelo baixo custo e pela baixa qualidade, sendo a maioria confeccionados com tecidos sintéticos e tempos mínimos de produção. Mas, essas roupas não são feitas para durar, uma vez que o objetivo do modelo é: pouco uso e compras constantes.

Essa dinâmica de produção e consumo ampliou e democratizou o acesso à moda pelos consumidores com menor poder aquisitivo, mas por outro lado, segundo Berlim (2016, p. 9), o *fast fashion* é um “sistema baseado na cópia, na produção e no consumo acelerado de roupas

baratas e descartáveis”. Conforme Jacques (2015, p. 216), “trata-se de uma verdadeira obsolescência programada, porque as roupas têm prazos de validade curtos que requerem uma rápida substituição” (JACQUES, 2015, p. 216), pois, “a maioria das peças é confeccionada com tecido de qualidade ruim, “e não raro a confecção da peça não sobrevive à lavagem, encorajando a compra de uma nova” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 128).

Para Fletcher e Grose (2012, p. 118), “a indústria atual transforma recursos naturais em produtos sem maiores considerações quanto às repercussões sociais e ambientais: o importante é que o produto seja fabricado e comercializado da forma mais rápida e barata possível”. Dessa maneira induz os consumidores a comprar em maior quantidade e a descartá-los tão logo inicie outra temporada com novas tendências de moda, resultando em aumento de resíduos de moda (JUNG; JIN 2016a).

Segundo dados do Mapping Clothing impacts (GRAY, 2017), no ano de 2014 nove países da Europa descartaram mais de um milhão e meio de toneladas de roupas em aterros sanitários. Entre os países que mais descartam roupas em lixo doméstico estão a Itália, Espanha e Reino Unido, conforme descrito na tabela 1.

Tabela 1 – Volume de roupas descartadas em lixo doméstico em nove países da Europa.

País	População (2014) em milhões	Resíduos de roupas	
		Toneladas	Kg per capita
Alemanha	81,2	280.972	3,5
Bélgica	11,2	32.140	2,9
Dinamarca	5,7	15.735	2,8
Espanha	46,5	306.744	6,6
França	66,4	214.920	3,2
Holanda	16,9	71.374	4,2
Itália	60,8	440.179	7,2
Reino Unido	64,9	302.000	4,7
Suécia	9,7	31.919	3,3

Fonte: adaptado de Gray (2017).

Juntamente com os resíduos têxteis é importante considerar ainda os efeitos da produção dessas peças sobre o meio ambiente, como os materiais utilizados na confecção, o uso da água, a utilização de agrotóxicos e o processo de beneficiamento. O processo de produção contribui para os vários impactos sobre a sustentabilidade, entre eles: mudanças climáticas, poluição química; perda da biodiversidade; uso inadequado de recursos não renováveis; geração de resíduos; efeitos negativos sobre a saúde humana e efeitos sociais para as comunidades produtoras (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 13).

A água é de vital importância para a vida na terra e também uma grande questão para a moda, uma vez que o consumo de água é necessário tanto “nas lavouras irrigadas como nos processos de produção, como a viscose que “requer cerca de 500 litros por quilo de fibra produzida” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 28). A água é utilizada nos processos de beneficiamento do tecido, principalmente na etapa branqueamento e tingimento. Nesse processos são utilizados ainda metais pesados, e conforme as características químicas e físicas, uma parte residual desses elementos são descartados juntamente com a água.

Ainda, no cultivo do algodão são aplicados pesticidas e inseticidas, que segundo Fletcher e Grose (2012), 16% do uso de agrotóxicos no mundo são destinados às lavouras de algodão, e esse valor representa mais que qualquer outro cultivo isolado, gastando anualmente US\$2 bilhões em pesticidas. Os resíduos químicos dos agrotóxicos também impactam o solo e a água dos rios. Todos esses resíduos têm impacto sobre os recursos naturais, provocando alterações climáticas, bem como comprometendo a biodiversidade.

Além da água, outro fator que impacta o meio ambiente é o uso de energia. Desde o processo de produção das fibras até a confecção das peças nas fábricas há intenso uso de energia na cadeia têxtil. A energia causa impacto ao meio ambiente pela emissão de CO₂ (dióxido de carbono)¹⁹, produzidos principalmente pelos combustíveis fósseis, que contribuem para aquecimento global. Conforme Fletcher e Grose (2012), há produtos que demandam mais energia e outros mais uso de água, e são as camisetas de algodão as que mais demanda água, assim as peças mais consumidas no mundo são as que mais demandam água. Já as fibras sintéticas, demandam mais energia, e não se decompõem com facilidade.

Além do problema com o descarte, aumentando os resíduos sólidos, há ainda impactos nas questões relacionados ao trabalho nas fábricas de corte e costura. Para vender moda a preços mais baixos, as empresas transferem a produção ou parte dela para outros países, terceirizando a confecção de mercadorias para fábricas localizadas em países em desenvolvimento, com o objetivo de reduzir os custos com força de trabalho, e apenas as etapas de criação e comercialização é realizada no país de origem (JACQUES, 2015; CONTINO, 2015). Conforme Jacques (2015, p. 167),

o conceito de deslocalização produtiva refere-se à transferência, total ou parcial, da capacidade de produção para outro país. Ela pode ser realizada como estratégia de se

¹⁹ Também chamado de gás carbônico, é um gás presente naturalmente na atmosfera, representando aproximadamente 0,036% de sua composição, e também emitido na queima de combustíveis fósseis e biomassa, nas mudanças de uso da terra e em outros processos industriais. É um dos principais gases de efeito estufa e é utilizado como referência perante os outros. Fonte: Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia - IPAM. Disponível em <https://ipam.org.br/glossario/dioxido-de-carbono-co2/>.

ingressar em um mercado nacional com barreiras tarifárias ou ser motivada pela existência de custos de produção inferiores, como insumos em geral, transportes, salários, tributos ou, ainda, subsídios para a implantação de unidades fabris. Trata-se de um processo contínuo, através do qual, as empresas multinacionais realizam localizações, deslocalizações e realocações em função de suas estratégias e do grau de abertura econômica dos países.

Para Jacques (2015, p. 167), os impactos sociais dos processos de deslocalização produtiva são ambíguos: “enquanto alguns teóricos destacam os limites em termos de desenvolvimento efetivo para os países receptores, outros ressaltam as possibilidades em termos de geração de empregos e de tributos para os países periféricos”. Todavia, como destaca Jacques (2015), em vários países, não houve uma melhora significativa em termos de geração de riqueza ou nas condições de trabalho, e o processo de desintegração vertical das grandes empresas não se configurou em novos tecidos produtivos, mas, o que predominou foi a “estruturação de cadeias caracterizadas por uma forte assimetria de poder entre as empresas e as cadeias de subcontratação, a partir de uma lógica de redução de custos com fortes consequências na geração de trabalhos precários” (JACQUES, 2015, p. 141).

A precarização do trabalho deve-se ao modelo de terceirização ou subcontratação, pelo qual as empresas deslocam alguns riscos e custos, e a responsabilidade sobre contrato, pagamento e condições de trabalho recai sobre o fornecedor, e desta forma o comprador distancia sua marca das condições inadequadas a que muitas vezes estão sujeitos os trabalhadores subcontratados (CONTINO, 2015), e conforme Jacques (2015, p. 137), “estão na Ásia as piores condições de trabalho em matéria de saúde e segurança, ausência de liberdade sindical, baixos salários e evidências de trabalho forçado e infantil”.

Mas essa oportunidade pode se transformar em ameaças devido o poder absoluto das negociações entre a indústria e as fábricas de costura, levando os salários cada vez mais para baixo, pois no sistema de terceirização os contratantes “pagam salários de subsistência para os trabalhadores, que em geral são muito pobres, a maioria são provenientes de área rural, desconhecem os direitos, não tem poder de argumentação e podem ser exploradas facilmente” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 49).

Segundo Fletcher e Grose (2012), a indústria global tem explorado a mão de obra existente em países subdesenvolvidos, e isso deve-se a capacidade de transferir facilmente a produção para os países onde os salários são mais baixos. Assim, à medida que os salários aumentaram nos países desenvolvidos buscou-se novos lugares que atendiam o requisito do baixo custo, e isso resultou “em uma cadeia de fornecimento de enorme complexidade, com

centenas de fábricas espalhadas por muitas nações” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 49). Mas, a consequência dessa cadeia fluida é que o bem-estar dos trabalhadores recaiu sobre os fornecedores, e assim as marcas globais isentam-se dessa responsabilidade, e com isso “o controle e o monitoramento estão sujeitos à corrupção e à manipulação, cada vez com mais chances de violação de direitos humanos: o que não podemos ver, não podemos monitorar” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 49).

Ademais, a deslocalização da produção para países subdesenvolvidos não contribuiu com a geração de riqueza nacional, pelo contrário, “o que predominou foi a estruturação de cadeias caracterizadas por uma forte assimetria de poder entre as empresas e as cadeias de subcontratação, a partir de uma lógica de redução de custos com fortes consequências na geração de trabalhos precários” (JACQUES; SANTOS; ORCHARD, 2016, p. 172). Essa consequência negativa resultou na criação de empresas denominadas “cogumelos” (empresas que iniciam e fecham suas atividades em curtíssimo tempo) ou “vão de escada” (empresas feitas no rés do chão das casas, ou nas garagens), e por não oferecer condições decentes de trabalho e regularidade de funcionamento tornam vulneráveis os direitos fundamentais do trabalho (JACQUES; SANTOS, ORCHARD, 2016, p. 182-183).

Outra consequência negativa são as “fábricas de suor” (*sweatshops*) nas quais os trabalhadores são forçados a longas jornadas, baixos salários, proibição da liberdade sindical e existência de trabalho infantil” (JACQUES; SANTOS, ORCHARD, 2016, p. 172). A expressão *sweatshops* é usada para se referir às fábricas que oferecem duras condições de trabalho existentes em países em desenvolvimento, e segundo Berlim (2016, p. 69) o termo surgiu ainda no século XIX, e significa, na língua inglesa, estritamente, “loja ou oficina de suor”, mas que assume o significado de fábrica que explora os empregados com horas excessivas de trabalho e suor, por baixos salários, em más condições ambientais. E, dentre as várias áreas industriais, desde a Revolução Industrial até hoje, a indústria têxtil é o principal reduto das *sweatshops* (BERLIM, 2016).

O trabalho nas *sweatshops*, em geral, é perigoso, difícil, mal remunerado e fora das legislações trabalhistas. A exemplo, o desabamento do prédio *Rana Plaza* em Bangladesh, em abril de 2013, onde funcionavam cinco fábricas de roupas que produziam para grandes redes internacionais de varejo, causou a morte de 1.138 pessoas e deixou mais de duas mil feridas (BERLIM, 2016). Essa foi a pior tragédia já ocorrida na indústria de vestuário e chamou a atenção do mundo para as questões relativas às condições de trabalho no setor (CONTINO, 2015, p. 53).

Após a tragédia, muitos ativistas e jornalistas realizaram campanhas pedindo o apoio dos consumidores para questionar onde suas roupas foram produzidas, e dessa forma pressionar as grandes varejistas globais a melhorar as condições de trabalho em toda a cadeia de produção de roupas (BERLIM, 2016). De fato, embora o setor tenha propiciado ganhos econômicos, os padrões de consumo excessivo tem sido alcançados à custa do meio ambiente e qualidade de vida dos trabalhadores nas fábricas (ERTEKIN; ATIK, 2015). Esse consumo excessivo vem com uma etiqueta de preço oculta, cujo valor é descontado do meio ambiente e dos trabalhadores na cadeia de abastecimento (DICKSON; CATALDI; GROVER, 2011; JACQUES, 2015; BERLIM, 2016). Além disso, a fragmentação e a terceirização da produção de vestuário para fornecedores estrangeiros levou ao declínio a fabricação de vestuário em países desenvolvidos, e ainda ampliou as questões de controle e transparência na cadeia produtiva (DIVITO; BOHNSACK, 2017).

Como argumentam Fletcher e Grose (2012), produzir com mais rapidez significa mais produção mas também gera mais impacto. Segundo as autoras, os custos do modelo de crescimento são sentidos sobretudo fora da organização que lucra com os resultados:

tais custos se traduzem em mais poluição, esgotamento de recursos e mudanças climática. Refletem-se nos salários de “fome” dos trabalhadores do setor têxtil, nos contratos de empregos temporários e nas horas extras não remuneradas, visto que os empregadores são pressionados – pelos grandes varejistas e marcas globais, que exercem seu poder econômico, e pelas economias de escala – a praticar preços mais baixos e prazos de entrega menores (reduzidos em 30% nos últimos cinco anos). São percebidos como falta de escolha e variedade de peças nas principais lojas, pois os grandes varejistas de roupas baratas criam uma dinâmica que prioriza, acima de tudo, o preço baixo, a disponibilidade maciça e a compra em quantidade, forçando os produtos menores – que sozinhos, não podem competir em preço – a sair do negócio. E são sentidos nos campos e fazendas de produtores de fibras, onde a terra se degrada – salinizada pelo uso abusivo de fertilizantes sintéticos ou compactada devido à pastagem excessiva – e onde as famílias de agricultores (que sozinhos, não conseguem ter preços competitivos) são forçadas a deixar suas terras (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 126).

Segundo Berlim (2016, p. 321), “a crítica social à moda foi reconfigurada nos últimos vinte anos através das mesmas denúncias de exploração e insalubridade presentes, desde o século XIX, nas tecelagens inglesas”. Além das condições de trabalho degradante, há também as evidências de trabalho escravo no setor têxtil, com constantes denúncias de condições inadequadas de trabalho e condições análogas a de escravidão, inclusive no Brasil (JACQUES, 2015; TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO DE SÃO PAULO, 2014; TRÁFICO DE PESSOAS E TRABALHO ESCRAVO..., 2015).

Atualmente há problemas referentes a questões laborais na cadeia de fornecimento,

desde as lavouras onde os problemas são relacionados a intoxicação por pesticidas e denúncia de trabalho infantil na colheita de algodão, e nas fábricas de corte e costura, onde a mão de obra é intensiva para a montagem das peças, várias irregularidades são apontadas, tais como: “baixos salários, ausência de contratos, falta de acesso a negociações coletivas, abusos físicos ou sexuais, etc.” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 20). Assim, a sustentabilidade na moda, segundo Fletcher e Grose (2012), implica na questão fundamental da saúde humana e condições de trabalho, portanto, é necessário haver mudança, tanto no processo industrial, quanto para as questões laborais.

Esses são os aspectos sociais das cadeias têxteis globais que endossam e justificam a crítica ética à moda: “seres humanos explorados nos países em desenvolvimento, excluídos da legitimação dos direitos trabalhistas e sindicais por simplesmente não configurarem como trabalhadores reais e legais” (BERLIM, 2016, p. 72).

Dado esses fatos, o modelo de produção *fast fashion* tem sido questionado por provocar um custo muito alto para o meio ambiente, e a temática da sustentabilidade passou a ser discutida no meio organizacional e governamental, principalmente pelas questões que envolvem o uso de recursos naturais, a geração de resíduos sólidos, a degradação do meio ambiente, a redução do ciclo de vida do produto que gera resíduos de moda com a mesma rapidez com que são produzidos, bem como para os trabalhadores da cadeia de produção do vestuário (JOHANSSON, 2010; FLETCHER; GROSE, 2012; JACQUES, 2015; BERLIM, 2016). Além disso, esse modelo de produção leva os consumidores a comprar em maior quantidade e a descartá-los tão logo inicie outra temporada com novas tendências de moda, resultando em aumento de resíduos de moda (JUNG; JIN, 2016a). De acordo com Fletcher (2010, p. 264, grifo da autora), “a questão não é, se podemos produzir mais moda (sabemos que isso é possível), mas quais são as consequências socioculturais e ecológicas de fazer isso? Os benefícios valem os custos extras?”. Esses custos são compreendidos como o aumento da poluição, o esgotamento dos recursos e os custos das mudanças climáticas, devido ao aumento crescente de produtos físicos necessários para crescimento contínuo (FLETCHER, 2010).

Para Divito e Bohnsack (2017), a indústria enfrenta problemas de sustentabilidade nas três dimensões de sustentabilidade: economicamente, em razão da pressão competitiva para redução dos preços; ecologicamente, devido ao uso excessivo de água nos cultivos de algodão, e os poluentes químicos no tingimento e acabamento de tecidos; socialmente, a fragmentação da cadeia de suprimentos e o uso generalizado da subcontratação dificultam a fiscalização das condições de trabalho dos fornecedores, expondo os trabalhadores a riscos nas práticas

trabalhistas, “como o uso do trabalho infantil, o excesso de horas extras ou o trabalho forçado” (DIVITO; BOHNSACK, 2017, p. 13). Desse modo, a sustentabilidade na moda está relacionada a diversas questões inerentes a essa indústria, “que vão desde o uso de produtos poluentes até o consumo desmesurado” (FERRONATO; FRANZATO, 2015, p. 105).

Diante dessas questões, Fletcher e Grose (2012, p. 124) destacam que o impacto desse modelo sobre os ecossistemas e os trabalhadores está “no cerne do desafio da sustentabilidade para a moda”. Conforme Pookulangara e Shepard (2013), a indústria do vestuário está no meio de mudanças dinâmicas com a adição de novos canais de distribuição, a escassez de recursos, mudanças climáticas, alterações demográficas, novas tecnologias e mudanças na economia mundial impactam sobre os varejistas e consumidores. “Quanto melhor o desempenho da indústria da moda, piores os efeitos – que são sintomas não de seu fracasso, mas de seu sucesso” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 126).

Para tanto, é necessário olhar para dentro do sistema e analisar as consequências do sistema de produção baseado no crescimento contínuo e buscar soluções para transformar a produção de moda, tornando-a sustentável. Todavia, para essa transformação, é preciso que haja uma mudança no sistema de produção de moda, alterando a velocidade de produção para um ritmo que considere o tempo ideal para a renovação dos recursos e o tempo de produção que respeite os trabalhadores na cadeia produtiva (FLETCHER, 2010).

E por isso é urgente questionar a velocidade na economia, mas há uma resistência para mudar as formas existentes de produção, como também, muitas vezes, essas práticas

limitam o que imaginamos que pode ser possível amanhã. Assim como a bitola dos trilhos limita as ideias sobre os tipos de trens que podem percorrê-los, os modelos econômicos existentes nos atam a certas ideias sobre o modo como o negócio da moda pode operar. É a própria infraestrutura que precisa ser repensada (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 125).

Fletcher e Grose (2012) reconhecem que, para mudar a moda, as práticas econômicas e sociais que moldam, limitam e dão sentido ao setor deve fazer parte do debate da moda, pois desafia o crescimento da obsessão da moda com a produção em massa e o estilo globalizado, professando um estado maior de consciência do processo de design e seus impactos nos fluxos de recursos, trabalhadores, comunidades e ecossistemas. Assim, falar dos efeitos da moda rápida para a sustentabilidade, sem criticar as práticas de negócio, é tratar do assunto de maneira superficial ou absolutamente ineficaz (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 126).

Para Fletcher e Grose (2012, p. 132),

o pensamento econômico dominante, baseado no crescimento, promove o desejo

humano por novidade e por bens materiais como algo natural e desejável. Tal desejo por variedade cíclica é facilmente manipulado pelo comércio. A mensagem cultural do crescimento invade nossa vida cotidiana, obscurecendo nossas percepções, de modo que, em meio a tanto ruído comercial, distinguir entre necessidades reais e desejos fabricados está longe de ser uma tarefa fácil.

Mas, “existem atividades de moda cuja velocidade tem um perfil ‘melhor’ quanto ao uso de recursos, mas invocá-las significa que os modelos que sustentam a indústria da moda precisam mudar; ao questionar a velocidade, devemos questionar também a economia, pois são dois lados da mesma moeda” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 125).

Essas questões procuram uma explicação para a definição de um tipo de sistema de moda que pode melhor atender às nossas necessidades totais, e o modo de produção lenta (*slow*) é um convite para pensar sobre a mudança de sistemas no setor da moda e questionar o papel do crescimento econômico, valores subjacentes e visões de mundo na moda para que uma sociedade diferente e verdadeiramente "mais rica" se desenvolva (FLETCHER, 2010, p. 264).

Contudo, a moda é um sistema complexo que envolve economia, ecologia e sociedade (BERLIM, 2012), e a sustentabilidade é uma dos fatores mais críticos para a moda, pois a desafia em todos os detalhes, dos materiais aos processos de fabricação e descarte, como também os fatores políticos e econômicos, pois é um dos setores que movimenta o comércio mundial e que também gera muitos postos de trabalho, sendo uma alternativa de emprego, inclusive em países pouco desenvolvidos. E talvez por isso, muito pouco se avançou em termos de sustentabilidade, porém, tanto produtores quanto consumidores perceberam que a sustentabilidade e conduta ética são fatores importantes, e que a moda acessível também levanta questões éticas (ERTEKIN; ATIK, 2015).

5 SLOW FASHION: A PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO E MODA E OS PRINCÍPIOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Fazer de modo mais eficaz algo que nem deveria ser feito não é motivo de alegria
(*Herman Daly, 1991*)

A consciência ecológica vem sendo discutida nos países desenvolvidos desde meados do século XX, porém, foi ignorada pelo setor têxtil até as décadas de 1980 e 1990, quando o discurso da moda incorporou os pilares do pensamento sustentável: ecologia, economia e equidade social (BLACK, 2012). Embora as primeiras publicações abordando o design sustentável e ecologia industrial são das décadas de 1970 e 1980, o tema da sustentabilidade entrou na agenda de pesquisa do campo da moda somente no início do novo milênio, porém, evidenciando um sentido de urgência para informar e possibilitar ações positivas e impactar esse grande setor global (BLACK, 2008, 2012).

O sinal de alerta para a necessidade de uma mudança no setor têxtil foi dado pelos níveis de resíduos de vestuário nos aterros sanitários da Europa e pela precarização do trabalho. Segundo Black (2012) a indústria de moda e vestuário é complexa e canalizada através de uma cadeia de suprimento fragmentada e em constante mudança, distribuída por vários países devido o processo de globalização. Dado isso, a produção de vestuário tornou-se uma fonte vital de empregos, principalmente em países em desenvolvimento, e em alguns desses países como Vietnã e Bangladesh contribui com até 80% da receita de exportação, porém, com um grave custo humano e ambiental (BLACK, 2012). Por outro lado, a deslocalização da produção para outros países também tem provocado o fechamento de fábricas e consequentemente diminuição de postos de trabalho no Ocidente (JUNG; JIN, 2014).

Preocupados com essa situação acadêmicos, governo e indústria no Reino Unido lançaram em 2007 o Plano de Ação de Vestuário Sustentável, que logo foi seguido por outros países e, a partir daí surgiu um crescente consenso de que o consumo excessivo por meio de ciclos de moda cada vez mais rápidos tem que terminar (BLACK, 2012).

Nesse cenário, o *slow fashion* é apresentado como uma abordagem de produção para enfrentar os desafios que a sustentabilidade impõe ao setor de vestuário. Assim, o *slow fashion* tem por objetivo mudar o sistema de produção do vestuário, de um modelo que está ancorado no crescimento econômico contínuo, e que negligencia o fator social e ambiental, para um modelo que incentiva a produção de alta qualidade, produções regionais e trabalho justo,

incentivando ainda os consumidores a considerar a compra de forma holística, compreendendo o impacto ambiental e social (FLETCHER; GROSE, 2012).

5.1 O PONTO INICIAL DA ABORDAGEM *SLOW FASHION*: A CULTURA LENTA

O ponto inicial para definir a abordagem *slow fashion* é esclarecer que, embora os termos lento e rápido sejam opostos em sentido lexográfico, o *slow fashion* não está em oposição ao *fast fashion*, segundo explicação de Fletcher (2010). Na abordagem *slow fashion*, o termo *slow* (lento) não é um descritor de velocidade, mas sim um termo que é utilizado para nomear um conjunto coerente de atividades que promove a produção e o consumo dentro dos limites biofísicos. Desse modo, *slow fashion* e *fast fashion* têm “visões de mundo diferentes, com lógica econômica e modelos de negócios, valores e processos diferentes” (FLETCHER, 2010, p. 262).

Enquanto no modelo *fast fashion* a produção é feita em larga escala, com tempo de reposição mais rápido e intervalos de curto tempo entre o desenvolvimento, produção e de distribuição para fornecer mercadoria de moda simultaneamente ao tempo em que as tendências surgem (WATSON; YAN, 2013; POOKULANGARA; SHEPARD, 2013), na abordagem *slow fashion* a produção é feita em pequena escala, produções regionais, com técnicas tradicionais de confecção, materiais disponíveis na região e mercados locais, e baseando-se na sustentabilidade na indústria da moda. Por isso incorpora o *design* de alta qualidade e a remuneração justa, com preços reais que refletem os verdadeiros custos ecológicos e sociais.

Segundo Clark (2008), no âmbito da moda, o termo *slow* apareceu pela primeira vez no ano de 2004, em um artigo escrito por Angela Murrils, colunista de moda da *Georgia Straight*, uma revista de moda online baseada em Vancouver, Canadá. Neste artigo, Murrils (2004) emprega o termo “*slow clothes*” para descrever a produção e consumo de roupas baseada nos princípios orientadores do *slow food*, e como isso teria efeito positivo no guarda-roupa das pessoas, cujas escolhas de aquisição de roupas seria como comer as frutas das estações, cada qual produzida a seu tempo, e ainda com a certeza de onde e como são produzidas.

O movimento *slow food* surgiu na Itália na década de 1980, época em que o país vivenciava o ápice da fase de crescimento econômico, e iniciavam-se as mudanças para o sistema neoliberal, com mudanças nos valores e modelos de consumo. Nesse período as cadeias de *fast food* começaram a ser instaladas na Itália e, contrários a abertura desse modelo de negócio, que são estranhas à cultura nacional e aos hábitos de alimentação baseados na tradição

italiana, Carlo Petrini juntamente com seus amigos lideraram uma manifestação contra a abertura de um restaurante McDonald's próximo da histórica *Piazza di Spagna*, em Roma. Logo após a manifestação Folco Portinari redige o manifesto do *slow food*, no qual contesta os valores do produtivismo e consumismo, exaltando as virtudes de uma vida lenta, baseada nos valores e nos prazeres dos sentidos e da sabedoria (GENTILE, 2016). Assim, no contexto das discussões sobre as consequências sociais e ambientais é que surgiu o movimento *slow food*, em defesa da biodiversidade na alimentação, opondo-se a padronização do paladar, defendendo a necessidade de informação dos consumidores e a proteção de identidades culturais vinculados aos alimentos (GENTILE, 2016). Assim, o *slow food* opõe-se a padronização de variedades e sabores, e vincula o prazer da comida à consciência e à natureza responsável de sua produção, buscando preservar as tradições culinárias e a diversidade agrícola de uma cultura e região, defendendo a necessidade de informar o consumidor (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 128).

Como vereador na cidade de Bra, Carlo Petrini estava ligado a modelos de expressão cultural da identidade regional, contribuindo para a fundação de associações de natureza político-cultural e voltadas para a preservação e promoção das tradições camponesas da gastronomia e da produção vinícola local. Essas atividades contribuíram para a elaboração do que se tornou o movimento *slow food*, bem como para a sua forma organizacional. Dessa maneira, além de enfatizar métodos tradicionais da culinária, também tem feito esforço para apoiar os pequenos agricultores locais e promover o uso de produtos locais e sazonais e o comércio justo (FLETCHER, 2012).

Esse modelo de produção inspirou o surgimento de outros movimentos lentos, entre os quais o movimento de designers e estilistas que constituíram um movimento crescente para uma produção com base na sustentabilidade (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013), e em 2006 realizaram o Simpósio “Slow + Design”, em Milão, na Itália. Como resultado do simpósio, os organizadores apresentaram o manifesto sobre a abordagem *slow* considerando três linhas de reflexão: (a) valorização dos recursos locais e distribuição da economia; (b) sistemas de produção transparentes com menos intermediação entre produtor e consumidor; e, (c) valorização de produtos sustentáveis e sensoriais, com uma vida mais longa utilizável (CLARK, 2008). A partir desse simpósio vários designers aderem ao princípio *slow design*.

No ano seguinte, em 2007, Kate Fletcher, professora do Centro de Moda Sustentável da Universidade de Artes de Londres, publica um artigo no site *Ecologist* com o título *Slow Fashion*, no qual alerta para que os compradores desacelerem suas compras, considerando o

“custo real de escolher quantidade sobre a qualidade” (FLETCHER, 2007). Para tanto, sugeriu uma abordagem diferente, no qual designers, compradores, varejistas e consumidores fossem mais conscientes dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, comunidades e ecossistemas. E, assim “como no *Slow Food*, o *Slow Design* e o *Slow Fashion* conjugam prazer em criar, inventar e inovar com prazer em consumir” (BERLIM, 2012, p. 54).

Assim, por sua gênese, a abordagem *slow fashion* opera em um ritmo de produção mais lento, mas não se refere somente ao tempo, como o seu nome sugere. Tampouco, não é apenas produzir peças de estilo clássico, ou literalmente reduzir o tempo do processo de produção. O *slow fashion* é, sobretudo, um meio de incorporar a responsabilidade social, a sustentabilidade, a transparência e outros conceitos fundamentais para melhorar as práticas de negócios, bem como manter a rentabilidade, como esclarecem Fletcher e Grose (2012). Desse modo, os itens *slow fashion* são aqueles que não são produzidos sob ideais de um modelo de negócio *fast fashion*, e, geralmente não são em resposta às rápidas mudanças de tendências da moda (WATSON; YAN, 2013)

Além disso, o *slow fashion* propõe mudar as relações de poder na cadeia têxtil, que atualmente se concentra nos grandes varejistas e marcas globais (FLETCHER; GROSE, (2012). Por isso fomenta a transparência das relações bem como dos impactos sobre fluxos de recursos, trabalhadores, comunidades e ecossistemas.

Portanto, segundo Fletcher e Grose (2012, p. 128), “o movimento da moda lenta é mais do que simplesmente eliminar da moda as partes ruins”. Por isso, é apresentado como um modelo que pode revolucionar o setor do vestuário, pois afeta a estratégia do setor de operações, a utilização da tecnologia para reduzir o desperdício e a poluição, bem como a escolha das matérias primas, priorizando o uso de fibras ecológicas, o engajamento da força de trabalho, além de incentivar os consumidores para considerar sua compra de uma forma holística (SIEGEL et al., 2012). Para tanto, o desenvolvimento sustentável deve estar presente em todo o ciclo de vida do produto, o que inclui as etapas de pré-produção, produção, uso e fim de vida do produto, de forma a respeitar os trabalhadores, o ambiente e os consumidores, em igual medida (FLETCHER; GROSE, 2012). Dessa maneira,

a moda lenta requer uma infraestrutura modificada e uma produção reduzida de produtos. Definitivamente, moda lenta não significa fazer negócios como de costume e simplesmente desenhar clássicos e planejar prazos mais longos para o fornecimento de matérias-primas. A cultura lenta não trata de ‘mandar uma cadeia de lojas melhorar os preços’ ou ‘estipular coleções anuais’. Representa uma flagrante ruptura com as práticas atuais do setor e com os valores e objetivos da moda rápida (baseada no crescimento). É uma visão da indústria da moda construída a partir de premissas fundamentalmente distintas (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 128, grifo das autoras).

Conforme Fletcher e Grose (2012), a moda lenta não está em oposição a moda rápida, porém, desafia a obsessão da moda rápida com a produção em massa e padronizada, questionando a ênfase das tendências em detrimento da confecção de alta qualidade feita para durar. Segundo Fletcher (2010), o *fast fashion* mudou os hábitos de compra ao criar necessidades ilimitadas, dadas as rápidas mudanças das tendências para serem tratadas com produção ilimitada. Já o *slow fashion* é um modelo de produção de moda baseado em valores éticos para que o desenvolvimento aconteça para todos os envolvidos, e por isso deve ter maior transparência ao longo da cadeia de abastecimento e produção, priorizando a redução da poluição, o uso de fibras ecológicas, melhores condições de trabalho e remuneração justa para os trabalhadores, além de incentivar os consumidores para considerar suas compras com base na qualidade ao invés de quantidade (FLETCHER, 2007). As diferenças entre os dois modelos de produção de moda são apresentados no quadro 3.

Quadro 3 – Resumo de diferentes abordagens às noções de moda rápida e moda lenta.

MENTALIDADE RÁPIDA	MENTALIDADE LENTA
Produção em massa	Diversidade
Globalização	Global-local
Imagem	Autoconsciência
Novo	Confecção e manutenção
Dependência	Confiança mútua
Não ciente dos impactos	Profundamente ligada aos impactos
Custo baseado em mão de obra e materiais	Preço real, incorporando custos sociais e ecológicos
Grande escala	Pequena e média escala

Fonte: Fletcher e Grose (2012, p. 129).

Por seus princípios, a moda lenta se distingue da moda rápida tratando as questões ambientais e sociais de modo mais responsável, buscando conectar todas as etapas de produção e incentivando um novo modo de consumo. Como uma abordagem alternativa de produção, a moda lenta encoraja o uso dos recursos locais para apoiar a economia, o ambiente e as pessoas (FLETCHER, 2007; JUNG; JIN, 2014).

5.2 SLOW FASHION: ENTRELACANDO OS PRINCÍPIOS DA SUSTENTABILIDADE

Segundo Clark (2008), a produção *slow fashion* tem como objetivos: (i) valorizar os recursos locais e distribuição da economia; (ii) produzir com mais qualidade e em pequena escala, respeitando os trabalhadores; e, (iii) produzir artigos sustentáveis, com uma vida de uso

mais longa, por isso exige um design que gera experiências significativas.

O primeiro objetivo refere-se a valorização dos recursos locais e distribuição da economia, e portanto, conduz ao slogan popular “pensar globalmente e agir localmente”, que identifica o local como um espaço de resistência contra a cultural global, onde consumidores tem assumido um senso de responsabilidade global, e novas articulações tem ocorrido entre o global e o local. Tipicamente o assunto segue a moda global, no qual os estilos em nível internacional, por consumir roupas que são projetadas, fabricados e distribuídos em mais de um lugar ou país. Clark (2008) cita trabalhos de designers brasileiros, que buscando criar um estilo latino também utilizaram os apoiaram projetos socialmente responsáveis, visando contribuir com a economia local, bem como as comunidades, e a transparência do sistema de produção e condições dos trabalhadores ou o impacto ambiental.

No segundo objetivo, sistemas de produção transparentes com menos intermediação entre produtor e consumidor, Clark (2008), refere-se a produção em pequena escala onde a fronteira entre consumidor e produtor são bem definidas na indústria de moda, e envolve uma qualidade maior na produção, com trabalho mais valorizado, fabricando coleções pequenas, no entanto, para garantir o lucro necessário sem saturar o mercado, os preços são mais elevados.

O terceiro objetivo, a valorização de produtos sustentáveis e sensoriais, com uma vida mais longa utilizável, foca atenção na valorização e conhecimento do objeto e exige um design que gera experiências significativas. Para tanto, a aquisição do produto é encarada como um investimento, tanto pelo valor monetário, como pela longevidade funcional e design atemporal, que mantém uma atração para um particular consumidor ou usuário mesmo depois da temporada. Desse modo, o produto tem que ser mais substancial do que o visual ou a imagem (CLARK, 2008).

Clark (2008) apresenta que o propósito de *slow fashion* não é retardar literalmente a cadeia têxtil de suprimentos de vestuário, mas dar ênfase um processo mais sustentável, que inclui planejamento concepção, produção, fornecedores e educação do consumidor. Contudo, considera que a produção *slow fashion* é um desafio, visto que por sua gênese opera em um ritmo de produção mais lento, consciente de seus diversos públicos como designers, compradores, varejistas e consumidores, e do impacto que a moda produz sobre os trabalhadores, os consumidores e ecossistemas. Ademais, é uma alternativa à produção em massa e ao *mainstream* da produção de vestuário, e por isso sugere uma ruptura com os valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico.

Por essas características, o *slow fashion* se afasta das práticas atuais da indústria baseada no crescimento econômico e, assim, “promove a democratização da moda, não por oferecer às pessoas roupas mais baratas que basicamente parecem iguais, mas por lhes proporcionar mais controle sobre as instituições e as tecnologias que impactam suas vidas” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 128). Para tanto, incentiva um modo de consumo baseado na durabilidade das peças e a forma como são produzidas, e removendo a imagem da moda como algo descartável (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013) e desafia a obsessão da moda rápida com a produção em massa e o estilo globalizado ao mesmo tempo em que sugere mudanças. Mas, “influenciar o sistema dominante na moda é um dos maiores desafios para a sustentabilidade, e também um de seus maiores potenciais, pois, “a moda afeta a vida de quase todos, todos os dias, e pode ser um veículo eficaz para mudar intenções, atitude e comportamento” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 122). A abordagem *slow fashion* se posiciona contra falsa eficácia do modelo de produção *fast fashion*, e, portanto, advoga pela transparência no sistema de produção, a criação de produtos com uma vida utilizável mais longa, utilização de materiais de qualidade e valorização dos trabalhadores em relação ao desempenho das funções e a remuneração.

Assim, as mudanças na moda “têm grandes conotações políticas. Desafia a predominância do modelo de crescimento – produção globalizada em grande escala, cadeias de fornecimento não transparentes, fluxo de grandes volumes de roupas similares, além a mística do processo de criação da moda” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 144). Contudo, os benefícios associados à essas mudanças são a recriação de fluxos e uma participação mais ativa e saudável entre os produtores e consumidores de moda. Assim, para mudar o sistema de produção são necessárias estratégias que vão além do desenvolvimento do produto e escolha dos materiais, pois implica na organização da produção, estabelecendo uma negociação direta com os fornecedores.

Para Fletcher e Grose (2012, p. 143), a sustentabilidade se baseia na ação, e, portanto, depende de atitudes que façam uma mudança no sistema, principalmente em relação ao modelo de produção e consumo. No entanto, uma mudança nas relações de poder entre os produtores de moda e os consumidores só é possível em uma escala menor de produção (FLETCHER; GROSE, 2012).

Para que essa mudança aconteça, Fletcher e Grose (2012) têm realizado um trabalho de conscientização dos designers, no qual pedem mais respeito aos efeitos do desenvolvimento

sobre a velocidade e os custos na cadeia de fornecimento, de maneira que possa contribuir para uma mudança nesse cenário. Além do mais, também incentivam a abertura de pequenos negócios de design, acreditando que as novas empresas podem ser um agente eficaz de mudança. Empresas de menor estrutura são mais ágeis e se adaptam mais facilmente ao ambiente, e podem apresentar modelos novos e inéditos, e, em conjunto com outras empresas podem influenciar a cultura dominante, a exemplo da cultura digital, “em que a inovação começa pequena e leva a uma megatendência nos negócios, até enfim reestruturar a paisagem competitiva” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 155).

Importante ressaltar que o nível de mudança vai além da empresa, pois a questão da sustentabilidade ultrapassa as fronteiras de corporações, desse modo, descobrir potenciais contextos, ou ainda “pisar em outros setores da economia – e até revisitar setores existentes com uma nova perspectiva – cria mais oportunidades para que os designers apliquem suas habilidades profissionais em benefício da sociedade e da ecologia” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 155). A adesão de mais designers pode tornar mais ampla a informação, o surgimento de novos padrões de consumo e comportamento.

5.2.1 Valorização da tradição e do produto local

Em muitas localidades a economia gira em torno de projetos de artesãos, os quais, além de gerar empregos, garantem a continuidade de tradições e artesanatos da sua localidade, contribuindo para que estes não desapareçam e assim favorece a manutenção da cultura do país. “Por sua natureza, o design local é rico e diverso, pois surge dos talentos e recursos de determinada região e suas histórias, e das atitudes de seu povo, suas tradições, estruturas sociais e mercados que podem ou não estar disponíveis” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 110). Portanto, quando um designer trabalha em conjunto com os artesãos de certa localidade ele pode sentir a diferença “entre os negócios dedicados a apoiar uma indústria de artesanatos e aqueles que usam os artesãos só como mão de obra” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 111), pois, os produtos locais possuem

uma estética que, por si só, reflete a autonomia social do grupo de artesãos, em que ornamentos, materiais, técnicas e habilidades locais são parte integrante do desenho. Já os produtos para os quais a região serve primordialmente como fornecedora de mão de obra costumam passar a sensação de que poderiam ter sido feitos em qualquer lugar (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 110-111).

Conforme Berlim (2012, p. 54), “a procedência dos produtos e seus impactos também

são itens considerados pelos consumidores e interagem com o prazer ligado à consciência de estar fomentando uma cadeia produtiva ética – valor perdido com muita rapidez na criação e no consumo da *fast fashion*”. Por isso a informação sobre a produção – quem produziu e como produziu, passam a ter importância para os consumidores.

5.2.2 Mudanças necessárias para tornar a moda sustentável: materiais, processos e a mão de obra na cadeia têxtil

Para Fletcher e Grose (2012, p. 10) “o processo de sustentabilidade impele a indústria da moda a mudar. Mudar para algo menos poluente, mais eficaz e mais respeitoso do que hoje; mudar a escala de velocidade de suas estruturas de sustentação e incutir nestas um senso de interconectividade”. Em uma visão abrangente do ciclo de produção e consumo, para alcançar a sustentabilidade continuada é necessário modificar o modelo de negócio (FLETCHER; GROSE, 2012). Para tanto, todo o ciclo de moda deve passar por melhorias com objetivo de produzir de forma mais consciente a respeito dos limites do meio ambiente.

Nesse campo, as inovações tem proporcionado meios que, se aplicados na cadeia têxtil, podem contribuir com a prática mais sustentável. As inovações em sustentabilidade buscam por soluções para os problemas que impactam os sistemas ecológicos, sendo que essas inovações se destacam em quatro áreas:

- interesse crescente por materiais provenientes de fontes renováveis, o que leva, por exemplo, à adoção de fibras têxteis de rápida renovação;
- materiais com nível reduzido de “insumos” de produção, como água, energia e substâncias químicas, o que resulta em técnicas de produção de fibras sintéticas com baixo consumo de energia (às vezes descritas como de baixa emissão de carbono) e no cultivo de fibras naturais orgânicas, por exemplo;
- fibras produzidas em melhores condições de trabalho para os agricultores e produtores, conforme ilustram os códigos de conduta dos produtores e as fibras com certificação Fairtrade (“comércio justo”);
- materiais produzidos com menos desperdício, o que desperta interesse por fibras biodegradáveis e recicláveis provenientes dos fluxos de resíduos da indústria e do consumidor (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 13).

Segundo Fletcher e Grose (2012) essas áreas de inovação estão em constante mudança e influenciam questões éticas e sociais. Como exemplo, as emissões de carbono ganharam relevância nas últimas décadas devido aos resultados das pesquisas sobre mudanças climáticas, levando as indústrias, inclusive a da moda, a procurar soluções.

5.2.3 Materiais de fontes renováveis

Conforme Fletcher e Grose (2012, p. 13), “todos os materiais afetam de alguma forma os sistemas ecológicos e sociais, mas esses impactos diferem de uma fibra para outra quanto ao tipo e à escala”. Portanto, as fibras cultivadas organicamente são aquelas que devem ser priorizadas como material para a produção de moda sustentável, uma vez que possuem características de fibras renováveis. As fibras renováveis são também biodegradáveis, e do mesmo modo, as fibras derivadas de plantas e de animais se decompõem facilmente em partículas simples. No caso das fibras sintéticas existem fibras que são biodegradáveis (biopolímeros), degradáveis (se decompõem mas leva muitos anos) e as não degradáveis (não se decompõem) (FLETCHER; GROSE, 2012). Essa classificação das fibras é feita de acordo com a capacidade de renovação de sua fonte material, conforme descrição no quadro 4.

Quadro 4 – Características das fibras renováveis e fibras não renováveis.

Fibras	Características
Fibras renováveis	Fibras vegetais cultivadas: algodão, cânhamo. Fibras feitas de celulose de árvores, como o liocel. Fibra de bambu. Fibras animais: lã, pelo, sedas. Florestas e produtos cultivados são renováveis após alguns anos ou meses, desde que a exploração não exceda a regeneração.
Fibras não renováveis	Poliéster, nylon e acrílico. Com as fibras derivadas de minerais e petróleo há um desequilíbrio bruto entre taxa de extração e velocidade de regeneração – no caso do petróleo é de cerca de um milhão de anos.

Fonte: adaptado de Fletcher e Grose (2012).

Mesmo as fibras sendo biodegradáveis, a biodegradação de uma peça de roupa está condicionada aos demais materiais a ela agregados, pois a decomposição de linhas, zíper, entretela e aviamentos não biodegradáveis, bem como as mesclas de fibras (lã e acrílico; algodão e poliéster) ocorrem em velocidades e processos distintos. “Usar linhas e etiquetas de poliéster ou entretela com adesivo sintético em uma camisa de algodão inevitavelmente retarda a decomposição completa” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 17).

Além disso, a biodegradação dos biopolímeros só ocorre em processo de decomposição em condições proporcionadas por estação de compostagem industrial, com temperatura e umidade que desencadeia a decomposição da fibra. Se não houver um processo de coleta para canalizar os resíduos e sem infraestrutura adequada esse processo de decomposição não ocorrerá. Ademais, um ponto crítico na decomposição dos biopolímeros é que em aterros sanitários, esses sintéticos biodegradáveis produzem altos níveis de metano, gás causador do efeito estufa (FLETCHER; GROSE, 2012).

Assim, embora a substituição dos materiais não resolva totalmente os problemas relacionados aos impactos ambientais, a substituição de materiais leva a benefícios que contribuem para reduzir a poluição (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 12).

5.2.4 Reduzir o uso de água, energia e substâncias químicas

A água é um dos recursos mais utilizados na indústria têxtil, se considerado desde o cultivo de plantações irrigadas e na produção, processamento e beneficiamento de tecidos e peças prontas. Portanto, “inovar para reduzir o uso de água no cultivo de fibras é parte inevitável do futuro da indústria da moda” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 28). Por isso, é necessário repensar os meios de produção direcionando para um processo mais econômico dos recursos naturais, a fim de alcançar a sustentabilidade. Para reduzir o uso da água nas lavouras a indicação é a produção orgânica, que não utiliza pesticidas na produção de insumos agrícolas. A exemplo a cotonicultura, que direcionou o mercado para fibras cultivadas organicamente, livre de pesticidas, herbicidas, e transgênicos. Além disso, o produto transgênico não é aceito na agricultura orgânica (FLETCHER; GROSE, 2012).

Juntamente com a água, o uso de energia é uma das preocupações com a sustentabilidade na cadeia têxtil. A indústria necessita de energia e combustível para movimentar máquinas, equipamentos e veículos que transportam a produção. O Dióxido de carbono (CO₂) é usado como o indicador de atividade sustentável na indústria da moda. Contudo, embora algumas marcas anunciem uma redução substantiva da pegada de carbono²⁰ (IPAM, 2014), “é importante não confundir baixas medidas desse composto, em particular, ou uso reduzido de energia, em geral, com boas práticas sustentáveis em toda a indústria da moda, pois essas medições refletem impactos em uma só escala”, e por isso é importante entender a interconexão de temas da sustentabilidade e seus efeitos (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 26).

A redução ou substituição de substâncias químicas é outro fator importante para a sustentabilidade da cadeia têxtil. Segundo Fletcher e Grose (2012), como são essenciais no processo de fabricação, nem todos os processos ou tratamentos químicos podem ser evitados, mas a inovação e ainda a substituição de processos e produtos podem contribuir para reduzir o

²⁰ A “pegada de carbono” de um setor pode ser medida pela quantidade total de dióxido de carbono (CO₂) e/ou de outros GEE por ele emitida, comparada a uma emissão de referência estabelecida ao longo de séries temporais e/ou espaciais. É, portanto, uma quantificação do tamanho do impacto daquele setor no meio ambiente, obtida através de um inventário de emissão de GEE (Gases de Efeito Estufa). Fonte: IPAM (2014).

uso dos recursos e causar o menor impacto possível. Contudo, é importante avaliar as implicações de cada substituição. A exemplo, o processo de branqueamento é a etapa preparatória para o tingimento, e é necessária porque proporciona uma cor uniforme no tecido, o que influencia na durabilidade da peça por evitar o descarte devido a descoloração. No processo de branqueamento é utilizado o cloro, que é considerado um cancerígeno. A substituição do cloro é uma alternativa para reduzir esse impacto negativo. Como produtos alternativos ao cloro há o peróxido de hidrogênio e o ozônio. O peróxido de hidrogênio tem a vantagem por ser mais econômico, pelo seu custo menor, porém, no processo de produção há desvantagens: o peróxido de hidrogênio necessita de altas temperaturas, acima de 60 °C, para ser ativado, e assim demanda alto consumo de energia, e além disso outros aditivos químicos, e que são poluentes, são necessários para otimizar o branqueamento. Já o Ozônio é outra alternativa, contudo é mais caro para o processo pois necessita de equipamentos de uso específico. Essas alternativas embora mais cara reduzem o custo de limpar as águas residuais e tende a compensar os custos iniciais. “Também é possível economizar com a combinação de etapas de processamento, eliminando lavagens intermediárias e o uso de energia e água (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 35).

Os avanços nas técnicas de tingimento e na composição química dos corantes têm proporcionado melhor desempenho, haja vista que os corantes reativos bifuncionais alcançam até 95% de fixação ao tecido. Além dos corantes químicos são ainda necessárias outras substâncias auxiliares que facilitam o processo, como o sal. Para tingir fibras à base de celulose com corantes reativos, por exemplo, usa-se sal em grande quantidade, para obter maior exaustão. “A exaustão é importante porque, quanto maior for a taxa de fixação, menos tempo o corante permanece no banho de tingimento, menor o nível de substâncias químicas corantes liberadas em águas residuais e menor o risco de poluição” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 38).

No mercado há alternativas com corantes com baixa concentração de sal para o tingimento do algodão e alguns sistemas de tingimento do poliéster, porém demandam temperaturas muito altas, aumentando o uso da energia, e também não estão disponíveis em toda parte, mas existe ainda sistemas de tingimento, como o tingimento descontínuo a frio, operam em temperatura ambiente e eliminam por completo a necessidade de aquecimento (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 38).

A localização da indústria também é um fator a ser considerado no processo de sustentabilidade, pois, “mudar o foco e corantes para banhos de tingimento e para tinturaria alarga a perspectiva do design sobre a sustentabilidade da coloração de roupas. Mas o fato de

que o processo de tingir artigos têxteis depende do mundo natural, e ao mesmo tempo, é por este limitado” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 38), por isso deve-se observar o local onde está localizada a tinturaria, pois é onde os sistemas industriais e os sistemas naturais interagem de forma direta. Há sistemas têxteis que são harmonizados com os ecossistemas, os quais podem evitar a diminuição do uso da água em 80 a 90%, e os processos de tratamento das águas residuais garantem a reciclagem da água e esta pode ser reutilizada na tecelagem.

Para o tingimento também há a opção por corantes naturais, contudo, alguns fatores implicam na sua utilização pela indústria, tais como: a disponibilidade de matérias primas, a dificuldade para garantir o padrão da cor em reprodução de larga escala e também a estabilidade da cor, que pode desbotar com poucas lavagens. O resultado do tingimento com corantes naturais proporciona resultado desiguais, mas são essas variações que conectam a roupa com a natureza e o local onde são produzidas. Além disso, há uma grande variedade de pigmentos naturais que compõem uma cartela de cores variadas e, apresenta-se como alternativa para uma produção que não tem como principal objetivo atender “os padrões que a indústria impõe a si mesma, mas, acima de tudo, trabalhar dentro dos limites da natureza e adaptar a criatividade e a prática conforme necessário” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 43).

Além dos pigmentos naturais, existe também as fibras que são naturalmente coloridas, sendo uma opção que contribui mais do que o uso de corantes naturais ou corantes de baixo impacto ambiental para alcançar a sustentabilidade. As fibras com cores naturais são oferecidas pela natureza, como o algodão e o linho ou pelos de animais, como a lã. A cor natural reflete tanto as características climáticas do local como os minerais naturalmente presentes na água e no solo local, como ainda a dieta do animal (no caso das fibras proteicas, como a lã), como ainda os padrões climáticos da região, como exemplo, “os tons naturais mais escuros do linho, causados pelas chuvas e pela umidade extra durante o crescimento e a maceração – e revelam de imediato as técnicas de processamento tradicionais em determinada região produtora” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 41).

Isto posto, somente a característica da matéria prima não garante a sustentabilidade, pois é preciso analisar ainda as condições em que foram produzidas, a quantidade de insumos, energia, água e substâncias químicas utilizadas no campo e nas fábricas, e o impacto que esses insumos geram sobre os ecossistemas e sobre os trabalhadores (FLETCHER; GROSE, 2012). Portanto, o princípio geral da sustentabilidade na indústria da moda é a aplicação de boas práticas que possam contribuir com a produção sustentável, conforme descrição no quadro 5.

Quadro 5 – Princípios gerais para boas práticas na indústria da moda.

OBJETIVO	AÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> • Usar recursos naturais com critério. • Reduzir o risco de poluição. 	<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar o número de etapas de processamento. • Minimizar a quantidade e a toxicidade das substâncias químicas usadas e eliminar processos nocivos.
<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar o consumo de energia. • Minimizar o consumo de água. 	<ul style="list-style-type: none"> • Combinar processos ou usar processos que demandem baixa temperatura. • Eliminar os processos que consomem muita água.
<ul style="list-style-type: none"> • Reduzir o volume em aterros sanitários. 	<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar a geração de resíduos em todas as etapas.

Fonte: Fletcher e Grose (2012, p. 34).

Segundo o exposto, conforme Fletcher e Grose (2012), embora haja materiais que possam ser substituídos por outros que causem menor impacto ao ambiente, de nada adiantará se os volumes de produção continuarem aumentando, e não irá aliviar os efeitos negativos causados sobre o meio ambiente. Embora a adoção de fibras orgânicas possa trazer benefício, aliviando efeitos negativos da moda rápida em uma parte da cadeia de fornecimentos, somente “essa medida é incapaz de lidar com as consequências cumulativa ou de longo prazo nos sistemas sociais e ecológicos como um todo, pois esses efeitos negativos são endêmicos ao sistema econômico que sustenta o setor” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 126).

5.2.5 A produção de fibras e as condições para o trabalhador e o produtor

Além dos materiais, outro fator importante para uma produção de moda sustentável está relacionado à produção das fibras, tanto em relação às características do cultivo e substâncias utilizadas, quanto no que diz respeito às condições de trabalho dos agricultores e produtores, pois, no sistema de comércio e negócios há muitas regras dominantes que influenciam os produtores e trabalhadores, como descrito por Fletcher e Grose (2012, p. 21): “em alguns lugares, a pressão política para destinar terras produtivas a cultivos comerciais levou países que eram autossuficientes na produção de alimentos a ter de importá-los, deixando sua população vulnerável aos crescentes preços globais dos gêneros alimentícios”.

Em busca de solução para essa questão foi criada a certificação Fairtrade com o propósito de criar oportunidades para os produtores em situação de desvantagem econômica ou marginalizados pelo sistema de comércio tradicional, e assim dar garantia de cobrir os custos de produção com o pagamento de preços mínimos estabelecidos, “e a Fairtrade paga um adicional por investimentos em projetos de desenvolvimento social, ambiental ou econômico”

(FAIRTRAID FOUNDATION, apud FLETCHER; GROSE, 2012, p. 21).

Criado em 2005, o selo Fairtrade tem como objetivo garantir o preço mínimo pelo algodão-caroto, e, além disso define regras de segurança no trabalho para reduzir riscos de intoxicação dos agricultores na aplicação de pesticidas nas lavouras. No entanto, com a velocidade que a certificação foi aceita no mercado, essas práticas educativas não têm atingido todos os agricultores, e além disso, a prática de preço justo não vale necessariamente para o trabalhador rural (FLETCHER; GROSE, 2012). A remuneração justa para todos os trabalhadores da cadeia é uma questão defendida no modelo de produção de moda sustentável.

5.2.6 Condições adequadas de trabalho e remuneração justa na etapa de corte e costura

Assim como no cultivo das fibras, a preocupação com as condições adequadas de trabalho e pagamento justo nas etapas de corte e costura têm suscitado discussões devido às denúncias de exploração e trabalho análogo à escravidão, conforme já abordado anteriormente. Para Fletcher e Grose (2012), a complexidade da cadeia de fornecimento dificulta inspeções constantes por parte dos contratantes, que visitam os fornecedores poucas vezes no ano. Esse problema poderia ser resolvido se as marcas compradoras dos mesmos fabricantes trabalhassem juntas, de modo que, “poderia expandir sua presença nas fábricas, contando com as ONGs locais para complementar as inspeções sempre que necessário” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 50). A união dos compradores poderia levar os fabricantes a cumprir os requisitos legais, tanto de saúde e segurança no trabalho, como a fiscalização para uma remuneração adequada.

Os problemas que ocorrem nas fábricas de corte e costura são evidenciados pelas Organizações Não Governamentais (ONGs) que fazem vigilância e inspeções nas empresas prestadoras de serviços e trabalham como parceiros das marcas. Mas, “ainda que várias marcas tenham o compromisso com as ONGs e trabalham conforme a ética e os direitos humanos, muitas outras não são exigentes e encontram fabricantes ‘inescrupulosos’ para produzir” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 50). Assim sendo,

apesar dos avanços que esses parceiros alcançaram quanto à saúde e à segurança de operários têxteis, estudos revelam que continuam baixos os níveis de salário dos trabalhadores da indústria da moda. Nos países em desenvolvimento, o salário mínimo legal costuma ser mais baixo que o necessário para subsistência, as costureiras não raro trabalham com contratos temporários ou sem contrato algum, e pagamentos atrasados são prática corriqueira. Essas situações na indústria da moda são um microcosmo da indústria globalizada como um todo (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 51).

Garantir os códigos de conduta nessas empresas é uma parte da responsabilidade social corporativa, mas essas ações deveriam ir além, e garantir também que as empresas não explorem o trabalhador em jornadas de trabalho que excedam o recomendado pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) e, assim preservar a saúde e integridade física do trabalhador, bem como não empregar mão de obra infantil. Outras garantias como o pagamento justo pelo serviço realizado, incluindo horas extras e descanso semanal remunerado, e a garantia de local seguro para realização do trabalho são itens na longa pauta de discussões. Desse modo, “parte crucial da responsabilidade social corporativa é garantir não só que os códigos de conduta vigorem e sejam acatados, mas também que os ganhos financeiros sejam distribuídos aos trabalhadores” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 51).

Tornar um processo sustentável requer um trabalho conjunto entre os profissionais de cada etapa e conectar os segmentos da cadeia de fornecimento de modo a criar uma cooperação para garantir um nível de qualidade ambiental e social. Conforme Fletcher e Grose (2012, p. 110), ao conectar com os demais elos da cadeia têxtil, muda-se o comportamento impessoal associado com as negociações de grande escala, favorecendo as relações e, desse modo, “conhecer o efeito do negócio sobre os produtos, a região e a comunidade é parte integral das decisões tomadas no desenvolvimento dos produtos”. Mas essa não é tarefa fácil para os designers de moda, pois a cadeia de produção é longa e complexa, e “considerando a dimensão da indústria há um distanciamento e desconhecimento de como foram produzidas em cada etapa” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 28).

Mas a mudança para um sistema de moda sustentável exige que toda a cadeia trabalhe em sintonia com os princípios de produção, isto porque não basta apenas substituir materiais, deve-se romper com os valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico da indústria do vestuário, uma vez que

diante da importância que o setor privado dá aos valores monetários, torna-se difícil inserir valores sociais e ambientais no processo de design. Se não há distinção entre o dinheiro adquirido por vias que enriquecem o meio ambiente e a sociedade e aquele gerado por meios que os empobrecem, então o caminho mais barato é sempre a escolha imediata. Desse modo, aquelas que parecem ser mais ‘sustentáveis’ no desenvolvimento de um produto são desconsideradas, mesmo que, no longo prazo, resultem em economia (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 121).

Desse modo, numa economia de crescimento o conceito principal é a maximização dos ganhos, sendo esse pensamento que dirige o comportamento da organização, e que se manifesta em todos os que nela trabalham, dos diretores aos designers (FLETCHER; GROSE, 2012). Para maximizar os ganhos as vendas são ampliadas e os custos operacionais são reduzidos. Mas, em

uma análise mais ampla, enquanto as empresas lucram, sem considerar a pressão sobre o ambiente e a sociedade,

o custo da realização de um negócio é efetivamente repassado para o resto da sociedade. Enquanto os acionistas da empresa acumulam lucros, é o governo, mediante taxas e impostos, que custeia a recuperação de áreas degradadas e o seguro-desemprego; em consequência é a sociedade que subsidia o verdadeiro custo das atividades de negócio (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 121).

Por isso, Fletcher e Grose (2012) defendem um sistema que seja mais compreensivo da realidade para reconstruir as relações entre a moda e os sistemas ecológicos e sociais, e, assim transformar a indústria convencional para uma produção que esteja conectada entre todas as etapas. Na moda, como outros setores, as implicações de custo do modelo de crescimento são sentidas principalmente externamente à organização, pelos trabalhadores e pelo meio ambiente. Assim, as principais questões da moda sustentável são aliviar a pressão sobre os recursos naturais, reduzir a poluição ambiental e tornar transparente as relações de trabalho na cadeia de produção.

5.2.7 O comportamento de compra do consumidor de moda *fast fashion* e *slow fashion*

Para mudar a forma de consumo de moda é preciso mudar o comportamento passivo que tem caracterizado os consumidores de *fast fashion*. Como receptores finais dos produtos, esses consumidores são influenciados pelas revistas de moda e pelos prognosticadores de tendências que apresentam as criações das marcas globais e assim determinam os produtos a serem adquiridos pelos consumidores. Esses produtos, por serem homogêneos, não dão opção de escolha, e por isso “destrói a expressão individual, embotando a imaginação dos consumidores e limitando suas certezas quanto ao que uma roupa pode ser” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 143). Portanto, a defesa do *slow fashion* em criar uma conexão entre quem produz as roupas e quem as usa, e questionar a ênfase do *fast fashion* para produzir tendências em detrimento da confecção e manutenção das peças existentes (FLETCHER; GROSE, 2012).

Segundo Watson e Yan (2013) o consumidor *fast fashion* é um consumidor que opta por comprar roupas que estão na moda, a preços baixos inculcando assim um elevado fator de substituível permitindo-lhe satisfazer sua necessidade de comprar com frequência e em quantidade. O consumidor *slow fashion* é o tipo de consumidor que opta por comprar roupa versátil e de alta qualidade, que lhe permite construir um guarda-roupa com base no conceito de vestuário atemporal e durável (quadro 6).

Quadro 6 – Diferenças entre consumidores *slow fashion* e consumidores *fast fashion*.

	Consumidores <i>slow fashion</i>	Consumidores <i>fast fashion</i>
Utilidade	Versatilidade, ajuste, qualidade	Acessibilidade, quantidade
Estilo	Clássico, atemporal	Original, na moda, variedade
Expectativa do consumidor	Ajuste, qualidade, tempo longo, versatilidade, baixa manutenção, preço mais elevado	Baixa qualidade, vida útil curta, substituível, acessibilidade

Fonte: adaptado de Watson e Yan (2013).

Segundo a pesquisa realizada por Pookulangara e Shepard (2013), os consumidores consideram que os produtos *slow fashion* possuem alta qualidade, independente da categoria do produto, mas que por isso também tem o preço mais caro do que a mercadoria regular. São ainda produtos clássicos, ou seja, não aderem às tendências de moda atual, o que corresponde à proposta do *slow fashion* de ser um produto atemporal, que não será descartado tão logo finde a estação. No entanto, mesmo quando os consumidores têm uma consciência sobre questões éticas de produção, o preço, a qualidade e o estilo têm maior influência sobre as decisões de compra. Segundo a pesquisa, os consumidores ainda acreditam que eles não têm conhecimento suficiente para tomar decisões éticas, devido principalmente pelo desconhecimento do processo de fabricação e distribuição no varejo, e que muitos não têm conhecimento da real diferença de valor entre os produtos *slow* ou *fast fashion*. Esses dados indicam que o pouco conhecimento sobre *slow fashion* leva ao entendimento de que as compras exigiriam uma parcela maior de rendimento discricionário para ser gasto em roupas que nem está na moda.

Para Pookulangara e Shepard (2013) o *slow fashion* não se refere apenas sobre a compra de peças de vestuário que atendam aos requisitos éticos, mas também em participar no processo de reutilização, reciclagem e redirecionando da roupa existente.

Jung e Jin (2014) definiram cinco dimensões subjacentes ao consumidor *slow fashion*: a equidade, autenticidade, funcionalidade, localismo e exclusividade. Essas cinco dimensões apresentam o *slow fashion* como um conceito mais amplo do que sustentabilidade ambiental:

- a) Equidade refere-se à orientação dos consumidores para o comércio justo, uma compensação justa e um ambiente de trabalho justo para os trabalhadores. A produção de baixa velocidade garante horas de trabalho regulares, e pelos princípios do *slow fashion* deve-se garantir um salário justo para os trabalhadores, possibilitando melhores condições de trabalho, e, portanto, melhoria da qualidade de vida. Assim, as pessoas que são mais propensas a se preocupar com equidade dos

- produtores podem aceitar um valor maior;
- b) Autenticidade envolve uma propensão dos consumidores para com roupas feitas por de forma artesanal e métodos tradicionais, em oposição à produção de produtos idênticos aparentemente copiados por máquina. Isso deve ser favorável aos consumidores que se preocupam com a autenticidade de artigos de vestuário, e esses consumidores percebem mais valor;
 - c) A funcionalidade está relacionada com a maximização da utilidade do produto de moda, e o *slow fashion* encoraja as pessoas a usar itens por mais tempo, mais frequentemente, e de várias maneiras. Estilos de moda são substituídos por desenhos clássicos para que os consumidores possam usar os itens por várias temporadas de moda. Os consumidores podem perceber que o aumento longevidade e versatilidade de um produto pode ser mais econômico, mesmo apesar do preço mais alto que produtos *fast fashion*;
 - d) Localismo. Produtos *slow fashion* são geralmente produzidos localmente, com recursos locais, tais como profissionais/artesãos qualificados, fábricas locais, ou matérias primas produzidas localmente, dessa forma também apoia a economia local, formando ainda uma identidade regional específica nos produtos; e
 - e) A exclusividade está relacionada com a propensão para um valor de exclusividade dos produtos. Artigos de *slow fashion* são produzidos em pequenas quantidades, e até mesmo dentro do mesmo lote, porém eles não são exatamente idênticos porque o trabalho manual é amplamente utilizado. Assim, um valor exclusivo é alcançável através de artigos de moda heterogêneos, e isso proporciona diferenciação. Este atributo pode aumentar o valor percebido das peças de vestuário (emocional) (JUNG; JIN, 2014).

Conforme Jung e Jin, (2016a, 2016b), no setor produtivo o *slow fashion* contribui para a melhor qualidade de vida dos trabalhadores, buscando garantir os direitos humanos fundamentais, e removendo a pressão do tempo na produção de vestuário. Essa forma de trabalho permite que os trabalhadores executem o trabalho com mais tempo e por se dedicar mais em cada peça para garantir a melhor qualidade. Por isso o fator da remuneração justa é um princípio do *slow fashion* que implica num custo maior de produção, e por isso exige que o mercado reconheça que o preço reflete o valor real do produto.

Segundo esses autores, um consumidor que se preocupa com equidade, autenticidade, funcionalidade, localismo e exclusividade, está mais direcionado para os produtos *slow fashion*. O atributo exclusividade, derivado de produtos exclusivos e quantidade limitada, está fortemente relacionado com a formação de valores extrínsecos, tais como valores emocionais e sociais. Em contraste, o atributo de autenticidade, criado pelo artesanato e técnicas de produção tradicionais, geram valores intrínsecos, como qualidade preço e valor. O atributo funcionalidade, associa o valor emocional e a qualidade, pois este atributo inclui preocupações com a versatilidade e longevidade do vestuário. O atributo equidade está relacionado com o emocional, social e valor do trabalho. Ou seja, se um indivíduo está muito preocupado com as condições de trabalho justas e compensações salariais, estará mais propenso a aceitar o custo extra do produto, pois este contribui para melhorar o bem-estar dos trabalhadores.

5.3 BARREIRAS QUE AGEM CONTRA O *SLOW FASHION*

Embora a inovação esteja em constante mudança, em busca de soluções para as questões ambientais, Ertekin e Atik (2015) afirmam que muitas barreiras trabalham contra a sustentabilidade, tais como a globalização, o sistema econômico orientado para o macro crescimento, a falta de recursos, falta de conhecimento e consciência, falta de confiança em empresas de moda, o *gap* atitude-comportamento do consumidor e as preocupações com a estética. De acordo com esses autores, a globalização da economia mundial tem levado ao estabelecimento de um sistema de mercadorias baratas com base na exploração do trabalho e recursos naturais, inclusive na indústria do vestuário. Como resultado dos avanços na logística mundial, os fabricantes utilizam recursos e mão de obra de diferentes países. A indústria de moda e o sistema *fast fashion* oferecem oportunidades de trabalho e crescimento econômico, por isso, muitos temem que o desenvolvimento sustentável possa levar a uma desaceleração na economia o crescimento, o que poderia resultar na perda de postos de trabalho e um aumento no desemprego.

De fato, os fatores econômicos, muitas vezes têm um papel na preferência dos consumidores de baixo custo, e a falta de dinheiro é uma restrição importante susceptível de impedir ou limitar comportamentos pró-ambientais, e os varejistas de moda *fast fashion* se tornaram sucesso em oferecer a última moda a preços acessíveis. Além disso, segundo Pookulangara e Shepard (2013) mesmo quando os consumidores têm uma consciência sobre questões éticas de produção, o preço, a qualidade e o estilo têm maior influência sobre as

decisões de compra, porém, acreditam que os consumidores ainda não têm conhecimento suficiente para tomar decisões éticas, devido principalmente pelo desconhecimento do processo de fabricação e distribuição no varejo, e que muitos não têm conhecimento da real diferença de valor entre os produtos *slow* ou *fast fashion*.

Essa pode ser uma das razões pelas quais os consumidores de moda não se envolvem exclusivamente em uma abordagem, seja *slow fashion* ou *fast fashion*. Ao invés, como sugerido por Fletcher (2007), uma vez que o *slow fashion* tem uma abordagem de produção e consumo diferente das roupas *fast fashion*, os consumidores podem perceber dois tipos diferentes de moda como tendo uma relação de complementaridade. Esse pouco conhecimento sobre *slow fashion* leva ao entendimento de que as compras exigiriam uma parcela maior de rendimento discricionário para ser gasto em roupas que nem está na moda, além do que o *slow fashion* não se refere apenas sobre a compra de peças de vestuário que atendam aos requisitos éticos, mas também em participar no processo de reutilização, reciclagem e redirecionando da roupa existente. Assim, pode-se afirmar que *slow fashion* ainda está na sua fase introdutória (POOKULANGARA; SHEPARD, 2013).

Apesar das barreiras, Ertekin e Atik (2015) consideram que há também fatores motivadores para a moda *slow fashion*. Ressentidos pelo consumo irracional e seu impacto na sociedade, consumidores começaram a apoiar o discurso mercadoria verde por razões macro, tais como comércio justo, consumo ético, consumo sustentável, os efeitos globais de consumo, passaram a questionar a cultura de consumo prevalecente. Esses consumidores podem quebrar o ciclo *fast fashion* ao apoiar os produtos de designers e varejistas que trabalham segundo princípios sustentáveis de produção. As empresas de moda *fast fashion* podem emular com produtos de luxo, mas são menos capazes de atender aos altos padrões éticos em abastecimento, fabricação e distribuição. Do lado do consumo, as pessoas também estão estressadas devido a velocidade da mudança, portanto, os indivíduos, especialmente no países industrializados, querem abrandar o consumo e ter mais tempo para aproveitar a vida, tanto por razões ambientais ou por causa de circunstâncias econômicas (ERTEKIN; ATIK, 2015).

Assim, a falta de conhecimento e consciência agem contra as questões de sustentabilidade. Em geral, a sensibilização dos consumidores em relação aos impactos da indústria da moda é bastante baixa. Dessa maneira, a moda sustentável ainda é um nicho de mercado ao invés de uma realidade de mercado de massa (ERTEKIN; ATIK, 2015).

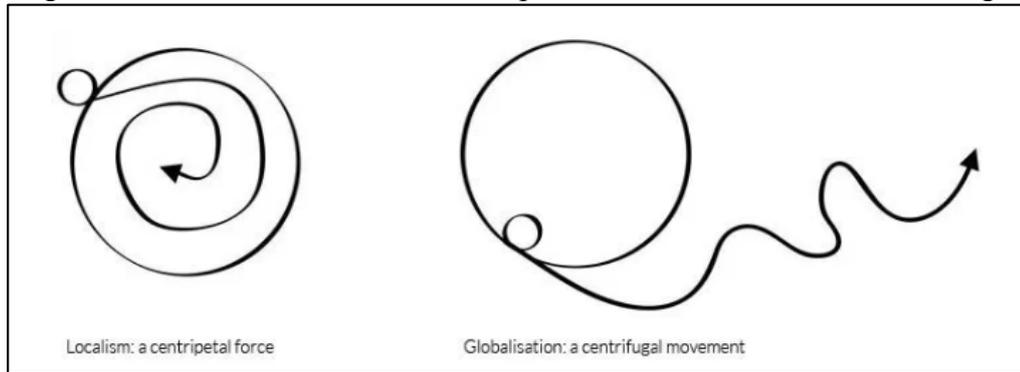
Todavia, esse cenário já começar a sofrer alterações. Na Europa a sustentabilidade na indústria do vestuário tem sido motivada por políticas públicas e investimentos em pesquisa para a redução de resíduos têxteis. O *European Clothing Action Plan (ECAP)* foi criado com o objetivo de desviar mais de 90.000 toneladas de têxteis dos aterros sanitários até 2019. O programa foi desenvolvido pela *Waste & Resources (WRAP)*, organização sediada no Reino Unido, porém, é um projeto europeu, e todos os países são incentivados a assinar o plano. Este projeto recebeu um financiamento de 3,6 milhões de Euros do *LIFE Programme* da União Europeia e irá envolver marcas de roupa, varejistas, fabricantes, consumidores, ONGs e indústria da reciclagem (NOCTULA, 2017). O foco deste projeto é desenvolver um quadro pan-europeu centrado em um conjunto de ações visando: (i) reduzir as pegadas de roupas de carbono, água e resíduos da Europa; (ii) garantir que menos têxteis de baixa qualidade sejam incinerados e aterros sanitários; (iii) evitar o desperdício na cadeia de fornecimento de roupas; (iv) incentivar a inovação em design eficiente de recursos, reciclagem de fibras têxteis e modelos de serviços para incentivar o crescimento do negócio no setor; e (v) influenciar os consumidores a comprar roupas mais inteligentes e usar por mais tempo usando a campanha de consumo de *Love Your Clothes* (ECAP, 2017).

Além disso, quando se trata de sustentabilidade é importante analisar as questões como: “‘consumo é ruim’, ‘produção em outros continentes é ruim’, e ‘trabalhar com artesãos é bom’. Nenhuma dessas afirmações é verdade em si mesma. Todas devem ser avaliadas segundo as situações particulares de local, momento, circunstâncias locais e regionais” (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 111). Contudo, o localismo possui forças, que se bem organizadas, podem contribuir com os fatores sustentáveis (FLETCHER, 2018). O localismo é reconhecido como um princípio central da sustentabilidade capaz de solucionar muitos problemas da sociedade. Essa promessa surge pela

maneira diferente como o poder é dividido quando a escala de vida é revisada: escalas locais menores mudam a influência que as pessoas têm sobre as decisões que afetam suas vidas; o reconhecimento de que o bem-estar de uma comunidade depende da saúde dos ecossistemas em que vive, cuja aptidão essa mesma comunidade está exclusivamente posicionada para entender e afetar (FASHION ECOLOGIES, s.d. tradução livre).

Segundo Fletcher (2018) o localismo subordina as decisões econômicas às comunidades e ao meio ambiente. Desse modo, modela a atividade pelos fatores naturais da região, garantindo sua prosperidade no longo prazo. E desse modo o localismo atua de forma centrípeta, pois concentra o poder econômico e político dentro das comunidades. Já o globalismo atua de forma centrífuga, pois afasta o ecossistema local (Figura 3).

Figura 3 – Movimento de forma centrípeta e movimento de forma centrífuga.



Fonte: Fashion Ecologies (s.d.).

No entanto, o localismo “é tipicamente de pequena escala; caracterizado pela autoconfiança, práticas moldadas por tradições, necessidade, clima e uma forma distribuída de autoridade, liderança e poder político (FASHION ECOLOGIES, s.d.). Visto no contexto da moda, descreve um sistema têxtil e de roupas altamente descentralizado, refletindo as condições ecológicas, as prioridades econômicas alteradas, o empoderamento da comunidade, produtos heterogêneos, histórias locais, inúmeras práticas de vestuário e menos bens.

O localismo molda a moda como um todo integrado: vestuário, práticas de vestuário, produção, pessoas, lugar - incluindo partes impopulares; não redutível a componentes individuais. Ele orchestra todo um sistema de atividades de moda, mais amplo do que o que se vê através das lentes de materiais e produção.

Isso faz com que o localismo de moda seja parte da infraestrutura prática - indivíduos de apoio, desenvolvimento de habilidades, conhecimento de onde comprar materiais, ferramentas etc. e parte do salto conceitual - buscando reimaginar interações relacionadas ao vestuário e modos descentralizados de produção como atividade de vestuário valiosa.

Marca o localismo da moda através de um processo coletivo e de um longo diálogo relacionado ao vestuário, voltado para a manutenção do lugar em que se encontra, que pode assumir a forma de produtos, marcas ou políticas governamentais. É uma atividade relacionada ao vestuário que é cultura e natureza melhorando. Isso às vezes contribui para o crescimento econômico. Para o localismo, o tamanho é importante. Interações e relações entre moda e lugar são mais fortes em pequenas escalas. O domínio da globalização relegou amplamente as ações da moda local às ações cotidianas da moda, experiências difíceis de mercantilizar e ampliar.

6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Como etapa necessária à pesquisa, apresentamos neste capítulo o percurso de realização da pesquisa empírica deste estudo: as alegações de conhecimento; a estratégia de investigação; o método; a descrição da coleta e a análise dos dados; e os mecanismos de validação e confiabilidade desses instrumentos.

6.1 PARADIGMA DA PESQUISA: POSICIONAMENTOS ONTOLÓGICO, EPISTEMOLÓGICO E METODOLÓGICO DA TESE

As alegações de conhecimento, ou paradigmas, revelam o posicionamento ontológico, epistemológico, axiológico e metodológico de determinado grupo de pesquisadores (CRESWELL, 2007). “Um paradigma de pesquisa está relacionado a determinadas crenças e pressupostos que temos sobre a realidade, sobre como as coisas são (ontologia) e sobre a forma como acreditamos que o conhecimento humano é construído (epistemologia)”, e esses pressupostos guiam o método da pesquisa (SACOLL, 2009, p. 251).

Segundo Morin (2005), os paradigmas norteiam a produção de conhecimento em determinada comunidade científica, e dessa forma exercem controle sobre a teoria, o campo cognitivo, intelectual e cultural, e ainda a epistemologia, que controla a teoria e a prática decorrente da teoria. Desse modo, os paradigmas ontológicos e epistemológicos definem o que são e o que está dentro e fora dos limites de investigação, assim, a escolha do pesquisador por uma abordagem paradigmática orienta seu posicionamento ontológico (alegações sobre o que é conhecimento) e epistemológico (como identificar o conhecimento), visto que os paradigmas definem uma forma de ver e estudar o mundo (GUBA; LINCOLN, 2006; CRESWELL, 2007). Assim, além de nortear a produção de conhecimento, o mantém dentro de determinadas fronteiras paradigmáticas.

Entre as alegações de conhecimento se destacam o *positivismo* e o *interpretativismo*. O positivismo apresenta em sua base epistemológica os elementos conceituais de duas principais linhas filosóficas: a lógica empirista e o positivismo lógico (TRIVIÑOS, 1987). Ligado à expressão lógica, o positivismo desinteressa-se pela problematização do relacionamento entre sujeito e objeto e agarra-se às condições lógicas do enunciado científico (DEMO, 1985), uma vez que estabelece as ciências como investigação do real, do certo, do indubitável e do determinado (RICHARDSON, 2008). A constância ou a regularidade dos

fenômenos constatados leva a generalizar a partir deles, isto é, a formular leis positivas. Desse modo, torna a subjetividade em objetividade (BRUYNE; HERMAN; SCHOUTHEETE, 1977). Já a ontologia interpretativista não considera a existência de uma realidade totalmente objetiva nem totalmente subjetiva.

No interpretativismo, os significados subjetivos, simbólicos e sócio-políticos têm importância para a forma como os indivíduos constroem sua realidade, portanto, existe uma interação entre as características de determinado objetivo e a compreensão que os seres humanos criam, socialmente, a respeito dele (SACCOL, 2009). A epistemologia interpretativista é construtivista, ou seja, o conhecimento é construído a partir de interações entre as pessoas e dentro de um contexto social. Assim, nessa abordagem, a realidade ocorre dentro de contextos históricos e é construída socialmente e, portanto, as pesquisas sociais e humanas buscam não mais somente o caminho da mensuração, mas o da compreensão (LINCOLN; GUBA, 2000).

A questão fundamental na ontologia é se a realidade social é objetivista/realista, se a realidade existe independente do significado dado pelos indivíduos, ou subjetivista/relativista, se é uma construção dos atores sociais (PEREIRA, 2019). Porém, conforme Sacoll (2009, p. 252), “entre esses dois extremos – uma ontologia realista ou idealista – existe também a ontologia que considera a interação sujeito-objeto”. Essa ontologia entende que a realidade social é produto da negociação e compartilhamento de significados entre as pessoas, e assim, a realidade é percebida e “criada” numa instância coletiva, portanto, a realidade é intersubjetiva.

Isto posto, a apresentação da abordagem da investigação é importante para demonstrar o posicionamento do pesquisador em relação a escolha dos procedimentos metodológicos para o alcance do objetivo proposto. Diante disso, por se relacionar com a natureza da realidade subjetivista/relativista (PEREIRA, 2019), a posição da pesquisa dessa tese enquadra-se no interpretativismo (SACOLL, 2009), por entender que a realidade do presente estudo não é algo dado a priori e, sim, construída e influenciada por diversos fatores locais, ambientais, econômicos, culturais, entre outros, julga-se coerente a seleção do posicionamento relativista para esse estudo.

Na filosofia interpretativista, para que uma ação social seja entendida, o investigador deve compreender o significado dessa ação, para isso é necessário que se interprete de um modo específico o que os atores estão fazendo. Portanto, deve-se considerar a ação humana significativa, ter compromisso ético e fidelidade com a experiência de vida e enfatizar a

contribuição da subjetividade humana em relação ao conhecimento sem sacrificar a objetividade. O significado que o intérprete produz e reconstrói é considerado o significado original da ação, no qual considera a compreensão um processo intelectual, pelo qual um conhecedor adquire conhecimento a respeito do significado da ação humana, objetivando o que deve ser interpretado sem ser afetado pelo processo interpretativo, e ainda mantendo uma postura externa a este (SCHWANDT, 2006).

Diferente do método quantitativo, que emprega um instrumental estatístico como base no processo de análise dos dados, no método qualitativo o material empírico é baseado em uma variedade de técnicas usadas de maneira qualitativa, entre os quais: estudo de caso, experiência pessoal, introspecção, história de vida, etnografia, entrevista, artefatos, textos e produções culturais, textos observacionais, históricos, interativos e visuais (VIEIRA, 2004; RICHARDSON, 2008).

A pesquisa qualitativa não privilegia nenhuma única prática metodológica em relação a outra – não possui uma teoria ou um paradigma nitidamente próprio, pois considera que todas as abordagens, métodos e técnicas qualitativas podem oferecer importantes *insights* e conhecimento (DENZIN; LINCOLN, 2006). Assim, enquanto os estudos quantitativos enfatizam o ato de medir e de analisar as relações causais entre variáveis, e não processos, os pesquisadores qualitativos ressaltam a natureza socialmente construída da realidade, e as limitações situacionais que influenciam a investigação, buscando soluções para as questões que realçam o modo como a experiência social é criada e adquire significado.

Segundo Creswell (2007), a pesquisa qualitativa é fundamentalmente interpretativa. O pesquisador faz uma interpretação dos dados, e portanto, identifica temas ou categorias para fazer a interpretação ou tirar conclusões sobre seu significado. Na pesquisa qualitativa, como as análises são essencialmente descritivas, são utilizadas transcrições de entrevistas, depoimentos e citações que possibilitam corroborar os resultados e oferecer pontos de vista (VIEIRA, 2004), e, para assegurar uma compreensão do fenômeno em questão, o pesquisador qualitativo utiliza múltiplos métodos, ou triangulação, que é uma alternativa para a validação, se ampliando a forma de refletir uma perspectiva diferente sobre o fenômeno (DENZIN; LINCOLN, 2006).

Para tanto, nesta pesquisa foi adotada a abordagem qualitativa por ser a mais recomendada para interpretar o fenômeno estudado, visto ser indicada para analisar fenômenos sociais (DENZIN; LINCOLN, 2006), e, por entendermos que um fenômeno deve ser estudado por meio da compreensão da interpretação daqueles que o vivenciam e ainda, que o

conhecimento produzido é baseado na individualidade das pessoas.

Além da utilização da abordagem qualitativa, aplicamos o método indutivo de pesquisa, pois este considera que o conhecimento é fundamentado na experiência e deve ser utilizado em pesquisas particularmente interessadas no contexto no qual os eventos estão ocorrendo. Para isso, o pesquisador deve recorrer a alguns procedimentos, como: observar sistematicamente os fenômenos, elaborar os classificados a partir da descoberta de relação entre os fenômenos observados, construir inicialmente resultados provisórios, validar os resultados provisórios e construir generalizações a partir dos resultados testados indutivamente (PEREIRA, 2019).

Dado os posicionamentos ontológico e epistemológico, e dado o problema que esta pesquisa pretende investigar, a estratégia de investigação mais indicada é o Estudo de Caso.

6.2 ESTUDO DE CASO

Os estudos de caso têm sido uma das formas mais comuns de fazer pesquisa qualitativa, mas eles não são novos nem essencialmente qualitativos (STAKE, 2000). Como estratégia de pesquisa, os estudos de caso têm sido utilizados para contribuir com o conhecimento dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos e de grupo.

Segundo Yin (2015), essa metodologia prioriza analisar aprofundadamente uma unidade, por isso constitui-se numa modalidade de pesquisa indicada para compreender fenômenos sociais complexos porque permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos acontecimentos da vida real. Dessa maneira, a investigação empírica pelo método do estudo de caso “investiga um fenômeno contemporâneo (o ‘caso’) em profundidade e em seu contextos de mundo real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto puderem não ser claramente evidentes” (YIN, 2015, p. 17). O estudo de caso pode envolver um ou mais casos (EISENHARDT, 1989) e o caso pode ser uma organização, um indivíduo, um programa, entre outros (PATTON, 2002).

Nos estudos de caso os pesquisadores buscam tanto o que é comum, quanto o que é particular, no entanto, conforme explica Stake (2000) o resultado final geralmente descreve algo de original em decorrência de um ou mais dos seguintes aspectos: (1) a natureza do caso; (2) o histórico do caso; (3) o ambiente físico; (4) outros contextos (por exemplo, econômica, política, legal e estética); (5) outros casos através da qual o caso é reconhecido; e (6) os

informantes por meio de quem o caso pode ser informado.

Conforme Stake (2000), um caso pode ser simples ou complexo, porém nem tudo pode ser considerado um caso. Primeiramente é preciso identificar um estudo de caso, e para tanto é importante compreender que um caso é um sistema específico e delimitado. Quanto mais o objeto de estudo é definido em um sistema específico, maior será a utilidade das lógicas epistemológicas (STAKE, 2000).

Stake (2000) enfatiza que o delineamento da pesquisa é importante para otimizar a compreensão do que o estudo de caso se propõe a informar. Para tanto, distingue três tipos de estudos de caso segundo suas finalidades: intrínseco, instrumental e coletivo. No tipo intrínseco, o pesquisador busca a compreensão de um caso apenas pelo interesse que ele despertou, o interesse intrínseco, não porque representa outros casos ou ilustra o problema, mas porque suas particularidades é de interesse em si. O objetivo não é “construir teoria – embora em outras vezes o pesquisador possa fazer exatamente isto” (STAKE, 2000, p. 437).

No tipo instrumental, segundo Stake (2000), o pesquisador acredita que o caso poderá facilitar a compreensão de algo mais amplo se este fornecer *insights* sobre um assunto ou para contestar uma generalização amplamente aceita e que o respectivo caso não se encaixa nessas generalizações. Desse modo, o interesse no caso é secundário, tendo um papel de apoio para facilitar a compreensão de outra coisa. Do mesmo modo, o caso é examinado em profundidade, mesmo porque ajuda o pesquisador na compreensão de outro interesse.

E um estudo de caso coletivo é feito quando o pesquisador estuda vários casos conjuntamente para investigar um dado fenômeno, uma população ou ainda condições gerais. É um estudo de caso instrumental estendido para diversos casos, sendo que alguns casos incluídos no conjunto podem ser selecionados por não manifestarem características comum, mas para permitir melhor compreensão, ou até mesmo melhor teorização, sobre um conjunto maior de casos (STAKE, 2000).

Conforme Yin (2015), a diferença do estudo de caso para com os demais métodos é sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências – documentos, artefatos, entrevistas e observações, e conta com técnicas da pesquisa histórica acrescentada de duas fontes de evidências: a observação direta dos acontecimentos e entrevistas das pessoas envolvidas.

A observação cumpre o papel de ajudar o pesquisador a entender o fenômeno que está ocorrendo em termos dos produtos que estão sendo oferecidos pelas empresas, e ainda como as empresas comunicam suas políticas gerenciais. Segundo Seltiz et al (1975) a observação é uma

técnica científica na medida em que serve a um objetivo formulado, é sistematicamente planejada e registrada e é submetida a verificações e controles de validade e precisão. Nesta fase fizemos a leitura e anotações, segundo o protocolo de observação que foi previamente elaborado.

Conforme Yin (2015), o protocolo é uma das táticas principais para aumentar a confiabilidade da pesquisa de estudo de caso e destina-se a orientar o pesquisador, e, por isso, especial atenção foi dada ao seu desenvolvimento. Além disso, três princípios de Yin (2015) foram seguidos para melhor se beneficiar das fontes de evidência: (i) o uso de múltiplas fontes de evidência; (ii) criar um banco de dados de estudo; e (iii) manter a cadeia de evidências. Para atender o primeiro item, várias fontes de evidência foram usadas. A triangulação foi realizada em termos de: triangulação de dados, triangulação do investigador e triangulação metodológica, além da triangulação teórica. No segundo item, um banco de dados de estudo de caso foi criado, possibilitando tornar acessíveis os documentos para qualquer tipo de revisão necessária: as gravações das entrevistas, as transcrições das entrevistas, descrição das observações, relatório da pesquisa. A organização desse banco de dados demonstra o cuidado com os materiais coletados e garante a consistência entre o procedimento de coleta de dados e os procedimentos destacados no protocolo. O terceiro item, a cadeia de evidências, é demonstrada pelas citações de documentos e entrevistas, buscando uma referência cruzada no procedimento de análise.

Outro aspecto importante para caracterizar um estudo de caso é o tipo de questões, pois nessa modalidade de investigação predominam questões ou temáticas sobre relações complexas, situadas e problemáticas. As questões “como” e “por quê” são mais explicativas e provavelmente levam ao uso de estudo de caso (YIN, 2015, p. 10).

Em suma, o estudo de caso foi conceituado como uma investigação empírica, pesquisando um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real. Nesse sentido, esta pesquisa tentou cobrir condições contextuais que se acreditava serem relevantes para o fenômeno sob investigação. Ademais, um projeto de pesquisa foi criado como um plano de ação para ir do conjunto inicial de perguntas até as respostas (Quadro 7). A literatura existente foi extensivamente revisada para definir o caso e as unidades de análise. A especificação das questões de pesquisa levou à seleção das unidades de análise apropriada, que são as empresas de confecção de moda sustentável qualificadas como *slow fashion*.

6.2.1 Protocolo para o Estudo de Caso

Para Yin (2005) o protocolo é uma das táticas principais para aumentar a confiabilidade da pesquisa de estudo de caso e destina-se a orientar o pesquisador. Desse modo, para a realização da pesquisa será estabelecido o protocolo, conforme descrito a seguir.

Quadro 7 – Protocolo de Pesquisa

Objetivo Geral
Compreender as experiências com o <i>slow fashion</i> na perspectiva dos agentes produtivos à luz de estudo de caso múltiplos.
Objetivos Específicos (OE) e Questões de Pesquisa (QP)
OE 1: Analisar a integração da abordagem <i>slow fashion</i> na produção de vestuário. QE 1: Como os agentes produtivos integram a abordagem <i>slow fashion</i> na produção de vestuário?
OE 2: Identificar os fatores que agem como barreiras na implantação da abordagem <i>slow fashion</i> na produção de vestuário. QE 2: Quais fatores dificultam a incorporação da abordagem <i>slow fashion</i> na produção de vestuário?
OE 3: Compreender como a abordagem <i>slow fashion</i> contribui para atendimento dos objetivos do desenvolvimento sustentável. QE 3: Como a abordagem de produção <i>slow fashion</i> apoia o desenvolvimento sustentável?
OE 4: Analisar os elementos das racionalidades instrumental e substantiva percebidos no processo de ação administrativa dos agentes produtivos de moda <i>slow fashion</i> . QE: Como se manifesta as racionalidades instrumental e substantiva na prática administrativa dos agentes produtivos de moda <i>slow fashion</i> ?
Base teórica
Desenvolvimento sustentável. Abordagem de produção <i>slow fashion</i> . Racionalidade instrumental e racionalidade substantiva.
Unidades de Análise:
Empresas de confecções de moda <i>slow fashion</i> .
Coleta de dados: entrevista (roteiro de entrevista) e observação. Dados mapeados em <i>webpage</i> : Caracterização do empreendimento pesquisado; postagens publicadas em redes sociais das empresas investigadas.
Análise de dados: Análise de caso cruzado ligando a teoria (triangulação).

Fonte: elaborado pela autora.

6.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO DE CASO

O campo escolhido para a realização da pesquisa é o setor têxtil²¹, especificamente a

²¹ O setor têxtil faz parte de uma cadeia produtiva constituída por diversos fabricantes de matérias primas e equipamentos, e inclui desde a indústria química, a agropecuária e tecnologia. A indústria têxtil é a parte central dessa cadeia, e envolve processos de fiação, tecelagem e a indústria de confecção, que transforma o tecido em roupas (JACQUES, 2015).

área de produção de vestuário *slow fashion* (confeção). O processo de escolha das empresas para este estudo teve início quando realizamos uma pesquisa exploratória a respeito das características do modo de produção *slow fashion*²². Na busca por empresas que produziam moda sob os princípios do *slow fashion* encontramos o endereço eletrônico Slow Down Fashion²³, que apresentava um guia de marcas e projetos locais com foco em produção *slow fashion*. Este guia passou a ser a nossa referência para coletar referências de empresas para, em seguida acessar os endereços eletrônicos e observar a descrição dos produtos, bem como a declaração de objetivos dessas empresas.

Para a realização da pesquisa da tese escolhemos intencionalmente (PATTON, 1990) as empresas que produzem artigos de vestuário sustentável: Aurora Moda Gentil, Rina Lab. e Natural Cotton Color. O primeiro contato com as empresas foi por *e-mail*, enviado para o endereço obtido no referido guia, exceto a Rina Lab., em que o primeiro contato foi pessoal, devido estar localizada em Florianópolis. Pode-se afirmar que essa escolha foi feita pelo método não probabilístico de seleção, pois o critério de escolha deve-se em virtude dos casos possibilitar a qualidade e a profundidade da informação (PATTON, 2002).

6.3.1 Descrição das Unidades de Análise

Nesta seção apresentamos uma breve descrição das empresas selecionadas para o estudo empírico desta tese: Aurora Moda Gentil, Natural Cotton Color e Rina Lab. A sequência de apresentação é pela ordem alfabética e não pelo porte das mesmas.

6.3.1.1 Aurora Moda Gentil

A empresa Aurora Moda Gentil[©] tem uma produção totalmente artesanal na fabricação de roupas com a lã de ovelha, que é utilizada no tom natural ou coloridas à base de pigmentos naturais, extraídos de plantas como a carqueja, canela, erva-mate, macela, anileira. As peças são produzidas por tricoteiras da cidade de Dom Pedrito, no interior do Rio Grande do Sul e de outras localidades da região de Porto Alegre.

²² FIORIN, M.; SEHNEM, A.; MATTEI, L. Vestuário Sustentável: análise das características do modo de produção *slow fashion* em empresas brasileiras. XX Engema. Dez. 2018. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/20/anais/index.php>.

²³ Atualmente o Slow Down Fashion está disponível no Facebook: <https://www.facebook.com/Slowdownfashion/>

Além das peças – blusão, blusa, colete, manta, maxi cachecol – a empresa também produz meadas de lã, apresentadas em dois tipos: o fio Ana e o fio Maya. O fio Ana é 100% lã merino australiano e é fiado de modo artesanal, feito à mão em roca manual e recebe o nome em homenagem a Ana Terra, a personagem histórica de "O Tempo e o Vento" de Érico Veríssimo, escritor que retratou a história do Rio Grande do Sul. Essa personagem tinha na roca e na fiação sua conexão com o passado e laço com o futuro. O fio Ana é ofertado nas cores: cru, Fios tingidos artesanalmente com extratos vegetais de Erva-Mate, Índigo (anileira), Canela e Cochonilha. O fio Maya é um fio misto, com 50% lã + 50% PET. A lã usada no fio Maya é das raças Corriedale ou Moura que possuem uma lã mais áspera e, para um melhor conforto são fiadas com fio de garrafa PET. Para cada meada de 100 gramas é utilizada fio de uma garrafa PET de dois litros. Esse fio recebe o nome de Maya em homenagem a deusa hindu da tecelagem. Cores: cru, mescla marrom e marrom (Aurora Moda Gentil, n.d.).

A empresa foi criada em 2014 pela estilista Érica Arrué Dias, e a história da empresa, embora recente, tem forte relação com a família e com a terra natal, a região da Campanha, no interior do Estado. A ideia de produzir moda de uma forma que não fosse danosa ao meio ambiente vem desde a época que cursava a faculdade. A inspiração para a produzir roupas feitas em tricô veio com o falecimento da avó que residia em Dom Pedrito e era uma habilidosa tricoteira. Assim, em meio às lembranças da tradição familiar, moldada pela cultura regional, a ideia de produzir moda encontra o modo de fazer. Para produzir as peças Erica decidiu trabalhar com as mulheres que têm necessidade de melhorar a renda familiar e gostam de fazer artes manuais como tricô, crochê e tear. Após decidir trabalhar como mão de obra afetiva veio a decisão de utilizar a lã de ovelha, tanto pela característica ecológica do fio, quanto pela produção regional, uma vez que região da Campanha, situada no Sudoeste do Rio Grande do Sul, é tradicional produtora de ovinos.

O Rio Grande do Sul já foi um grande produtor laneiro, tendo um histórico de criação de ovinos desde 1556, contudo, o estabelecimento da ovinocultura como atividade econômica ocorreu no início do século XX, época que houve a valorização da lã no mercado internacional, e a ovinocultura gaúcha chegou a ser a segunda atividade econômica em nível de importância na década de 1980 (ÁVILA et al., 2013). No final da década de 1980, a entrada dos fios sintéticos no mercado nacional e ainda a crise da lã, causada pelo aumento dos estoques de lã australiana no mercado internacional, levou a uma redução nos preços como também na quantidade demandada pelos compradores internacionais, e conseqüentemente levou a uma diminuição dos rebanhos de ovinos. Alguns produtores migraram para outra atividade agrícola

enquanto outros buscaram diversificar produzindo lã e carne. Apesar da mudança no cenário econômico, o Rio Grande do Sul é ainda o principal produtor de lã no Brasil, responsável por 91% de toda produção nacional, sendo destinada principalmente à indústria de vestuário e também às indústrias de tapeçaria e artesanato (ÁVILA et al., 2013).

Com a produção totalmente artesanal para fabricar produtos de lã de ovelha, a Aurora Moda Gentil foi finalista do Prêmio Ecoera 2015 e 2016, da Revista Vogue, importante mídia da moda internacional.

6.3.1.2 *Natural Cotton Color (NCC)*

A Natural Cotton Color fabrica e comercializa tecidos de algodão colorido orgânico e peças de vestuário nos segmentos feminino, masculino e infantil, além de sandálias. Na composição das peças a marca alia o artesanato local, que são confeccionados com o fio de algodão colorido orgânico ou intervenções no próprio tecido.

A Natural Cotton Color possui uma cadeia de produção extensa, que inclui a produção do algodão colorido orgânico, a produção de tecido e a produção de vestuário e acessórios. Localizada em João Pessoa na Paraíba, a empresa teve início no ano de 1995 produzindo moda *streetwear*, e, na época da sua fundação levava o nome da proprietária, Francisca Vieira. Em 2001, a empresária agregou o artesanato local nas suas peças e pela primeira vez participou da Feira Nacional da Indústria Têxtil – FENIT, uma importante feira do setor têxtil no Brasil²⁴.

Em 2003, Francisca Vieira formou o grupo Natural Cotton Color (NCC) com outras pequenas empresas da região, tendo como objetivo desenvolver produtos com o algodão colorido e vender no mercado internacional, visto a boa aceitação de produtos ecológicos e sustentáveis pelos estrangeiros, e assim fornecer um produto original com vantagem sobre os produtos asiáticos. Assessorados pelo Programa de Internacionalização da Indústria Têxtil e de Moda Brasileira (Texbrasil), da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) e a Apex Brasil, a empresa levou seus produtos para as feiras de moda de Paris e Londres. A participação nas feiras foi importante para entender as exigências do mercado, que além de uma produção sustentável exige também qualidade superior e design.

²⁴ A Feira Nacional da Indústria Têxtil - FENIT - foi criada em 1958 com o objetivo de valorizar os tecidos brasileiros, e promovia as fibras naturais como o algodão, além de apoiar e divulgar a moda feita no Brasil (VASQUES, 2012).

Em 2005 a empresa Natural Cotton Color passou a utilizar apenas o algodão colorido da Paraíba como matéria prima e, incluiu o artesanato local nos seus produtos. A partir de então, passou a produzir moda ecológica e sustentável. O algodão de fibra de cor (verde, amarelo, cinza, bege, creme e outros) existe há milhares de anos, sendo tão antigo quanto o branco. A maioria das espécies primitivas de algodão possuem fibras coloridas, principalmente na tonalidade marrom. Foi desenvolvido pelos Incas há 4500 a.C., bem como por outros povos antigos das Américas, África e Austrália. No Brasil, a pesquisa do algodão colorido, à semelhança de outros países como os Estados Unidos, foi iniciada na década de 1980, depois de séculos sem o uso de algodões de fibra de cor. A pluma colorida do algodão não necessita de qualquer tipo de tingimento químico, e por isso a economia de água chega a 87,5% em comparação com um processo convencional de beneficiamento do tecido (CENTRO NACIONAL DE PESQUISA DE ALGODÃO, 2000; BELTRÃO; CARVALHO, 2004).

O algodão colorido produzido na Paraíba foi desenvolvido pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). Nesse cultivar a pluma do algodão já nasce em tons marrom e bege, sem uso de aditivos e corantes (EMBRAPA, s.d.)²⁵. A Embrapa-PB desenvolve o trabalho de melhoramento genético no algodão colorido com o objetivo de elevar a resistência das fibras, finura, comprimento e uniformidade bem como estabilizar a coloração das fibras nas tonalidades creme e marrom e elevar a produtividade a nível de campo, bem como adequar o algodão colorido ao processamento têxtil em fiações modernas de alta velocidade de rotores (CENTRO NACIONAL DE PESQUISA DE ALGODÃO, 2000; BELTRÃO; CARVALHO, 2004).

O desenvolvimento do algodão colorido pela Embrapa trouxe uma nova expectativa para a agricultura do Estado da Paraíba, que já foi o principal produtor de algodão no século passado, no chamado ciclo do Ouro Branco (LIRBÓRIO, 2017). Na década de 1930, Campina Grande era o segundo maior exportador de algodão no cenário mundial, o 1º era Liverpool, na Inglaterra (NCC, s.d.). O algodão colorido orgânico da Paraíba é cultivado por pequenos produtores, sendo um incentivo para a agricultura familiar, pois o preço é superior ao da pluma de cor branca e plantio convencional.

Assim a história da Natural Cotton Color está associada com o desenvolvimento da produção de algodão colorido orgânico na Paraíba, fazendo parte do Arranjo Produtivo do Algodão Colorido da Paraíba (quadro 8).

²⁵ Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Embrapa Algodão. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/algodao>>.

Quadro 8 – O Arranjo Produtivo Local do Algodão Colorido da Paraíba.

Arranjo Produtivo do Algodão Colorido da Paraíba

No ano de 2000 o Instituto Iniciativa Cultural em conjunto com o Ministério da Cultura iniciou um trabalho para desenvolver o potencial econômico do algodão colorido, e que resultou, alguns anos após, na criação do Arranjo Produtivo Local – APL de Confecções e Artefatos de Algodão Colorido da Paraíba, na época com 10 microempresários de Campina Grande. Em 2015 o APL conta com a Embrapa Algodão, a Associação das Indústrias de Vestuário – AIVEST, o Grupo Redes Santa Luzia, o Grupo Natural Cotton Color, a APEX-Brasil em parceria com a ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil, o SEBRAE-PB, a Federação das Indústrias do Estado da Paraíba – FIEP/SENAI, a Associação dos Agricultores do Assentamento Margarida Alves, e o Governo do Estado da Paraíba por meio do Programa de Artesanato da Paraíba – PAP e Companhia de Desenvolvimento a Paraíba – CINEP (NCC. s.d.).

Fonte: NCC (s.d., online).

Em 2015 foi criada a NCC Ecobrands, a loja virtual com versões nacional e internacional para atender ao consumidor no varejo. Segundo dados da empresa, a NCC Ecobrands é composta por um grupo de empresas localizadas em diferentes regiões do Estado da Paraíba. A cadeia produtiva inclui desde “a plantação do algodão colorido orgânico, tecelagens, artesãos, costureiras e designers organizados em associações” (NCC Ecobrands, s.d.). Conforme a presidente do Grupo, Francisca Vieira, as peças produzidas pela NCC não se trata de um produto regional, pois o foco da produção é o mercado global. Por isso, “nós temos um design arrojado, que usa a intervenção do artesanato em função da moda. O exigente público do grupo valoriza o produto ecológico e o trabalho feito à mão, onde cada peça tem uma história pra contar” (Francisca Vieira, in NCC Ecobrands, s.d.).

Além da matéria prima, outro diferencial da marca é a inserção de técnicas artesanais nos produtos. “Entre as técnicas artesanais usadas estão a renda renascença, a renda Frivolité, a renda Tenerife, a Rede de Pesca, a renda Filé, além do Macramê, do Crochê e também do Capitonê” (NCC Ecobrands, 2015):

- **Renda Renascença** – a renda renascença está inserida na categoria “renda de agulha” e possui diversos pontos. A renda do Cariri paraibano recebeu Selo de Indicação Geográfica em 2013.
- **Renda Frivolité** – feita com pequenos nós com fio de linha de algodão, esta renda é trabalhado com “navete”. Tem somente um ponto básico em formato circular. A cada nó apertado surge um belo e novo desenho.
- **Renda Filé** – a produção exige duas etapas: a confecção de uma rede de pesca de fios de algodão e, sobre esta malha, o preenchimento com variadas combinações de pontos. A renda Filé é tombada pelo patrimônio imaterial do estado de Alagoas.
- **Renda Tenerife** – feita com um disco circular onde se executam os nós com pontos guipir. Tem origem no Paraguai e é conhecida como renda Nhanduti ou Renda Sol.
- **Renda de Pesca** – inspirada nas redes de pesca feita com fios de nylon, a renda de pesca é elaborada com fios de algodão colorido orgânico.
- **Macramê** – técnica de tecer cruzando fios com os dedos, e não utiliza nenhum tipo de maquinaria ou ferramenta. É uma forma de tecelagem manual. Trabalhando com os dedos, os fios vão se cruzando e ficam presos por nós, formando cruzamentos geométricos.

- **Crochê** - feito com uma agulha especial, dotada de um gancho, consiste em produzir um trançado semelhante ao de uma malha rendada. Há grande variedade de pontos para essa técnica artesanal.
- **Capitonê** – também conhecido como ponto casinha de abelha é uma técnica de confecção em tecido ou outros materiais que oferece desenho gráfico produzida através de quadrados retilíneos riscados e costurados para delinear formas geométricas ou orgânicas. O resultado é uma interferência na estrutura do tecido. (NCC Ecobrands, Postagem em 05/11/2015).

Atualmente, a Natural Cotton Color exporta para mais de dez países, entre eles, Japão, EUA, Canadá, Alemanha, França, Arábia Saudita, e inicia novos negócios com os países escandinavos e com a Austrália, e é reconhecida nos salões de moda da França, Espanha, Inglaterra, Estados Unidos. Com a certificação de produto orgânico a marca chegou até a Biofach, em Nuremberg (Alemanha), na Expo West na Califórnia (EUA), e Tóquio, no Japão. Além dessas feiras, também participa de feiras em outros países, tais como:

- Salão So Ethic / Prêt-à-Porter Paris (2007 a 2011).
- Pure London – Londres, Inglaterra.
- Salão Internacional de Moda de Madri (Momad Metropolis), Madri, Espanha.
- Project Womens, Las Vegas, EUA.
- Ethical Fashion Show, Berlim, Alemanha.
- Première Vision, Paris, França.
- No Brasil: Fashion Business – salão de negócios do São Paulo Fashion Week (2010), e Fashion Rio – salão prêt-à-porter; Salão +B – Salão Brasileiro de Negócios de Moda e Conteúdo Criativo, realizado em São Paulo no ano de 2015.
- Em Fevereiro de 2016 a Natural Cotton participou da *Maison D’Exceptions*, um evento realizado dentro da *Première Vision Paris*. A NCC foi convidada por “oferecer soluções artesanais criativas com uso de algodão colorido orgânico para as principais marcas internacionais de moda no segmento luxo” (NCC, Clipping, Jun.2016).
- Salão MODtíssimo, em Porto, Portugal (2018).
- Participa do Brasil Eco Fashion Week.
- Whos’s Next realizada de 6 a 9 de setembro em Paris. A feira está em sua 49ª edição, e é realizada a cada dois anos. Nesta edição lançou o salão Impact com foco na moda sustentável.
- INNATEX, em Frankfurt, na Alemanha: 28 a 30 de julho/2018 (compartilha o estande com as marcas Juliana Gevaerd_Bio, Pano Social e Tita Co.); Project

Womens, em Las Vegas, nos Estados Unidos: 13 a 15 de agosto/2018.” (compartilha o estande com as marcas Juliana Gevaerd_Bio e Tita Co.). A participação nas feiras é apoiada pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) via Programa TexBrasil – gerenciado pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil – ABIT (NCC, s.d.).

6.3.1.3 Rina Lab.

A pequena confecção local denominada de Rina Lab. foi criada em 2017 pelas designers de moda, Beatriz Freitas Ribeiro e Camila Yumi Kawata. Localizada na cidade de Florianópolis, Santa Catarina, a confecção segue os princípios da moda ecológica e sustentável e as proprietárias são responsáveis pelo desenvolvimento e produção das peças da marca, e por isso o lema da empresa é “*Sua roupa é feita por Beatriz e Camila*”.

As peças fabricadas são: blusas, saias, casacos, shorts e calças, e também acessórios, como carteiras (clutch). Cada modelo recebe o nome de uma cidade, localidade ou estado brasileiro, como: Saia Paulista, Saia São Paulo, Saia Amazônia, Saia Batel, Saia Curitiba, Saia Jardins, Blusa Brumadinho, Blusa Liberdade, Blusa Rio Branco, Blusa Floripa, Blusa Porto Alegre, Short Maresias e Calça Belém, Bolsa Estrada e Clutch MetrÓpole.

Em 2019, para viabilizar a instalação da loja da marca, as proprietárias investiram no projeto de loja colaborativa e criaram o Local Colab, um espaço no qual outras marcas, que também seguem os princípios de moda ecológica, podem comercializar seus produtos. Para tanto, é alugado um espaço, que pode ser em araras (armação de madeira ou metal onde se penduram cabides com as peças de vestuário) ou nichos. Nesse espaço estão abrigadas, além da Rina Lab., 14 marcas que apresentam roupas, acessórios, cosméticos e itens de decoração: Anthea Intimates, Ateliê Ro Fumagalli, Atelier 4797, Be.Cult, Cora Oestrem, Donatelo Eco, Leve Ser Cosméticos, Rina Lab, RV Swimwear, Sabrina Melo, Serafina Slow Fashion, The Lilled Small Town, Vanille e Bem ti vi. A grande maioria é de Florianópolis, mas há também marcas de Gaspar, Massaranduba e do Rio Grande do Sul²⁶.

O ateliê da Rina Lab. está incubada no Local Colab e o cliente pode visitar a confecção e acompanhar o processo, desde o desenvolvimento, a confecção e o acabamento da peça. Além

²⁶ Mulheres empreendedoras movimentam o setor da moda em lojas colaborativas na capital catarinense. Disponível <https://acontecendoaqui.com.br/empreendedorismo/mulheres-empendedoras-movimentam-o-setor-da-moda-em-lojas-colaborativas-na>. Acesso em 25/07/2019.

da loja, os produtos também são comercializados pela loja virtual (e-commerce) (<https://www.rinalab.com.br/>) e também são disponibilizados para venda na loja colaborativa Endossa, a qual as sócias mantêm parceria para venda na cidade de São Paulo.

A Rina Lab. representa a maioria das pequenas confecções que aderiram ao princípio da moda sustentável.

6.4 COLETA DE DADOS

Sendo este um estudo qualitativo, é necessário a utilização de várias técnicas de coleta de dados (MERRIAM, 1988). Para tanto, na realização desta investigação foram utilizados dados primários (entrevistas) e dados secundários (RICHARDSON, 2008; CRESWELL, 2007).

Inicialmente coletamos os dados secundários, por meio de observação direta, nos endereços eletrônicos (*websites*) e nas páginas das redes sociais, *Facebook* e *Instagram*, das empresas selecionadas para a pesquisa. Os materiais publicados nas páginas eletrônicas, bem como outros artigos publicados através de uma ampla gama de canais de comunicação, foram fundamentais para apoiar e ampliar evidências provenientes de outras fontes. Pesquisas online sistemáticas de documentos relevantes foram ativadas como parte do plano de coleta de dados.

Uma das fontes essenciais para esta pesquisa foram as entrevistas. Os dados foram coletados em entrevistas presenciais e também por telefone com as proprietárias das empresas. As entrevistas assumiram um formato de perguntas e respostas, conforme roteiro elaborado previamente (Apêndice A). O roteiro de questões auxilia a entrevista e permite acrescentar outras perguntas no decorrer da entrevista, pois o entrevistador pode fazer questões suplementares se houver necessidade, como também não questionar caso as respostas tenham dados suficientes para posterior análise (MOREIRA, 2004; RICHARDSON, 2008). As empresas da amostra variam em termos de porte, produtos fabricados e recursos utilizados, e por isso, a flexibilização no roteiro de entrevista foi necessária para conhecer o que era distintivo em cada uma das empresas.

As entrevistas podem estar sujeitas a problemas comuns de parcialidade e articulação fraca ou imprecisa (YIN, 2015), e, para minimizar este problema, os dados das entrevistas foram confrontados com informações provenientes de outras fontes. Por fim, é necessário mencionar que as entrevistas foram gravadas ao se obter a aprovação dos participantes. O quadro 9 apresenta detalhes estruturais das entrevistas realizadas.

Quadro 9 – Detalhes estruturais das entrevistas.

Empresa	Respondente	Duração e data da entrevista
Natural Cotton Color	Francisca Vieira	1 hora – Fevereiro/2019
Aurora Moda Gentil	Erica A. Dias	45 minutos (por vídeo chamada) – Março/2019
	Erica A. Dias	Observação direta no local produção (08 e 09 de Abril)
Rina Lab.	Beatriz F. Ribeiro	1 hora de entrevista e observação direta no local de produção (10 de abril)

Fonte: elaborado pela autora.

6.5 PROCEDIMENTOS ANALÍTICOS

Essa etapa foi um processo iterativo, realizado a partir das construções teóricas que orientaram o delineamento do estudo de caso e também a análise. Os objetivos e o design do estudo de caso foram baseados em proposições teóricas que, por sua vez, refletiram as questões de pesquisa, revisão de literatura e outras percepções. A literatura foi usada para moldar o plano de coleta de dados e, portanto, deu prioridade às estratégias analíticas relevantes. Nesse sentido, a posição ontológica e epistemológica específica deste estudo tentou ser mantida durante todo o processo. Além disso, a análise de dados envolveu dois componentes essenciais: análise interna e cruzada de casos. Dentro do caso, ajudou a examinar o *slow fashion* em cada empresa, enquanto a análise cruzada de casos serviu como uma forma de replicação. Após a etapa de transcrição iniciamos por segmentar o texto segundo as categorias de análise definidas no desenho da pesquisa.

Para levar adiante o trabalho de análise de dados, que abrange examinar, categorizar, organizar e recombinar as evidências para abordar os objetivos iniciais do estudo (YIN, 2015), foi necessário organizar e preparar os dados, transcrever entrevistas e digitar notas de campo. Segundo Duarte (2004, p. 221), “uma das maneiras de analisar é fragmentar o todo e reorganizar os fragmentos em novos pressupostos”. Para tanto, deve-se segmentar a fala dos entrevistados em categorias definidas para então iniciar o procedimento de interpretação de cada uma das categorias. Ainda, segundo Duarte (2004), um outro recurso para interpretação de entrevistas é fazer a análise temática, e para tanto deve-se primeiro organizar o conjunto de informações em grandes eixos temáticos, articulados aos objetivos da pesquisa e a partir destes construir subeixos temáticos, mais específicos ao objeto de pesquisa. Para possibilitar a a visão mais ampla, os resultados devem ser cruzados com informações adicionais e os registros de observações de campo.

Assim, para o tratamento dos dados coletados, especial cuidado foi tomado para fazer a apresentação e interpretação das evidências, buscando criar um estilo de pensamento rigoroso e bem fundamentado. Para este fim, utilizamos várias técnicas analíticas para tratar a evidência de forma justa para produzir conclusões analíticas convincentes. Tais técnicas incluem: a descrição das observações realizada (notas de campo) e a transcrição das entrevistas. As três entrevistas foram transcritas integralmente, enumerando-se cada linha do texto da transcrição. Os trechos que correspondem às categorias de análise foram destacados.

Os materiais disponíveis nas páginas de internet e redes sociais das unidades de análise foram convertidos em PDF (Portable Document Format) e salvos no computador, e compõe a relação de materiais que subsidiam a análise das categorias elencadas. Outros documentos também foram utilizados para confirmar o que foi tratado nas declarações, tais como artigos acadêmicos e de instituições de pesquisa, como também materiais publicados em diversos meios de comunicação.

Na fase de análise, os materiais e transcrições das entrevistas foram lidos várias vezes, em um processo cíclico, com o objetivo de responder aos objetivos específicos delineados no capítulo 1 da presente tese.

As categorias de análise definidas para este estudo são: produção de vestuário, fatores impeditivos ou facilitadores à estratégia de sustentabilidade, desenvolvimento sustentável e ação administrativa, as quais são esclarecidas a seguir para o correto entendimento dos termos empregados na pesquisa. Primeiramente analisamos as categorias que nos possibilitaram compreender a ação administrativa para a produção de moda sustentável, segundo os princípios do *slow fashion*: localismo, matérias primas, processos, mão de obra, redução do uso de recursos naturais, redução da poluição e condições adequadas de trabalho e, valorização da cultura local (Quadro 10).

Quadro 10 – Definição dos atributos das categorias de análise: Organização da Produção.

Categorias de Análise	Indicadores	Atributos	
		Orientada ao <i>Slow fashion</i>	Orientada ao <i>Fast fashion</i>
Produção de vestuário sustentável <i>Slow fashion</i>	Análise da produção de vestuário sustentável: a) matéria prima: a compra de matérias primas; relações com os produtores; tipos de fibras; b) produtos: características de produto (qualidade, perspectiva de durabilidade, escala de produção); c) processo de produção: mão de obra, condições adequadas de trabalho; remuneração; d) localismo: valorização dos recursos locais e distribuição da economia; e) recursos naturais: uso de água; energia; substâncias químicas; f) consumidores: incentivo de comportamento consciente de compra.	Diversidade; Global-local; Autoconsciência; Confecção e manutenção; Confiança mútua; Profundamente ligada aos impactos; Preço real, incorporando custos sociais e ecológicos; Pequena e média escala (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 129).	Produção em massa; Globalização; Imagem; Novo; Dependência; Não ciente dos impactos; Custo baseado em mão de obra e materiais; Grande escala (FLETCHER; GROSE, 2012, p. 129).

Fonte: elaborado pela autora.

Para identificar os fatores definidores impeditivos e/ou facilitadores em relação a estratégia de sustentabilidade e analisar como as empresas têm contribuído para o desenvolvimento sustentável foram definidas as categorias de análise, conforme descrição no quadro 11.

Quadro 11 – Categorias de análise: desenvolvimento sustentável e fatores definidores impeditivos e/ou facilitadores em relação à estratégia de sustentabilidade.

Categorias	Indicadores
Desenvolvimento Sustentável	Objetivos Desenvolvimento Sustentável (AGENDA 2030, s.d.).
Fatores definidores impeditivos e/ou facilitadores em relação à estratégia de sustentabilidade	a) Comportamento de compra do consumidor. b) Fatores econômicos e incentivos governamentais.

Fonte: elaborado pela autora.

Na etapa seguinte foi feita a análise da ação administrativa relativa aos atributos de racionalidade instrumental e racionalidade substantiva nos indicadores definidos, representado na figura 4 e descritos no quadro 12.

Figura 4 – Representação do fenômeno em estudo.



Fonte: elaborado pela autora.

Quadro 12 – Definição dos atributos das categorias de análise da ação administrativa.

Categoria de Análise	Indicadores	Atributos	
		Racionalidade substantiva	Racionalidade instrumental
Ação administrativa	Produção de vestuário <i>slow fashion</i>	“Ação orientada para duas dimensões: na dimensão individual, que se refere à autorrealização, compreendida como concretização de potencialidades e satisfação; na dimensão grupal, que se refere ao entendimento, nas direções das responsabilidades e satisfação sociais” (SERVA, 1997b, p. 22).	“Ação baseada no cálculo, orientada para o alcance de metas técnicas ou de finalidades ligadas a interesses econômicos ou de poder social, através da maximização dos recursos disponíveis” (SERVA, 1997b, p. 22).

Fonte: elaborado pela autora.

Ao analisar os processos organizacionais buscamos compreender os elementos da ação administrativa nas organizações que são pautadas pelos princípios do *slow fashion* e assim responder o objetivo da pesquisa.

6.6 VALIDADE E CONFIABILIDADE

De acordo com Richardson (2008) o critério de confiabilidade indica a capacidade que devem ter os instrumentos utilizados de produzir medições e o critério de validade indica a capacidade de um instrumento produzir medições adequadas e precisas para chegar a conclusões corretas. Embora a validade tenha origem em pressupostos positivos, a confiabilidade tem sido

utilizada em estudos interpretativistas, pois é compreendida como a correlação entre a pesquisa e a realidade (PEREIRA, 2019). Ademais, pode ser usada para averiguar se os resultados encontrados são, de fato, coerentes com a realidade. Dessa maneira, “ela é usada para definir se os pesquisadores vêem realmente aquilo que eles acham que vêem. Em função de sua importância, o pesquisador deve validar os resultados em todas as etapas da pesquisa” (PEREIRA, 2019, p. 60).

Para tanto, a fim de comprovar a validade deste estudo, procuramos estruturar o texto com clareza de detalhes, seguindo a norma acadêmica, e apresentando informações para subsidiar as reflexões, bem como utilizando a teoria (YIN, 2015). Assim, na análise dos dados coletados da presente pesquisa foi levado em consideração a técnica de triangulação das informações coletadas dos diferentes entrevistados e também, destas com as observações realizadas, pois segundo Yin (2005), este processo torna o estudo mais confiável. Assim, para assegurar a confiabilidade foram empregadas três técnicas: primeiro foi feito o relato detalhado do foco de estudo; segundo, foi utilizada a triangulação e métodos múltiplos de coleta de dados; terceiro, as estratégias de coleta e análise de dados são relatadas em detalhes para garantir a transparência e acurácia dos dados (MERRIAM, 1988). Para assegurar a validade externa as descrições são densas e detalhadas dos dados primários, de forma que outros pesquisadores tenham uma estrutura sólida para comparação.

A triangulação das fontes de dados (entrevistas, documentos e observação) também ajudou o processo de interpretação dos dados como forma de diminuir o risco de interpretações erradas (DENZIN; LINCOLN, 2003) e contribui para a validade dos resultados de um estudo quando são utilizados múltiplas fontes e métodos, como foi o caso dessa tese. A reflexibilidade, que diz respeito a transformação do pesquisador antes e depois dos acontecimentos, também foi utilizada como um critério de confiabilidade. Afinal, a constante autorreflexão do pesquisador é essencial para evitar vieses interpretativos (CRESWELL, 2010).

7 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O que a gente tem que aprender é, a cada instante, afinar-se como uma linhazinha para saber passar no furo de agulha que cada momento exige (João Guimarães Rosa, 1956).

Neste capítulo respondemos os quatro objetivos específicos da pesquisa, apresentados em quatro seções: a primeira seção apresenta como os agentes produtivos integram a abordagem *slow fashion* na produção de moda; na segunda, os fatores que dificultam ou facilitam a implantação desse modelo; a terceira apresenta como a produção *slow fashion* contribui para com o desenvolvimento sustentável; e, na quarta seção, a análise dos elementos das racionalidades instrumental e substantiva percebidos no processo de ação administrativa dos agentes produtivos vinculados a produção *slow fashion*.

Nesta etapa os dados foram analisados de maneira interpretativa. A análise consistiu numa decomposição dos dados coletados e na busca da relação entre essas partes decompostas. Do material coletado retiramos fragmentos que foram alocados nas categorias definidas. Nas citações desses fragmentos, os dados secundários estão identificados pela autoria (autor e data), e os dados primários estão identificados pelos símbolos  inseridos após o nome, indicando assim que se refere a trechos da entrevista que foi gravada e transcrita, conforme descrito na metodologia da pesquisa.

Há uma diferenciação teórica entre roupa e moda, mesmo que sendo partes de uma mesma unidade (FLETCHER, 2010; BERLIM, 2012), assim, o termo “moda” nesta tese abrange sua importância simbólica, mas também é usado para se referir à indústria mais ampla que opera em vestuário, calçados e acessórios.

7.1 COMO OS AGENTES PRODUTIVOS INTEGRAM O *SLOW FASHION* NA PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO

Nesta primeira seção analisamos como os agentes produtivos integram a abordagem *slow fashion* na produção de vestuário. O *slow fashion* tem o propósito de dar ênfase a um processo mais sustentável, que inclui a produção de artigos com alta qualidade para uma vida de uso mais longa e evitando o descarte rápido, a valorização dos recursos locais, a educação do consumidor para o consumo consciente, e o respeito aos direitos fundamentais e remuneração justa aos trabalhadores na cadeia produtiva (CLARK, 2008; FLETCHER; GROSE, 2012).

Para conhecer as ações dos agentes produtivos analisamos o processo de produção, desde o desenvolvimento do produto, a escolha das matérias primas e a fabricação das peças. Além disso, buscamos compreender a relação com os fornecedores e prestadores de serviços (mão de obra), e como esse processo de produção sustentável integra o fornecedor, os produtores e o público-alvo.

Os resultados da pesquisa relativos a essa primeira parte revelam que os princípios do *slow fashion* foram incorporados no processo de produção, e, para tanto, os produtos são elaborados com foco no design atemporal, isto é, o desenvolvimento não segue as tendências de moda como no *fast fashion*, e, embora cada empresa tenha sua singularidade, a prioridade comum é assegurar um tempo de uso mais longo das peças produzidas. A definição das matérias primas é um dos fatores que define a sustentabilidade do produto, e por isso a escolha é feita pela característica dos fios e tecidos, sendo ainda que a prioridade é adquirir de fornecedores locais.

As empresas Aurora Moda Gentil e Natural Cotton Color utilizam matérias primas de fontes renováveis: a Aurora Moda Gentil produz suas peças com lã de ovelha, em cor natural ou tingidas com pigmentos naturais para fazer blusas, mantas e coletes; e, a Natural Cotton Color produz vestuário feminino, masculino, infantil e sandálias feitos estritamente com o tecido de algodão naturalmente colorido, que é confeccionado pela própria empresa.

A matéria prima é um dos fatores priorizados pela abordagem *slow fashion* e também uma escolha para diferenciação mercadológica dos produtos, conforme as declarações:

Pra diversificar e conseguir então que essas pessoas tivessem também estímulo, então levar um estímulo para que exista uma produção mais consciente, ou uma diversificação de produção mesmo, pra que não fique sempre né, a região inteira baseada nas produções de soja, arroz e gado [...] Quando fui procurar matéria prima, não faz sentido ter uma mão de obra afetiva e trabalhar com sintético, não faz sentido eu trabalhar com a mão de obra afetiva e carinhosa, enfim, toda a parte do *slow fashion* de respeitar o tempo da pessoa e trabalhar com fio de poliéster, então fui estudar sobre a lã pura, sobre o processo de produção dessa lã, sobre... e a parte... a aplicação cultural da região com a matéria prima... e aí então surgiu a Aurora para trabalhar com lã e com mulheres [artesãs] (Érica .

Como eu já tinha te falado... primeiro pra me livrar da China, da concorrência da China, eu sabia que eu tinha que fazer alguma coisa que chinês não se interessasse. E daí a gente já tinha o algodão, né... e porque não já fazer uma coisa dentro do que a gente tem... que aí já começa... são produtos diferentes e ao mesmo tempo você começa a incentivar toda uma produção local... a Paraíba fazia... acho que 30 anos que o algodão tinha se acabado e por causa desse trabalho da gente hoje todo mundo já tá querendo voltar a plantar algodão, já tão voltando plantar algodão (Francisca Vieira .

Nos casos da Aurora Moda Gentil e Natural Cotton Color a matéria prima é o

diferencial dos produtos de moda, e a aquisição das matérias primas é feita diretamente com os produtores.

As ovelhas que produzem a lã para a Aurora Moda Gentil são criadas no sítio em Dom Pedrito, Rio Grande do Sul. As raças que produzem a lã são a Merino Australiano, Corriedale e Moura, sendo que estas duas últimas possuem uma lã mais áspera, por isso a lã é fiada com outros tipos de fio para proporcionar maciez. As ovelhas são esquiladas anualmente e, para saber se a lã é de boa qualidade o produtor utiliza um *scanner*, importado da Austrália, que “lê” o fio de lã e apresenta as características de genética, nutrição e, que possibilita conhecer o potencial de conforto da lã (Diário de campo, 08 de Abril de 2019). Após a esquila da ovelha o produtor entrega o velo na indústria para o processo de limpeza e cardagem. O preço pago ao produtor pelo quilograma de lã depende da cotação do produto no mercado na data da venda, sendo que esse valor é regulado pelo mercado internacional. O pagamento pela compra não é feito diretamente ao produtor, pois, este entrega a lã na indústria, onde é feita a lavagem e cardagem, e a Érica faz a compra do lote de lã, pagando para a indústria. A necessidade de lavar a lã em um processo industrial se deve pelo fato de ser um processo difícil, como descrito:

A parte de lavagem acontece por uma terceirizada, que é uma indústria chamada Paramount [Paramount Lansul S/A] que fica em Bagé, que é uma cidade vizinha de Dom Pedrito [...] porque hoje o meu produtor entrega para a indústria, a gente não faz a ponte, ele entrega para a indústria, e a indústria me entrega o lote dele [...] para facilitar ele leva direto [...] porque a lã, ela vem com um cheiro forte, né, o animal leva um ano para produzir a lã, a gente esquila uma vez por ano. A esquila é o corte da lã, a retirada da lã da ovelha, e a gente faz isso uma vez por ano, então nesse um ano tem um acúmulo de sujeira, o próprio cheiro do animal, então pra que ela fique bem limpa e para que tenha um valor agregado ainda maior a gente passa pelo processo de lavagem na indústria. Não é artesanal e hoje é muito difícil achar uma artesã que faça o processo, porque a lã precisa ser lavada várias vezes, precisa ser escovada e é um processo fisicamente muito cansativo, então esse processo a gente faz na indústria, que é em Bagé, cidade vizinha (Érica 🐼📷).

O processo de lavagem da lã é o maior gargalo da produção, por isso a opção mais viável no momento é entregar na indústria para que seja limpa e cardada, para então seguir para o processo de fiação, que é feito de forma manual ou também na indústria (Diário de campo, 08 de Abril de 2019). A lã, após ser lavada e cardada segue para a fiação, conforme relatado:

[...] e daí vem pra Dom Pedrito pra ser feita a fiação artesanal, nas rocas manuais, e alguma coisa a gente faz na fiação em Sapucaia que é perto de Porto Alegre, que também é indústria (Érica 🐼📷).

A organização da produção da Natural Cotton Color também se inicia com a aquisição da matéria prima, que é o algodão colorido orgânico. Como a disponibilidade de matéria prima é um dos fatores que compromete a produção, para garantir a quantidade necessária de matéria

prima, a empresa negocia a compra diretamente com os produtores. A compra é feita mediante contrato antecipado de compra garantida, que assegura a compra e o preço aos produtores. Dessa maneira, a empresa apoia a produção da agricultura familiar do Assentamento Margarida Maria Alves, conforme descrição na página de Internet da Natural Cotton Color:

O algodão colorido da Paraíba é produzido na região do semiárido, no assentamento Margarida Maria Alves, em Juarez Távora, aproximadamente a cem quilômetros de João Pessoa. O cultivo não irrigado é realizado em sistema de agricultura familiar. Hoje o pequeno produtor ganha cerca de três vezes mais pelo quilo da pluma de algodão colorido orgânico certificado se comparado ao preço pago pelo mercado no algodão comum, branco (Francisca Vieira, Blog, NCC, 1/10/2018).

A relação entre a empresa e os agricultores foi iniciada quando Francisca Vieira precisou de matéria prima e não havia quantidade suficiente de algodão colorido orgânico em pluma, e por isso resolveu conversar diretamente com os produtores na lavoura, conforme nos explicou:

Nós da Paraíba não sabíamos da existência desses assentamentos assim, que estavam plantando algodão, porque era tudo escondido... e por que eram escondido? Porque estavam remunerando mal o campo... então... pagando abaixo, inclusive, às vezes abaixo da commodity, estavam pagando, por isso que eu fui plantar algodão, porque eles não queriam mais plantar... então quando a gente chegou lá eles disseram: A gente não tá plantando mais porque está dando prejuízo... então não planta... nós estamos aqui com o algodão e mandavam plantar e não compravam. [...] E chegava na hora da safra não compravam... ou compravam e pagavam quando podiam... estavam matando todos os plantadores de algodão... então quando a gente chegou lá em 2011 que começou a ver o quadro... eu comecei a desconfiar né... algodão todo ano faltava algodão... todo ano faltava algodão... tem alguma coisa errada... então chama o Comitê Gestor [Comitê Gestor do Arranjo Produtivo Local do Algodão Colorido] tá bom, e cadê? Chama o homem do campo. Ah não Francisca! é muito complicado trazer esse povo pra cá. Ah é complicado? tá bom! Então me diga onde é que ele tá que eu vou lá! É complicado... Ok! beleza eu vou lá! Quando eu sentei com eles, nós tamo aqui ó... faz cinco anos que a gente tá vendendo algodão... na época era por cinco reais. Chego, que é isso?! Tão explorando esse povo! daí, também ó... plantando tá a safra todinha aqui, 6.000 quilos e ninguém compra! Como é? Tem algodão orgânico, estocado, e ninguém compra? Tá! eu tô comprando a safra toda! Quanto é que vocês vende? Ah, a senhora paga seis reais? Aí eu liguei pra a Embrapa... eu digo: Me diga aí o preço justo... isso foi em 2011... me diga aí o preço justo, porque eu não sei o preço do algodão... aí ligo pro Setor de Economia da Embrapa, ah Francisca pode pagar seis e cinquenta que é o preço justo... tá bom, vou pagar seis e oitenta ... eu tenho tudo isso... Vocês vendem pra mim com a condição de vocês vão plantar pra mim todo ano. [...] então é isso que a gente fez, então começa a pagar o preço justo no campo (Francisca Vieira 📷).

Comprar diretamente com os produtores de algodão é uma forma de garantir a produção na quantidade necessária para a produção de tecidos para a marca, conforme o exposto:

Nos tornamos fornecedores porque a cadeia produtiva do campo precisa ser ampliada, e apenas com a nossa marca de slow fashion não teríamos como aumentar a área plantada. O principal objetivo da Natural Cotton Color é viabilizar os assentamentos

rurais da Paraíba, dar qualidade de vida aos trabalhadores do campo, e aumentar a produção do algodão orgânico. Após duas edições, podemos dizer que o Brasil Eco Fashion Week nos transformou em uma referência de fornecedor de matéria prima para o mercado nacional (Francisca Viera, Natural Cotton Color, Facebook, 30 Ago. 2019).

A produção de algodão colorido orgânico para a Natural Cotton Color possui certificação de origem. Segundo dados da empresa, o “selo tem credibilidade internacional e abriu as portas do Biofach, o salão de produtos orgânicos mais importantes do mundo” (Blog, NCC Ecobrands, s.d.). Além de suas características que proporcionam a cor da fibra, o “cultivo não irrigado e dispensando o tingimento, o impacto na economia de água na cadeia produtiva é de 87,5%” (Natural Cotton Color, Facebook, 06 Set. 2019).

Após a colheita, o algodão é descaroçado no próprio assentamento e, depois segue para as etapas de fiação a tecelagem. O algodão colorido orgânico é transformado em fios e tecidos, malhas e tecidos planos. A empresa não utiliza corantes químicos e por isso uma solução desenvolvida para criar padronagens têxteis é a combinação dos fios de diferentes colorações, como descrito:

Um dos clássicos da moda é a risca de giz, com tecido preto e a risca branca. Como não utilizamos tinta em nosso processo, reinventamos a tradicional risca de giz utilizando 3 tons (cru, safira e rubi) do nosso algodão orgânico que já nasce colorido. (Natural Cotton Color, Facebook, 17 Jun. 2019).

Além do tecido risca de giz, outros tecidos foram desenvolvidos para atender o mercado, e nesse processo conta com a tecnologia de instituições como o Senai e Sebrae da Paraíba. Uma das inovações é o denim de algodão colorido orgânico, conforme postado na página de internet e nas redes sociais da empresa:

Antes só tínhamos malha e ribana. Tempos depois ampliamos coleções com tecido plano, feito em tear manual. Depois introduzimos malha e moletom. Recentemente surgiu o *jacquard* com 70% de algodão colorido orgânico e 30% de poliamida biodegradável”. Com esse tecido, a “NCC tem novas perspectivas de moda sustentável para dar continuidade à sua presença da marca no mercado internacional. (Francisca Vieira, NCC, 25/07/2018).

Conforme Fletcher e Grose (2012), as fibras cultivadas organicamente devem ser priorizadas na produção de moda sustentável, contudo, todos os materiais afetam de alguma forma os sistemas ecológicos, e esse impacto deve-se às características das fibras e seu processo de decomposição e, ainda, aos demais materiais agregados na roupa. Assim, embora os materiais não resolvam totalmente o problema do impacto ambiental, os produtos orgânicos como a lã e o algodão contribuem com a redução da poluição, pois, reduzem o uso de água e substâncias químicas no processo fabril.

Das três empresas estudadas, a Rina Lab. ainda não utiliza o tecido orgânico. As roupas são produzidas tanto com malha 100% algodão quanto tecidos que são compostos de poliéster, viscose, poliamida e elastano. Estes tecidos são adquiridos em indústrias têxteis de Santa Catarina, distante cerca de 100 Km de Florianópolis. Com relação a decisão de escolha do tipo de tecido utilizado na sua produção, a Beatriz explicou:

Eu acho assim... que a gente não só procura a sustentabilidade... se for aprofundar bem a sustentabilidade é bem difícil né?... teria que ser desde o início mesmo, teria que saber quem foi que colheu o nosso algodão, como é todo o processo, eu acho que a gente ainda não chegou nesse ponto... a gente procura escolher como matéria prima empresas daqui, daqui da região, é... ir nas fábricas mesmo. [...] A gente compra pouco tecido, geralmente as empresas vendem por quilo, e numa quantidade mínima... a gente não tem tanto acesso assim, a gente compra tecidos que seriam descartados... que é na Renovil, empresa de tecidos... eles tem um loja em Brusque [SC] junto com a fábrica deles, eles tem uma loja que vende retalhos de tecido, às vezes de dois em dois metros, que teve alguma falha na estamparia ou puxou algum fio... e eles não podem entregar pro cliente que comprou... então a gente faz uso desse tecido... A gente não tem ainda nenhuma peça de tecido orgânico (Beatriz 🗨️).

Embora tenha conhecimento sobre o tecido orgânico, este não é utilizado na fabricação das suas peças porque consideram que os preços são mais altos em relação aos demais tecidos. O custo da matéria prima é um fator relevante para determinação do preço final, conforme exposto na entrevista:

A gente queria muito trabalhar com o orgânico [tecido], só que são realmente os preços são mais elevados, então a gente ainda não conseguiu aplicar, fazer uma peça com esse preço pra ver se tem saída, a gente quer, mas ainda não faz. [...] Então a opção que a gente encontrou assim da sustentabilidade no tecido é usar um tecido que seria descartado, que são vendidos por metro... A gente gosta de trabalhar com esse tecido [resíduo têxtil]. Mas, como por exemplo o moletom é um que a gente usa por ser confortável, e a gente não achou nessas lojas de tecidos descartáveis, então a gente compra na Aradefe [Brusque – SC], temos que comprar na fábrica mesmo (Beatriz 🗨️).

Conquanto a característica dos materiais seja um dos fatores de adequação ao princípio da moda sustentável, a capacidade financeira da pequena confecção implica diretamente na definição dos seus fornecedores, pois a aquisição da matéria prima, geralmente, é feita em pequenas quantidades. A alternativa encontrada foi a de utilizar tecidos fabricados localmente, e também utilizar tecidos que são refugos da indústria, ou seja, as sobras de lotes que são vendidos em retalhos. Esses tecidos, pelas características de qualidade e preço atendem a necessidade da produção em pequena escala e atende ao padrão de qualidade estabelecido para a marca, e, possibilita a precificação no nível aceito pelo seu público-alvo. Para ter uma prévia de aceitação de preço, uma peça é fabricada e colocada à venda para verificar se há demanda.

Para o *slow fashion* o design do produto é muito importante, e é no desenvolvimento

das peças que os aspectos sustentáveis podem ser aplicados no vestuário. Isso implica também na observação do contexto local regional e também global, considerando a abrangência da indústria têxtil (FLETCHER; GROSE, 2012). Na produção *slow fashion* o design tem a função de desenvolver produtos duráveis, vendáveis e sustentáveis, o que muda a concepção de um design de moda relacionado com a agenda comercial, que transforma matérias em produtos e em grandes quantidades (FLETCHER; GROSE, 2012). A exemplo, a produção da Rina Lab. que, no desenvolvimento e produção das peças as características que buscam, além do design, são a versatilidade, o conforto e a qualidade nos acabamentos. Assim, garantem que a peça de roupa tenha maior durabilidade e evita o descarte rápido, conforme nos relatou:

A gente queria muito coisas confortáveis, que fossem versáteis na questão de usabilidade [...] É muito a questão do modelo, muita gente elogia a gente por ter bolso, que realmente cabe coisas... porque geralmente a roupa feminina não se preocupa com isso, com bolsos... se preocupa mais com a estética mesmo do que com a usabilidade, às vezes tu quer sair de casa e tu não quer levar uma bolsa... e tem um bolso ali na saia pra tu levar o que precisa [...] as pessoas gostam disso também [...] o zíper... a gente usa de metal, a gente faz o acabamento, o acabamento também é uma coisa que a gente queria prezar bastante... por exemplo, o zíper a gente corta ele, ele vem em metro, a gente faz o acabamento do zíper com o próprio tecido da peça, a gente usa bastante viés, viés de cetim que é pra dar um acabamento mais bonito, delicado... a gente queria que fosse peças mais neutras que tu pode ter no guarda roupa... e usar com várias... em estações... a gente fez agora uma peça que dá pra ser usada tanto no inverno quanto no verão... só depende de como tu vai usar, então a gente gosta de pensar nisso (Beatriz 🍷📷).

A fabricação das peças é o outro fator que analisamos em relação aos princípios do *slow fashion*, pois, além das características da matéria prima, a aplicação de boas práticas que possam contribuir com a produção sustentável devem ser observadas (FLETCHER; GROSE, 2012).

Nos três casos estudados o processo de produção é artesanal. Em se tratando do setor de confecção, embora as grandes indústrias já possuam uma automação e máquinas mais modernas, as pequenas confecções e fábricas empregam mão de obra intensiva no processo de confecção de vestuário.

Na Aurora Moda Gentil o processo é totalmente artesanal, pois as peças são feitas em tricô, crochê ou tear. O processo produtivo do fio de lã passa pelas seguintes etapas: produção de lã: ovelha → esquila → lavagem → fiação → tingimento natural → produto final (novelos de lã/roupa). A fiação da lã segue dois processos, um artesanal e outro na fábrica. A fiação em processo fabril deve-se pela necessidade de se obter um fio mais regular, conforme a explicação:

Quando a gente precisa de um fio super regular, ou um fio muito mais fino do que não se consegue na roca artesanal a gente passa pela indústria. Um fio regular... porque

artesanalmente não fica regular [...] como a gente vende o fio, a gente vende peça pronta mas a gente vende o fio também, e as pessoas preferem um fio bem regular, então a gente opta por fazer na indústria também (Érica 🍷🍷).

O tingimento da lã é feito de modo totalmente artesanal e com produtos vegetais. Na visita ao Ateliê da marca, em Dom Pedrito, tivemos a oportunidade de acompanhar o processo de tingimento. Para a demonstração a Érica tingiu duas meadas de lã, uma com canela e outra com erva-mate. Para extrair o corante do vegetal o primeiro passo é colocar o produto de molho em hidróxido de amônio (NH_4OH) um dia antes. No segundo dia esse líquido é fervido com o corante vegetal para extrair ainda mais a coloração. Após fervura o líquido é coado e retorna ao fogo. Nessa etapa a lã é colocada para ferver no banho de tingimento. Após o tempo necessário de fervura espera-se esfriar para enxaguar e centrifugar a lã, que depois será secada à sombra. Outro cuidado no processo de secagem é que a lã deve secar na horizontal, sobre uma mesa plana, para evitar deformação. Do mesmo modo que se tingem a meada de lã também a peça pronta é tingida. Assim a peça pode ser tricotada em lã crua e depois tingida na cor escolhida pelo cliente conforme a cartela de cores definida para cada produto da marca (Diário de campo, 08 de Abril de 2019).

O processo de tingimento artesanal é trabalhoso e lento, mas, ainda que seja um processo demorado, o trabalho manual e o tingimento com corantes vegetais são os diferenciais dos produtos da marca.

Uma preocupação nesse processo de tingimento artesanal é quanto a utilização do hidróxido de Amônio (NH_4OH) que, por ser uma substância química, exige cuidados em relação ao uso devido o risco à saúde do trabalhador e também quanto ao risco para o meio ambiente. Segundo Silva²⁷, o uso de equipamentos de segurança, como luvas e máscara, é necessário quando se manuseia o produto, e, quanto a água residual do processo de tingimento, esta pode ser descartada no esgoto doméstico desde que a substância seja neutralizada (pH entre 6 e 8). Essa neutralização pode ser realizada pelo ácido clorídrico (HCl) ou ácido acético (CH_3COOH), conforme Normas de Gerenciamento de Resíduos Químicos²⁸.

Em relação ao uso dos recursos naturais, no processo de tingimento o recurso natural utilizado, além dos corantes, é a água, porém o gasto não é excessivo para cada lote, como se

²⁷Fala do técnico Moacir Silva, Biólogo/Química e Técnico de Laboratório do Departamento de Química da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) Campo Mourão-PR, em 22 nov. 2019.

²⁸ Normas de Gerenciamento de Resíduos Químicos do Instituto de Química da UNICAMP. Disponível em <<https://iqm.unicamp.br/sites/default/files/normasResiduos.pdf>>. Acesso em 22 nov. 2019.

pôde observar (Diário de campo, 08 de Abril de 2019). Mesmo assim, é um recurso que se deve ter a preocupação em reduzir o consumo e priorizando a reutilização.

A Aurora Moda Gentil produz blusas, coletes e mantas (cachecol) e também oferece o kit que é composto por manta, gorro e colete. Esses produtos são confeccionados após o pedido, não havendo estoques de peças prontas, porém, essas peças são fáceis de tricotar porque são modelos básicos, podendo ser adaptados conforme as medidas do cliente. Segundo informação os produtos mais solicitados são o colete e o cachecol. Estas peças são feitas por artesãs da região de Dom Pedrito, mas conforme a necessidade também há tricoteiras na capital, Porto Alegre, que tecem para a empresa. As artesãs trabalham por demanda e recebem por cada peça confeccionada, conforme a informação nos dada na entrevista:

A gente produz por demanda, não trabalha com estoque, trabalha conforme pedido, no inverno, obviamente a gente produz mais... a gente tem em torno de 20 mulheres, depois ficam fixas trabalhando em torno de cinco, seis. Mas... hã... elas são autônomas, todas né, então a maioria tem a Aurora como uma segunda atividade e essas que têm a Aurora como segunda atividade são as que acabam pegando só no inverno mesmo. [...] Sim... todo mundo prestador de serviço (Érica 🗨️).

Como as peças são feitas somente após os pedidos dos clientes, e ainda pela quantidade produzida, não há uma escala de produção, conforme destacado no trecho da entrevista descrito anteriormente. Do mesmo modo, a remuneração para as artesãs é feito por peça produzida, e segundo nos informou, o valor pago segue a filosofia de “uma cadeia toda significativa e justa e ecológica” (Érica 🗨️). Porém, esse valor não foi especificado na entrevista, tampouco há descrição de valores em matérias na página de Internet e outros materiais pesquisado. Segundo a Érica, desde a criação da empresa a ideia foi a de promover o desenvolvimento social, principalmente oferecendo trabalho para as mulheres, conforme nos explicou na entrevista:

Primeiro start da Aurora foi a mão de obra, não foi a matéria prima, foi... eu quero trabalhar com mulheres que de certa forma procurem nesse trabalho manual uma forma de renda, uma forma de ocupação, uma forma de empoderamento, enfim, uma forma de singularidade... e quando eu fui procurar matéria prima para trabalhar com essas mulheres, primeiro eu pensei em trabalhar em Dom Pedrito porque era a terra da minha família, e foi lá que minha vó morava, foi lá onde insight aconteceu, e Dom Pedrito é a região da campanha no Rio Grande do Sul foi uma região que viveu do lanifício por muitos anos antes da entrada do sintético, antes da entrada do fio chinês, na época era uma região que vivia do lanifício então existiam muitas mulheres capacitadas para trabalhar com o crochê com a própria parte de lavagem da lã, de fiação da lã, o tear, existe um grupo muito dedicado... mas que perdeu a oportunidade de trabalho com a entrada do sintético, com a remodelação do mercado... e foi então que eu pensei em trabalhar lá (Érica 🗨️).

Com relação ao local de trabalho, as artesãs podem utilizar o espaço do ateliê ou trabalhar em casa:

[...] porque as artesãs podem trabalhar no ateliê, se elas quiserem pegar a lã e voltar

pra casa e trabalhar em casa... tudo bem... mas elas sabem que tem alguém pra dar apoio no ateliê sempre que elas precisarem, e essa artesã [supervisora de grupo] se precisar me liga, enfim e a gente faz o acompanhamento mais através dela... ela que fica com os materiais para liberar os materiais para as artesãs (Érica 📷).

Pode-se dizer que os produtos ofertados pela Aurora Moda Gentil é um produto regional, assim como também é a forma de confeccionar essas peças, seja em tricô, crochê ou no tear. É uma cultura regional, e há pouca necessidade de treinar para a confecção das peças. Apenas quando é uma técnica como tricô sem costura, porém, a experiência e a aptidão das artesãs facilitam esse processo de orientação para o trabalho:

Vai muito da experiência delas, eu chego com o desenho ou com uma foto, com uma inspiração e elas dizem ah! isso a gente tem que fazer de tal jeito, ou não, ou isso não dá pra fazer. Então a gente vai moldando conforme a experiência e aptidão delas, o conhecimento delas. A gente tem uma supervisora de grupo, digamos assim, que fica todo dia no ateliê, e ela é a que mais tem, digamos assim, ela vê, dá um jeito... vamos pensar em como ... tenta encontrar uma forma de produzir e ensina as outras... mas a maioria dos nossos produtos são muitos básicos, são pontos básicos, são né... não tem grande dificuldade, então elas conseguem tranquilamente fazer, mas algum detalhe que as vezes a gente fala, põe tranças nos tricôs, ou tricô sem costura e aí que elas precisam um pouco de orientação, mas normalmente elas enxergam o desenho e já sabem como fazer (Érica 📷).

Embora seja tradicional a produção de tricô e crochê, há um incentivo por parte da marca para treinar as artesãs, principalmente para “*aprimorar acabamento, aprimorar costura*” (Érica 📷). Essa necessidade é para que a peça tenha um bom acabamento e dure mais, e dessa forma atende outro princípio do *slow fashion* que é durabilidade da roupa. Os produtos feitos em lã são duráveis, e podem ser desmanchados para fazer outra peça, possibilitando assim a reciclagem do fio. Ainda, a decomposição natural é uma das características da lã, e essa informação é transmitida para o público da empresa:

Nossa essência está no meio ambiente e, principalmente, no cuidado com ele. A nossa matéria-prima é 100% natural e renovável e toda a nossa cadeia de produção é pensada para ter o mínimo impacto possível. Até mesmo no final da vida útil da lã, podemos devolvê-la ao solo porque além de ser um material biodegradável, a lã natural leva pouco tempo para se decompor e libera nutrientes valiosos a ele (Instagram, sigaaurora, 5 de junho 2019, online).

O processo de produção das peças de vestuário da Natural Cotton emprega o trabalho artesanal de rendeiras, bordadeiras, costureiras e artesãos da região Nordeste do Brasil, sobretudo da Paraíba. Segundo a empresária, o artesanato local é um dos componentes que agregam valor às peças, e, “entre as técnicas artesanais usadas estão a renda renascença, a renda Frivolitê, a renda Tenerife, a Rede de Pesca, a renda Filé, além do Macramê, do Crochê e também do Capitonê” (NCC Ecobrand, 2015, online).

Embora todas as etapas de produção sejam feitas localmente, desde “a plantação do algodão colorido orgânico, tecelagens, artesãos, costureiras e designers organizados em associações” (NCC Ecobrands, s.d., online), conforme Francisca Vieira as peças produzidas pela empresa não se trata de um produto regional, pois o foco da produção é o mercado global. E, para competir nesse mercado, a marca investe no design do produto, conforme declaração: “nós tem um design arrojado, que usa a intervenção do artesanato em função da moda. O exigente público do grupo valoriza o produto ecológico e o trabalho feito à mão, onde cada peça tem uma história pra contar” (Francisca Vieira, in Blog, NCC Ecobrands, s.d., online).

Conforme Francisca Vieira, todo o processo de produção da empresa é terceirizado:

Tudo meu é terceirizado. A tecelagem não é minha, a fiação não é minha, a gente simplesmente se juntou pra resolver o problema dessa cadeia produtiva. [...] Nós temos uma associação. Lá na Paraíba não se trabalha com cooperativismo... é associativismo. [...] As confecções... que que a gente faz... a gente pega as empresas menores... por exemplo as MEIs. As MEI fazem parte da nossa associação também e prestam o serviço de costura pra nós. Na minha empresa mesmo o que que ficou... na NCC... até para eu cuidar do resto da cadeia produtiva... a questão do campo eu que tenho que correr atrás... pra eles não caírem em esparrelas... o mercado internacional sou eu que cuido também... e promover o artesanato também foi a última causa que abracei... então só tinha um jeito... eu terceirizar tudo... pra poder viver fora, por exemplo eu tô aqui já tem 10 dias [em São Paulo]... então quem estaria cuidando da minha produção se fosse toda lá?... então na minha produção ficou a parte de criação, pilotagem, a criação eu não abro mão (Francisca Vieira 🗨️).

Sendo a produção terceirizada, a empresa paga as costureiras e as artesãs por cada peça produzida. O tempo de produção é calculado de acordo com a complexidade do feitiço da peça, e o valor pago pela produção de cada a peça tem como base o salário mínimo da categoria, conforme nos declarou em entrevista:

O que a gente faz é medir sempre a hora... né, porque isso é importante... que é pra você medir a hora de salário mínimo... no mínimo! Tem peças que a gente paga mais... por exemplo, se um vestido leva duas horas pra fazer eu tenho que pagar as duas horas de salário mínimo, no mínimo! ... Quando eu falo salário mínimo, é salário mínimo da costureira... da categoria, que diga-se de passagem lá [Paraíba] é a mesma coisa... então isso é o que a gente faz... isso em tudo... em tudo... se for fazer uma renda pra mim... a gente mede isso em horas... tudo nosso é medido em horas de salário mínimo... [...] É a peça perfeita! ... a peça perfeita! porque se for botar qualquer jeito... eu vou me danar e depois eu não vou aceitar porque eu não posso aceitar a peça feita de qualquer jeito... eu tenho que aceitar a peça perfeita (Francisca Vieira 🗨️).

O valor pago pelo trabalho das costureiras e artesãs segue a filosofia da remuneração justa em todas as etapas:

Então é isso que a gente fez, então começa a pagar o preço justo no campo... daí se paga o justo no campo... a fiação... óbvio! [...] Tecelagem mesma coisa... daí pra frente... daí volta de novo pro elo fraco... porque elas não têm poder de barganha... daí que que vamos fazer? [...] então como eu disse, então daí pra frente essa parte de costura é paga em cima da hora do salário da categoria que infelizmente na Paraíba é o mínimo... e aí paga-se aquilo ali... às vezes a gente paga mais ... a peça permite que

eu pague mais porque ela tem valor agregado maior, daí a gente pode pagar mais. [...] As rendeiras elas dizem assim, chega as peças de Francisca encostam qualquer trabalho e vai fazer as de Francisca, né? Então assim, isso eu acho muito bom, eu tenho relação com elas de parceria... né? de sentar com elas, de tá explicando pra elas porque que tem que sair daquele convencional, fazer coisas diferentes e tudo mais... que tudo meu é de forma inovadora, não uso o tradicional, eu pego um renda e transformo noutra coisa, pego um crochê e transformo noutra coisa... não é que ele deixa de ser crochê, continua sendo crochê, só que a gente vai fazer um crochê com design, vai fazer uma renda com design... então... é e tá tudo ali, não muda nada... eu não troco nada, não troco ponto... novos pontos... tá tudo lá... você só tem que ter o olho e saber aproveitar da melhor forma possível (Francisca Vieira , ).

Como já descrito, a produção de moda sustentável envolve a utilização de matéria prima orgânica e remuneração digna e justa, de forma que possibilite o desenvolvimento humano, e ainda, que o produto seja feito com alta qualidade, visando a durabilidade da peça.

Em relação ao processo de produção, nas empresas Aurora Moda Gentil e Natural Cotton Color o trabalho de confecção é feito por terceiros e as empresárias gerenciam todo o processo produtivo.

Já na Rina Lab. as sócias são responsáveis pela gerência da empresa e também pela execução da produção, desde o desenho das peças, a modelagem e a confecção. Por isso elas divulgam a marca referenciando esse trabalho: “sua roupa é feita por Beatriz e Camila” e “nós fazemos suas roupas” (Rinalab, s.d., online). Para demonstrar o processo de produção elas convidam os clientes para acompanhar a confecção das peças, conforme postagem na página de internet:

Nosso ateliê é nossa casa, é daqui que saem nossos sonhos, criações e projetos. Você é convidado para vir conhecer nossas peças, comprar, tomar um café e ver de perto como são produzidas nossas roupas. Marque seu horário e entre no nosso mundo! (www.rinalab.com.br/nosso-atelie/, n.d., online).

Na página de internet da marca há também um vídeo cujo conteúdo demonstra o passo-a-passo do trabalho de modelagem e confecção de uma, e demonstra o tempo necessário para produzir, conforme um outro vídeo postado na rede social:

Você já parou para pensar quanto tempo demora para fazer uma roupa? — Paramos para cronometrar quanto a nossa saia Paulista demora para ser feita - desde a marcação do molde no tecido até a saia ficar prontinha para usar. — Postamos aqui no feed toda a sequência com seu devido tempo, no total de 1 hora, 4 minutos e 23 segundos. — Quanto você achou que seria? (rina.lab., Instagram, 30 de Março, 2018, online).

A demonstração da confecção e o tempo necessário na fabricação reforça que o trabalho artesanal exige mais tempo e habilidade para garantir a qualidade. Esse modo de produção também implica no preço final do produto, e é um dos aspectos abordados pelo princípio do *slow fashion* que defende o preço alto dos produtos, pois se considera o custo real

de produção. Esse custo real deve-se pelo custo das matérias primas, uma remuneração justa e o trabalho com mais tempo para dar qualidade aos produtos, pois é dedicado mais tempo na confecção da peça para que não descosture ou desfie com facilidade, e por isso primam pelo bom acabamento da costura. Por isso é considerado um produto caro, porém é o preço real da produção (FLETCHER; GROSE, 2012). Segundo Francisca Vieira, o preço real é necessário para manter o equilíbrio da cadeia produtiva:

Ele é caro, e vai continuar sendo caro. Se isso é ser caro, ele vai continuar sendo caro. Porque eu tenho que pagar de forma decente e justa, decente e digna toda uma cadeia, do agricultor até a costureira (Francisca Vieira, Natural Cotton Color, Facebook, 23 Jan. 2019, online).

Essa informação foi reforçada na entrevista:

Tem que ser caro. Ele é muito caro, mas tem que ser caro, né? ele é perfeito, é lindo, é o que enriquece a peça” (Francisca Vieira ).

Pelos princípios do *slow fashion* o custo da produção se torna mais elevado, e por isso exige que o mercado reconheça o valor real do produto, pois o preço da roupa para atender ao consumidor não pode ser um salvo-conduto para produzir sob a exploração da mão de obra e o meio ambiente. Pois, como observou Commons (1918, apud LALLEMENT, 2006), a fabricação de produtos de má qualidade e a exploração de trabalhadores falsificam a eficácia e a boa harmonia da comunidade de produtores.

A mudança no sistema de moda sustentável exige que a cadeia de produção trabalhe em sintonia com princípios de responsabilidade social, e defende um sistema que seja compreensivo da realidade, visando transformar a indústria convencional para uma produção que esteja conectada entre as etapas, e assim garantir os direitos dos trabalhadores, tanto em relação a remuneração quanto a jornada e condições adequadas de trabalho (FLETCHER; GROSE, 2012).

A valorização dos recursos locais e distribuição da economia (CLARK, 2008), também é percebida pela agregação do artesanato aos produtos fabricados pelas empresas Aurora Moda Gentil e Natural Cotton Color. No desenvolvimento das peças, a Natural Cotton Color agrega o artesanato às peças, porém, conforme explicou Francisca, não se trata apenas de inseri-lo numa peça de roupa, é necessário que seja aliado ao design da moda, para assim ser aceito no mercado:

É o seguinte, eu já participei de um salão chamado Maison D'Exceptions... participei três anos... esse salão reúne 27... os melhores designers inovadores do artesanato no mundo... que é na Premiere Vision Paris... e aqui do Brasil eu fui a única que eles selecionaram, então eu fiz a Maison três anos [...] o coordenador desse salão se chama Pascal Gautrand... e ele diz assim... hoje... o artesanato sem o design não existe... mas

o design sem o artesanato também não tem... o design pelo design sem o artesanato também não justifica mais. Então essa frase eu achei fantástica porque parece que ele tirou da minha boca... porque... não adianta pegar uma florzinha de renda pregar aqui, botar aqui na barra sem ter pensado no design, na harmonia, na inovação... cheguei lá na rendeira peguei um flor de renda botei aqui na minha pala, isso vai virar roupinha de vovó, né? Também... eu faço essa blusa linda, maravilhosa [apontando para a blusa que estava vestindo], aqui vamos supor que ela fosse linda e tudo mais... mas isso aqui é industrializada quando podia ser uma nervura como nossas mães faziam pra gente, imagina isso aqui de nervuras... que lindo isso seria! ... casinha de abelha... então tem que ter os dois, a moda hoje tem que caminhar ao lado do artesanato... e o artesanato ele tem que ter a moda pra ele poder ser viável economicamente... porque paninho de bandeja ninguém compra mais... nem as vovós tão comprando... até compra mas põe na gaveta e não usa nunca mais, às vezes compra até como uma caridade... ai tio compra?... ela tá ali vendendo tão baratinho. Por isso eu resolvi focar mesmo na renda renascença, porque pra mim é o artesanato mais nobre que o país tem (Francisca Vieira 🗨️).

O foco no mercado direciona a criação dos produtos de moda, assim o emprego do artesanato aliado ao design possibilita agregar mais valor ao produto. A contribuição com a economia local com a integração do artesanato, além de contribuir com a economia local, proporcionando trabalho e renda para os habitantes da região, também favorece a manutenção de tradições e a cultura da região.

Reconhecido como um princípio central de sustentabilidade, o localismo é um “movimento centrípeto, que concentra poder econômico e político dentro das comunidades” (FLETCHER, 2018, n.p.). De modo diferente a globalização atua de forma centrífuga e afasta o ecossistema local, e por esse prisma, o localismo se refere a soma dos recursos e interações que um determinado local pode ofertar (FLETCHER, 2018).

A produção é local, mas para manter a sustentabilidade econômica, as empresas mantêm múltiplos canais de venda. Para comercializar os produtos da Aurora Moda Gentil, além da venda pela página de Internet há também dois pontos de venda na cidade de São Paulo, conforme nos explicou:

São Paulo é um bom mercado, as pessoas são mais conscientizadas, eu acho, com o produto... existe sim uma venda online, e essa venda é mais polarizada ela não é tão concentrada numa cidade... [...] Hoje quem mais compra online também é São Paulo, mas algumas pessoas querem experimentar, querem sentir, e aí tem os pontos de venda, e o bom do ponto de venda física é que ele pega quem tá passando na rua... então a gente tem dois pontos que funcionam muito bem, e o e-commerce tem... principalmente São Paulo e Rio de Janeiro [...] Eu acho que é um público mais conscientizado, mais disposto a pagar um pouco mais, e que não tem tanto... não é conhecimento a palavra... não tem tanto acesso a esse produto. Enquanto que no Rio grande do Sul tem um acesso, digamos fácil ao produto de lã, existe uma cultura produtiva em torno, então - Ah! minha vó pode fazer, minha tia pode fazer (Érica 🗨️).

Também a Rina Lab., além da loja física e da venda pela internet, a marca também

está disponível na loja colaborativa Endossa em São Paulo²⁹:

Agora também tem @rina.lab em loja física no centro de São Paulo, e não poderíamos estar mais felizes! Algumas das nossas peças estão expostas na loja colaborativa @loja_endossa, um projeto muito legal que abriga diversas marcas autorais! (rina.lab., Instagram, 13 de Maio, 2019, online).

A Natural Cotton Color vende seus produtos pelo canal online, tanto para vendas no país quanto vendas para países estrangeiros, e também tem parcerias com lojas em São Paulo (Lado Basic, nos Shoppings Cidade Jardim e JK Iguatemi), em Búzios – Rio de Janeiro (Lua Luanda), em João Pessoa (Loja de Arte e Artesanato no Aeroporto Internacional Presidente Castro Pinto), em Marseille – França (Tentatio Bio).

As parcerias são percebidas nas três empresas estudadas e demonstram que os produtores de moda sustentável buscam apoiarem-se uns aos outros para entrar em novos mercados.

A moda sustentável em algodão colorido orgânico já pode ser encontrada em dois importantes shoppings na zona sul da capital paulistana: o Cidade Jardim e o JK Iguatemi. A parceria é um feliz encontro da **Natural Cotton Color – NCC Ecobrands** com a Lado Basic (NCC, Blog, 28 Jun. 2016, online, grifo do autor).

Os dados obtidos nesta análise demonstraram que a filosofia do *slow fashion* está presente nas empresas, as quais priorizam em seu modelo de negócio: maior tempo de produção, roupas atemporais, matéria prima de qualidade, funcionários e fornecedores locais, valorização da cultura e do trabalho artesanal.

Em todas as empresas verificou-se que há uma preocupação na escolha das matérias primas, com prioridade para materiais orgânicos, como o algodão, lã e malha PET³⁰, e também tecidos que não são orgânicos, porém, são escolhidos pela qualidade. Outro fator comum nas empresas é o emprego de pessoas da localidade onde está sediada a empresa. As empresas Aurora Moda Gentil e Natural Cotton Color motivam ainda a cadeia de produção de lã e algodão colorido, respectivamente. Além do emprego, contribuem ainda com a valorização do artesanato local, como as tricoteiras, rendeiras e bordadeiras, e dessa forma valorizam a cultura e as comunidades locais com suas tradições. Desse modo, o *slow fashion* representa uma valorização dos recursos locais e distribuição da economia (CLARK, 2008; JUNG; JIN, 2014; FLETCHER, 2018).

²⁹ Uma loja colaborativa reúne várias marcas que alugam espaços para comercializar seus produtos. A Endossa foi fundada em 2008 na cidade de São Paulo e atualmente possui cinco lojas em três estados brasileiros. Fonte: <https://endossa.com/>. Acesso em 20 Ago. 2019.

³⁰ A palavra PET é a abreviação de Politereftalato de Etileno.

Em relação a contratação de mão de obra, esta se dá pela terceirização, sendo esta uma prática consolidada no setor têxtil. E por isso, a necessidade de assegurar a transparência nos processos de contratação, de forma a garantir a remuneração justa em todas as etapas da confecção, para assim impedir a precarização do trabalho, assegurando também a relação harmoniosa entre contratantes e contratados.

A transparência dos sistemas de produção, design de alta qualidade, pequenas linhas de produção, peças atemporais e trabalho justo (FLETCHER, 2012) aponta que o *slow fashion* é um processo que pode direcionar a indústria têxtil e de confecções a incorporar decisões mais conscientes em todos os níveis da cadeia produtiva (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013) para melhorar as práticas de negócios como também manter a rentabilidade, mesmo que o preço de venda reflita o custo real de produção. Como apontou Veblen (1983, p. 73 sic) “o trabalho manual é um método mais dispendioso de produção; daí que os bens assim acabados sejam mais úteis para os fins de respeitabilidade pecuniária e virem os sinais do trabalho feito a mão a ser honoríficos”.

Também, estão em acordo com as cinco dimensões que contribui para a formação do conceito de *slow fashion* (JUNG; JIN, 2014) que envolve pequena quantidade de produtos únicos (exclusividade) movimentando recursos locais (localismo) e utilizando técnicas tradicionais e produtos duráveis (autenticidade e funcionalidade) requerendo mais tempo de produção e melhor remuneração (equidade). A síntese dos indicadores analisados é apresentado no quadro 13.

Quadro 13 – Síntese dos indicadores: organização da produção.

Indicador	Aurora Moda Gentil	NCC	Rina Lab.
Produtos	Novelos de lã e peças de vestuário (blusa, colete, cachecol).	Tecidos de malha e tecidos planos. Peças de vestuário masculino, feminino e infantil e acessórios.	Peças de vestuário feminino e acessórios.
Principais Matérias primas	Principal matéria prima é a lã de ovelha.	Principal matéria prima é o algodão colorido orgânico.	Principal matéria prima são os tecidos de malha, malha PET, tecido plano, viscolycra e moletom.
Organização da produção/ fornecedores / mão de obra	Fornecedores da lã são da região da Campanha, Rio Grande do Sul. O beneficiamento da lã é terceirizado para uma indústria da região. A fiação da lã e confecção das peças são feitas por artesãs da cidade de Dom Pedrito e outras cidades do Estado (serviços terceirizado).	Fornecedores de algodão colorido orgânico são agricultores do Assentamento Margarida Maria Alves, na localidade de Juarez Távora, no Estado da Paraíba; Fiação e tecelagem são realizados no Estado da Paraíba (serviços terceirizados). A produção das peças é feita por costureiras e artesãs da Paraíba (serviços terceirizado).	Produção é totalmente feita pelas sócias da empresa. Não há contratação de mão de obra.
Local de produção da matéria prima	Matéria prima é produzida no Estado do Rio Grande do Sul, onde está sediada a empresa.	Matéria prima é produzida no Estado da Paraíba, onde está sediada a empresa.	Matéria prima é produzida no Estado de Santa Catarina, onde está sediada a empresa.
Redução do uso de água, energia e substâncias química	A lã utilizada na produção é na cor natural ou tingida com corantes naturais. Não utiliza corantes químicos. Pouco uso de energia, pois os processos são artesanais.	O algodão colorido orgânico não necessita de tingimento químico, por isso a economia de água chega a 87,5% em comparação com um processo convencional de beneficiamento do tecido.	Tecido de resíduo têxtil. Não utiliza estamparia ou outra forma de tingimento na produção das peças.
Consumidores: incentivo no comportamento de compra	Campanha nas mídias sociais. Participação no Fashion Revolution.	Campanha nas mídias sociais. Participação no Fashion Revolution.	Campanha nas mídias sociais. Participação no Fashion Revolution.

Fonte: elaborado pela própria autora.

Nesta seção apresentamos a análise da integração da abordagem *slow fashion* pelos produtores de moda. A próxima seção apresenta as barreiras para produzir moda sustentável.

7.2 FATORES QUE AGEM COMO BARREIRAS AO SLOW FASHION

A produção de moda sustentável necessita uma postura administrativa diferenciada no que tange a escolha e compras das matérias primas e as contratações, bem como o processo de produção. Nesta segunda seção buscamos levantar os fatores que atuam como barreiras que dificultam ou impedem essa estratégia de produção de moda sustentável.

Na visão dos agentes produtivos, entre os fatores que dificultam esta estratégia destacam-se o fornecimento de matéria prima, no caso da lã e do algodão colorido orgânico, as certificações desses produtos e o comportamento de compra do consumidor. Ademais, a falta de incentivo por parte das esferas governamentais para a produção sustentável é percebida como um fator que dificulta a expansão do modelo de produção sustentável e ainda o comportamento de compra do consumidor é visto como uma das barreiras na comercialização.

Em relação ao fornecimento da matéria prima, a lã de ovelha é um produto que sofre a interferência de vários fatores na sua produção. A chegada da fibras sintéticas no mercado nacional nas décadas de 1980 foi um dos fatores que afetou a oferta de lã, pois muitos criadores passaram a criar ovelhas para a produção de carne, causando declínio na produção.

Além disso, a produção de lã nacional concorre com a produção australiana, que possui grande estoque e define o preço da lã no mercado internacional. Embora o Rio Grande do Sul ainda seja o principal produtor brasileiro de ovinos, há “pouca tecnificação, tanto em aspectos sanitários quanto reprodutivos, revelando, portanto, que a ovinocultura gaúcha ainda é vista como uma produção secundária pelos produtores rurais gaúchos, o que pode ser explicado pelos baixos investimentos neste setor”, além disso, os altos custos de produção e baixa escala são fatores que afetam a produção e a competitividade (SILVA et al, 2013, p. 1453).

Nas últimas décadas a produção de lã tem sido estimulada na região com a instalação de fábricas têxteis, porém, muitos fatores dificultam a sua produção, conforme relato:

Hoje a lã não vale tanto quanto a carne [...] a lã, como eu já te disse, a lã não é o produto que tem mais valor pro produtor de ovelhas, então... porque qualquer coisa tudo vira carne... o ânimo do animal interfere na qualidade... a alimentação, se teve uma doença, se teve algum tipo de bactéria isso interfere na lã, a lã pode ficar mais amarelada, quebradiça (Érica 🐏📄).

Ademais, os produtores optam em criar raças com duplo propósito, carne e lã, e os fio dessas raças são mais ásperos, como é o caso da raça Corriedale. Para a produção de lã as raças específicas são a Merino Australiano e a Ideal, que possuem uma fibra macia e proporciona delicadeza ao fio (DIAS, 2017).

Para incentivar a produção é preciso garantir a compra, para tanto, a Érica fez acordo com um produtor que mantém um rebanho para produção de lã, e conforme nos explicou, esse ovinocultor “já tem uma segurança de que alguém vai querer essa lã... e eu vejo o produtor buscando mais qualidade de fio” (Érica 🗨️).

Assim como a produção de lã no Rio Grande do Sul, o Estado da Paraíba tem um histórico de produção e exportação de algodão, e chegou a ser o principal produtor no Brasil, mas, devido a problemas com as pragas que danificavam a produção durante muito tempo os agricultores deixaram de cultivá-lo, conforme a explicação de Francisca Vieira:

Paraíba era o maior plantador de algodão do Brasil... relativo ao tamanho, óbvio né, um Estado pequeninho... então proporcionalmente ao tamanho do Estado... e área plantada... foi muitos anos, muitas décadas como maior produtor de algodão proporcional do país. Então todo mundo plantava algodão... e de repente... é começou... eles tinham medo do veneno porque ficavam sabendo de histórias que os agricultores... dos fazendeiros de outros Estados se intoxicavam, morriam então eles tinham medo do veneno... a falta de assistência técnica nessa hora foi bem-vinda né, porque como eles não tinham nenhuma assistência técnica de nada... então eles plantavam aquilo que aprendeu com o pai, que aprendeu com o avô e daí quando eles viram... com medo do veneno então de um ano pro outro a Paraíba zerou... parou de ter algodão... arrancou tudo... tudo, e ficou trinta anos sem plantar. [...] Na verdade o nosso Estado [Paraíba], graças a Deus é um estado que nunca teve histórico de veneno. [...] Não era orgânico com certificado, no caso o nosso é... por exemplo... eu sou filha de plantador de algodão, e quando o bicudo chegou, a praga do bicudo... meu pai só fez dizer assim: Arranca tudo e toca fogo, veneno na minha terra não vai entrar! (Francisca Vieira 🗨️).

O cultivo de algodão na Paraíba sofreu declínio por várias décadas, e com o desenvolvimento do algodão colorido orgânico feito pela Embrapa na década de 1990, um novo incentivo foi feito para que os agricultores voltassem a cultivar algodão nas suas lavouras. Porém, mesmo com uma tecnologia inovadora e o mercado de orgânicos em expansão há uma concorrência com o cultivo do algodão convencional.

Para manter o fornecimento da quantidade necessária e também estimular a produção do algodão colorido orgânico, uma das formas é a garantia de compra e com preços que remunerem de forma justa o agricultor, fator este negligenciado pelo mercado que recorre às práticas de pagar preços mínimos aos produtos agrícolas, mesmo com a inovação que possibilita uma produção com menor uso de recursos naturais e sem uso de agrotóxicos.

Além da garantia de compra, a certificação da produção orgânica é um outro elemento necessário. A Lei 10.831/03 (BRASIL, 2003) rege a produção, o processamento, a rotulagem e a comercialização dos produtos orgânicos no Brasil e abrange todos os produtos primários ou processados que serão comercializados como orgânicos no território brasileiro, sejam eles produzidos no Brasil ou no exterior. Entre as exigências dessa lei figura a exigência da

rastreabilidade orgânica de toda a cadeia produtiva. Para tanto é preciso contratar empresas certificadoras para acreditar o processo produtivo. Os certificados de produção são documentos exigidos principalmente pelos importadores para garantir que a produção segue os padrões nacionais como também padrões internacionais de produção de orgânicos.

O algodão colorido orgânico produzido para a Natural Cotton Color possui certificação de rastreabilidade de produtos da agricultura orgânica e certificado de conformidade orgânica para o mercado brasileiro emitidos pela empresa Ecocert Brasil (ECOCERT, s.d.), para atender as exigências do mercado:

O mercado está cada vez mais exigente com questões de práticas de sustentabilidade na produção. No caso do algodão colorido, sem o selo que certifica que o produto é orgânico, é impossível produzir moda sustentável e alcançar um preço justo para o agricultor e para a empresa (Francisca Vieira, NCC, 1 out. 2018, online).

Já a Aurora Moda Gentil não possui certificação, e considera o processo de acreditação complexo, dispendioso e burocrático:

Outra coisa que eu queria que eu ainda não consegui é uma certificação nacional. Existem certificações mas todas internacionais e, todas talvez muito caras, para que a gente dê um selo de certificado... Tem um grupo... o Grupo do Alto Camaquã [Desenvolvimento Territorial do Alto Camaquã, RS], que também é um grupo perto da Região da Campanha que tem por tradição o feitiço da lã, então eles, a cooperativa ou a Arco que é a associação de criação de ovinos, certificaria então o grupo que produz com procedência, mas não é nada muito fácil, digamos assim, né? tudo muito burocrático (Érica .

A certificação tem como objetivo acreditar o produto orgânico, contudo o custo desse processo é uma barreira para a pequena empresa. E, nesse aspecto percebe-se, que produzir moda sustentável é tão somente um projeto em nível dos agentes produtivos, pois não há incentivos por parte das esferas governamentais para a moda sustentável, conforme observamos:

Até agora, os agricultores tiveram acesso à transferência de conhecimento por meio da instituição pública – **Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa**, que desenvolveu a semente e apoia a produção do algodão colorido na Associação dos Assentados Margarida Maria Alves, em Juarez Távora, na Paraíba, onde os agricultores plantam mediante contrato de compra garantida. Desde que começaram a plantar o algodão para o grupo de empresas, os agricultores têm tido força econômica para garantir a certificação com apoio de instituições como o **Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa – SEBRAE**. No entanto, sempre há risco da cadeia sucumbir caso estes incentivos sejam interrompidos por conta da instabilidade econômica e jurídica do país (Francisca Vieira, NCC, 1 out. 2018, online, grifo do autor).

Conforme os dados, não há qualquer incentivo da parte governamental para motivar a produção de moda sustentável:

Ainda nada! [...] a gente tá procurando agora começar a exportar, então a gente diminui impostos na venda externa, mas no mercado interno não tem nenhum tipo de benefício (Érica 📱).

Não, apenas a gente usa a lei do artesanato, então o produto é vendido como produto artesanal, e é isento de ICM, mas é uma resolução da Paraíba, não é nacional. Fora isso, nada... nada nada... ninguém tá interessado em contribuir com nada... (Francisca Vieira 📱).

Não. Nada. Quem dera! (Beatriz 📱).

Embora os produtos sustentáveis tenham boa aceitação, e o mercado para esses produtos esteja em fase de crescimento, “as empresas realmente sustentáveis passam por grandes dificuldades, principalmente devido ao custo alto, porque não tem como ser sustentável e ter preço de *fast fashion*” (Francisca Vieira, NCC, 15 ago. 2018, online).

Ainda que o debate sobre a produção sustentável esteja entre os temas em pauta nas discussões e programas governamentais, o fator econômico é uma restrição suscetível de impedir ou limitar comportamentos pró-ambientais (POOKULANGARA; SHEPARD, 2013). Por isso, além da falta de apoio para a produção há ainda a barreira no consumo, que é ditado pelo comportamento de compra do consumidor que busca baixos preços e tendências de moda (WATSON; YAN, 2013), e esse fator é percebido na entrevista:

Nossa! Não, o brasileiro, infelizmente, tá muito longe... pelo preço... brasileiro tá pelo preço... na hora de comprar ele compra o mais barato... não interessa se foi feito Bangladesh, veneno... pra você entender, uma marca como a Natural Cotton Color, que o Brasil todo conhece, você sabe que conhece, vê o que eu vendo pro Brasil... simples, é insignificante minhas vendas pro Brasil, não paga nem minha conta de água, luz e telefone [...] Por exemplo a minha marca Natural Cotton Color, não tem Natural Cotton Color estampada em lugar nenhum, somente na etiqueta de composição, lá dentro, porque e eu quero a minha marca a pessoa use com consciência [...] eu quero... nossa, que bonita, Márcia! Nossa?! onde você comprou? É da Natural Cotton Color! Isso que eu quero! (Francisca Vieira 📱).

A aquisição de vestuário, principalmente pelos consumidores de moda *fast fashion*, é baseada nas tendências e no preço, e, além disso, muitos compradores não se importam em saber como uma peça de roupa possa ser vendida a preço tão baixo, mas questiona por qual motivo uma peça *slow fashion* tem preço alto. A falta de disposição para pagar o preço real das roupas é um fator que, somado ao comportamento de compra baseado em compras frequentes e em quantidade (WATSON; YAN, 2013), ergue uma barreira para os produtores de moda sustentável.

A consciência sobre o que é a moda sustentável, que segue princípios éticos e sustentáveis, é um fator que implica na aceitação do produto, como explicado:

Tínhamos dificuldade de penetrar no mercado brasileiro, e começamos todo o nosso trabalho no exterior - na época não havia nada voltado para a sustentabilidade, com

seriedade - porque uma coisa é sustentabilidade, e a outra é *greenwashing*³¹ (Francisca Viera, Natural Cotton Color, Facebook, 30 ago. 2019, online).

A Moda é uma indústria entre as que mais poluem o planeta. A pauta é relevante porque há muita gente falando sobre isso, mas realizando pouco. Na prática, há mesmo muitos oportunistas querendo ficar bem na foto. Tem gente que acha que trocar as lâmpadas para economizar energia já faz da empresa um exemplo de sustentabilidade. No têxtil e na confecção não é muito diferente (Francisca Vieira, NCC, 15 ago.2018, online).

Assim, o preço é um fator que, ao mesmo tempo que valoriza o produto, também limita alcançar mais clientes, conforme o trecho da entrevista:

A gente tem vários tipos de cliente, a gente tem cliente que ele vem porque é do *slow fashion*... porque ele está inserido nessa cultura, ele quer consumir... quer saber como é feita a peça dele... tem os clientes que procuram modelos diferentes, que não encontram, então a gente não faz assim uma moda de tendência, a gente faz uma moda mais ... com bolso, com alguns detalhes que não são tão fácil achar assim em peças comuns, em grandes lojas, né? e acho que a questão do preço também entra muito, não querem pagar tão alto numa peça mesmo sabendo que ... como ela é feita artesanalmente, tem essa questão de preço também, então tem cliente que vem pelo preço, tem cliente que vem pelo *slow fashion* e o que quer roupas confortáveis e diferentes [...]A gente personaliza o comprimento da peça. Por exemplo, a saia midi... midi depende da altura da pessoa... então a gente faz conforme o desejo do cliente, conforme a pessoa quer (Beatriz 📧)

Olha, se ele torna mais caro? Talvez, eu não acho que... eu acho que na verdade, a cadeia convencional tem um *markup* ou um porcentual tão alto que ela não... o nosso produto não é tão mais caro [para produzir], a verdade nosso *markup* é menor, mas as cadeias de produção se... em custos o produto final acaba se assemelhando... mas, é de qualquer maneira... eu acho que a gente acaba tendo que trabalhar com uma margem de lucro menor para que a gente se iguale no preço da cadeia convencional, pelo menos por enquanto até ter um bom posicionamento de marca, e depois enfim, conseguir atingir esse público de forma mais massiva, que a gente consiga ter um giro de produto suficiente pra atingir esse consumidor (Érica 📧).

Para manter a empresa com foco na moda sustentável a opção é trabalhar com margem menor de lucro, de modo que não impacta no posicionamento da marca, mas por outro lado esse mercado está restrito a um público-alvo mais conscientizado, conforme as entrevistas:

Hã... a gente não cobra mais, mas eu acredito que sim, acredito que gente poderia ter um valor um pouco maior no produto final por ter toda uma cadeia significativa, né? Inclusive na *tag* da roupa a gente leva pra que o consumidor saiba o caminho que esse produto passou. Até chegar no consumidor são várias etapas, são várias pessoas envolvidas. Hoje a gente não trabalha com uma margem de lucro maior do que o costume, digamos assim, hoje a gente não chega a ter 100%. Mas por quê? Porque a gente acha que o consumidor pode se assustar... então a gente prefere... chegando no consumidor de forma que ele pense: ah! Além de tudo tem um valor OK! Além de ter uma cadeia super significativa tem um valor que eu posso pagar! Então hoje a gente chega com um valor acessível, claro que não para todos, mas eu considero um valor acessível, e aí dentro do mercado eu acredito que também está bem acessível, e aí a gente a partir disso consegue ir posicionando a marca pra então também ter um

³¹ *Greenwashing*: “maquiagem verde” ou “lavagem verde”. Nesses casos, as marcas criam uma falsa aparência de sustentabilidade, sem necessariamente aplicá-la na prática. Disponível em: <https://idec.org.br/greenwashing>.

pouco mais de valor agregado (Érica 🗨️).

Eu acho que é bem amplo, tem muito a questão do preço, eu acho que o pessoal tá achando acessível, não é um preço tão alto, porque normalmente ... quem ah! eu quero comprar roupas do slow fashion ... geralmente é muito cara... a gente procura trabalhar isso, o preço não ser tão alto... acho que o pessoal que quer seguir essa vertente do slow e quer tá mais perto de quem produz as coisas que ele consome (Beatriz 🗨️).

Empecilho: consumo consciente (Francisca Vieira 🗨️).

O entendimento a respeito do processo de produção e ainda as consequências do consumo desmesurado são desafios que o mercado impõe aos agentes produtivos, e isso leva a buscar formas de melhorias em todas as etapas e assim possa manter o foco na produção sustentável:

Acho que sim, hoje a gente não atinge tantos públicos como a gente gostaria, mas quem conhece enche os olhos. Quando a gente conta a história enche os olhos, então acredito que sim, acredito e acho que diante de tantos acontecimentos trágicos... naturais né, trágicos enfim, agora essas chuvas em São Paulo... que é isso? né... acho que diante disso tudo o pessoal tá se dando conta que é melhor consumir menos e consumir melhor... então... e ter uma marca que a gente preza pelo cuidado, toda cadeia e tenta não ter nenhum furo, em nenhum processo da cadeia, porque né... a gente tem uma cadeia toda significativa e justa e ecológica mas... a embalagem não tá legal... então a gente tenta não ter nenhum furo justamente pra que quando o consumidor pensar em moda sustentável, pensar em produção orgânica da matéria prima possa lembrar da gente (Erica 🗨️).

Questionamos sobre uma possível agregação de valor a produtos fabricados segundo os princípios do *slow fashion*, e, segundo as respostas, há uma valorização para os produtos que são feitos artesanalmente como também pelos materiais utilizados. A história da empresa também é uma fator que liga o cliente ao produto:

Eu acho que sim... muito pela questão de as pessoas saberem que foi que fez. Foi eu ou a Camila. Então isso eu acho que tem gente que paga por isso, que gosta de pagar por isso, não só pela peça de roupa mas por tudo que vai por trás... tem uma carga afetiva (Beatriz 🗨️).

Eu acho que o consumidor que procura, por exemplo o nosso produto, ele procura tanto um produto de lã para se aquecer quanto a cadeia. Hoje eu acredito que seja ambos, assim, no nosso produto. Também tem marcas de moda que não tem um produto tão diferenciado, digamos assim, e aí essas eu acho que o consumidor procura pelo processo produtivo, né, ah é uma camiseta branca, é uma camiseta branca, mas é uma camiseta branca feita por uma mão de obra legal, sem uso de alvejante, enfim, com qualidade com algodão orgânico etc. são processo produtivo (Érica 🗨️).

Assim, os aspectos relacionados aos custos totais e a falta de incentivo fiscal são fatores que dificultam a produção de moda sustentável, conforme os relatos:

As marcas realmente sustentáveis usam os recursos para distribuir na cadeia produtiva por isso não sobra dinheiro para o marketing o que prejudica o engajamento e o alcance destas marcas realmente comprometidas com a sustentabilidade (Francisca Vieira, NCC, 15 ago. 2018, online).

É exatamente, ainda tem muito problema para garantir a compra, né? e isso é um problema muito sério porque as grandes empresas... eles querem algodão orgânico mas não querem compromisso... Entendeu... por exemplo, chega uma empresa lá e diz assim, quantas toneladas de algodão a senhora tem pra vender? Aí eu digo, nenhuma. Eu não tenho, eu não vendo, eu não sou vendedora de algodão, eu planto algodão para minha marca, agora, se você quer algodão orgânico tem quem plante, sim, agora você precisa vir aqui na Paraíba, você precisa fazer um contrato de garantia de compra... você precisa dar um sinal... [...] Eles estão bem conscientes dos riscos... você plantar tudo bem, eu vou plantar dez hectares mas vou vender pra quem, né? porque se eles não fazem essa pergunta quando chega a safra o algodão o preço tá lá embaixo. [...] tem que plantar e quando chega a hora da colheita ele tem que vender, porque senão ele para de fazer a feira... pra mim isso ainda é uma dificuldade, que pra mim infelizmente as grandes empresas não pensam dessa forma. Eles querem chegar lá... primeiro querem comprar algodão a preço de commodities e segundo não querem compromisso nenhum... eles querem chegar lá numa feira e encostam o caminhão e levam... mas graças a Deus o agricultor está ficando esperto... e já não plantam dessa forma... porque tem a quem vender? Tem!... E a gente que, eu posso dizer, a gente que fez isso, plantou isso, o contrato de garantia de compra ... daí um ensina o outro (Francisca Vieira 🗨️).

Francisca Vieira se esforça para comunicar sobre o algodão colorido entre os designers, e segundo ela, “para atender a crescente demanda é preciso aumentar a produção. Para isso, a Embrapa e o Sebrae PB estão cadastrando e capacitando mais agricultores. A expectativa é aumentar a área plantada em 50% nos próximos dois anos (NCC, 14 nov. 2018, online).

Apesar das barreiras que agem contra a sustentabilidade (ERTEKIN; ATIK, 2015), as empresárias de moda sustentável se mantêm firmes na opção de produzir vestuário atendendo aos princípios do *slow fashion*. Para tanto, o entendimento de como cada barreira afeta o desempenho da organização é fundamental para a condução das ações administrativas.

7.3 COMO A ABORDAGEM DE PRODUÇÃO SLOW FASHION CONTRIBUI PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Neste tópico analisamos como a produção de moda sustentável tem contribuído com o desenvolvimento sustentável. O resultado da análise demonstra que o modelo de produção adotado pelas empresas estudadas colabora para atingir alguns dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) (AGENDA 2030, s.d.).

Observa-se que, entre os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) (AGENDA 2030, s.d.), as ações dos agentes produtivos para a produção de moda sustentável tem contribuído principalmente com: a erradicação da pobreza (ODS 1); fome zero e agricultura sustentável (ODS 2); igualdade de gênero e empoderamento de mulheres (ODS 5); trabalho decente e crescimento econômico (ODS 8); a indústria, inovação e infraestrutura (ODS 9); a

redução de desigualdades (ODS 10); tornar as cidades mais sustentáveis e assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis (ODS 11); e, consumo e produção responsável (ODS 12).

A Natural Cotton Color, visto sua cadeia de produção, impulsiona a dinâmica econômica na região pela demanda de matéria prima, a prestação de serviços, incluindo as tecelagens, facções de costura e artesanato. A compra do algodão colorido orgânico diretamente com os agricultores contribui com a geração de renda para as famílias do Assentamento Margarida Maria Alves, e assim contribui para erradicação da pobreza, a segurança alimentar e também para com a agricultura sustentável.

Conforme Santos (2016), o cultivo do algodão colorido orgânico é a principal fonte de renda do Assentamento Margarida Maria Alves, e contribui com a geração de renda para quinze famílias de assentados, que cultivam em um área de 25 hectares. Em 2015 foram colhidas cerca de cinco mil quilos de fibra, negociadas cerca de R\$12,00 o quilo, e a produção é praticamente toda para a Natural Cotton Color. Os produtores, além do cultivo também beneficiam o algodão no próprio assentamento, onde há uma miniusina descaroçadora desenvolvida pela Embrapa para os pequenos produtores. Após o beneficiamento a fibra segue para a indústria de fiação e a semente fica com os produtores para o próximo plantio e também para alimentação animal (SANTOS, 2016). Conforme Santos (2016, p. 1), “a área de 25 hectares não chega a aparecer nas estatísticas oficiais de produção do algodão, mas chama a atenção do Brasil e de diversos países por ser uma alternativa ao sistema de produção tradicional com alto uso de insumos e de água”. Com essa produção, as famílias conseguem a renda necessária para trabalhar e viver em condições adequadas, conforme apontado na entrevista:

Eu fico olhando pro Margarida Alves, quando a gente chegou lá era... gente... o depósito estava caindo, não tinha como armazenar duas safras, e hoje eles tem um baita de um depósito, porque isso dá força pra eles... dá força pra eles... é barganharem junto aos órgãos públicos... porque a gente ensina: olha vai lá na Emater e exige isso, vai na Secretaria de não sei de que e exige isso, então eles vão lá, e começam a ir... como os caras desses órgãos tão vendo o trabalho deles, a importância deles, porque tão vendo na TV... tá vendo lá... então o cara chega lá e diz eu quero uma caixa d'água comunitária, tão botando... eu quero cisterna pra todo mundo... estão fazendo... então a gente facilita, não é só a questão do dinheiro... na hora que a gente divulga, a gente faz com que os órgãos públicos olhem pra eles dando mais importância, a importância que eles não tinham, entendeu? Isso é mudar uma comunidade, não é só dinheiro... imagina se ele puder aproveitar toda a água de chuva dele? a água da chuva deles hoje não é mais desperdiçada... o que chove vai pra cisterna... também comprar um caminhão tanque quando falta cisterna, quando chega a seca eles compram um caminhão tanque comunitário e enche todas as cisternas... você tá entendendo o que isso faz na vida deles? então, uma diferença fantástica, e a gente vai vendo as casas deles mudando, uma pia na cozinha, né? o banheiro com descarga, a gente vai vendo, até questão de higiene, né? É... a saúde, por exemplo, a gente tem um colega que tem uma filha médica, é só eles solicitarem que ela é pediatra que ela vai lá todo mês

passar uma manhã com eles, ver questão de verminose, dessas coisas, né... então tem que realmente chegar nas comunidades e mudar (Francisca Vieira .

A produção de vestuário de lã, que é feita pela Aurora Moda Gentil, embora em escala menor, também tem contribuído com a geração de renda para a agricultura familiar. Um fato interessante é que quando não há comprador para a lã, os criadores esquilam e a descartam, sendo que um processo comum é enterrá-la para que se decomponha na terra (Diário de campo, 8 de Abril de 2019). Desse modo, ao priorizar o uso de matérias primas orgânicas as empresas de vestuário contribuem em vários aspectos da responsabilidade ambiental e social. Além disso, as empresas como parte de um mercado competitivo, investem em pesquisa e desenvolvimento de novos materiais e assim contribuem com a inovação no setor têxtil.

Além da produção do tecido 100% algodão natural, a empresa Natural Cotton Color investe em pesquisa para desenvolvimento de novos produtos e tecidos com outras composições, como o algodão e poliamida, e ainda o desenvolvimento do Denim com dois fios de algodão. Estes novos tecidos foram desenvolvidos dentro dos parâmetros de sustentabilidade, conforme a apresentação:

De forma inovadora, a poliamida — que levava décadas para se decompor — agora pode ser absorvida pelo meio ambiente em quatro anos, apenas três anos a mais que o algodão colorido orgânico. Nossa expectativa é surpreender o segmento com esta composição do algodão colorido com poliamida, que já está gerando novas possibilidades na criação e produção de peças sem perder a direção da moda ecológica (Francisca Vieira, NCC, 25 jul. 2018, online).

O Denim tradicional é feito com dois fios, sendo o do urdimento tingido e o da trama cru ou branco. Antes dos corantes sintéticos, o tingimento era feito com a anilina -- que vem do Índigo, planta que chegou a dar nome ao tecido. O Denim da Natural Cotton Color é um tecido com dois fios, mas sem nenhum tipo de tingimento químico, vegetal ou mineral”, explica Francisca Vieira, CEO da marca. Por se tratar de produto inédito, a patente foi requerida ao Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI) e o processo está em estágio de Patente Pendente (NCC Ecobrand, 13 nov. 2019, online).

Conforme o ODS 9 – Indústria, inovação e infraestrutura (AGENDA 2030, s.d.), o investimento em inovação é uma das condições para o fortalecimento industrial de forma eficiente, e condição para o crescimento econômico e desenvolvimento do país. Desse modo, ao investir em pesquisa e desenvolvimento de novos materiais, as empresas de moda sustentável dão sua contribuição para o fortalecimento da economia do país, pois alavanca o desenvolvimento tecnológico e econômico, além de contribuir com produtos que causam menos danos ao meio ambiente.

O setor têxtil é um dos setores econômicos que mais emprega mão de obra intensiva em todas as etapas de produção, e a maioria desses trabalhadores são mulheres (FLETCHER; GROSE, 2012; BLACK, 2012), contudo, muitos varejistas em busca de custos mais baixos de produção transferiram sua produção para países em desenvolvimento, o que tem levado a uma precarização do trabalho nesses países (JACQUES; SANTOS; ORCHARD, 2016), e em consequência houve um esvaziamento de postos de trabalho nos países de origem das marcas. Como uma alternativa para fortalecer a economia local, um dos princípios do *slow fashion* é produzir localmente. Nas empresas analisadas, como já descrito anteriormente, os trabalhadores são da localidade, e, embora não sejam grandes empresas, demonstram a capacidade que o setor tem para movimentar os recursos de produção.

Como já citado, a Natural Cotton Color contrata o serviço de costureiras e artesãs de João Pessoa e também de outras localidades da Paraíba, Estado sede da empresa. A Aurora Moda Gentil também contrata o serviço de artesãs da cidade de Dom Pedrito e Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. No caso da contratação dos serviços, um aspecto já consolidado no setor de vestuário é a contratação por produção, que é atendido pelas facções de costura ou associações de artesãos. Segundo as informações, essas empresas procuram remunerar de acordo com o salário mínimo regional, e desta forma, atender o princípio do *slow fashion* que preconiza a remuneração justa, e assim promover o desenvolvimento sustentável:

O que sempre pegou principalmente pra a Aurora foi o Desenvolvimento local por ser uma região muito pobre, dependente de fatores externos, né, dependente da agricultura... da colheita... né pessoas que não tem uma ligação nenhuma com agricultura dependem dela mesmo assim, então sempre esse pra mim foi o fator que mais pegou pra mim foi o desenvolvimento das pessoas de forma independente da agricultura... tentar levar algum tipo de atividade de renda que não dependesse da colheita do outro (Érica 📧).

Elas já eram mais ou menos estruturadas, elas já trabalhavam pra mim, então o que que eu faço? não tem um reta [tipo de máquina de costura]? tá lá... vamos lá... eu dou uma reta e você me paga com costura, por que? porque se ela não tem trabalho pra mim ela pode trabalhar pra outras [pessoas]... elas dão prioridade a mim pelo valor porque quando você paga bem não falta gente pra trabalhar... paga bem [...] então resumindo, isso é... são as mudanças que a gente vai fazendo... e sim, graças a Deus, elas vivem hoje em casinhas decentes, moram bem... podem ter pra eles, pra eles o que é riqueza, gente? é ter o mínimo do mínimo... é ter uma geladeira, microondas, televisão, ventilador, um sofazinho na sala... que é o mínimo, é o mínimo de conforto, né? a pessoa precisa ter um fogão (Francisca Vieira 📧).

Conforme Sachs (2004), promover a igualdade e reduzir a pobreza é uma das premissas do desenvolvimento sustentável, sendo que este deve ser socialmente incluyente, e o direito ao trabalho tem valor duplo, intrínseco e instrumental, pois permite o exercício de vários outros direitos. Assim, ao contratar mão de obra local as empresas favorecem a geração de

emprego e renda, principalmente para a parcela da população que não tem uma formação profissional. Ademais, na etapa de costura a maioria dos empregados são mulheres.

Outra atividade que também recebe incentivo na produção de moda sustentável é o artesanato, como já citado anteriormente. Ao inserir o artesanato nas peças produzidas e demandar a produção junto às associações de artesãos, as empresas de moda sustentável promovem os aspectos econômicos e também os aspectos culturais da região.

Essa coexistência entre economia e cultura é benéfica para a economia local, pois, segundo Borges (2011), o artesanato é a atividade cultural de maior ocorrência nos municípios brasileiros. Conforme a Pesquisa de Informações Básicas Municipais, realizada em 2014 pelo IBGE, o artesanato está presente em 78,6% dos municípios como atividade econômica, e refere a “atividade produtiva que é caracterizada pelo trabalho manual e realizada por artesãos que detêm o conhecimento e modo de fazer enraizados no cotidiano das comunidades, podendo ser artística ou utilitária” (PERFIL DOS ESTADOS..., 2014, p. 22).

Segundo De Carli (2017, p. 5), a atividade artesanal tem crescido nos últimos anos, e além disso, “constata-se que o artesanato tem força própria, tem o DNA da comunidade, é um saber fazer de raiz, que passa de geração a geração, é resistente a despeito da relativa falta de incentivo público”. Um exemplo da força econômica do artesanato, no Rio Grande do Sul aproximadamente 84 mil artesãos profissionais ativos, com renda média de um salário mínimo mês, e com volume anual acumulado de vendas superior a 45 milhões de reais (DE CARLI, 2017). Porém, para que o artesanato não seja apenas visto como material e mão de obra pela setor de vestuário, é importante que o designer trabalhe em conjunto com os artesãos da localidade, em um negócio dedicado a apoiar a indústria de artesanatos (FLETCHER; GROSE, 2012). Nesse aspecto, destacamos as seguintes ações dos agentes produtivos:

Mas infelizmente já se gastou milhões com eles lá pra inovação, mas é um bando de estilistas aproveitadores que não vai pra lá pra transformar nada, nem mudar, ele vai lá pensa na coleção dele, usa mão de obra barata... volta vai pra passarela do São Paulo Fashion Week, fatura ... e tchau, tá aqui comunidade... então isso não é mudança... né? tem que mudar... como eu disse, tem que mudar... tem que pegar aqui uma rendeira minha, que fez as inovações comigo, ganha um prêmio do Iphan! entendeu? e o título de mestre... ou seja, se você muda uma vida já tá fazendo alguma coisa. Ela chegou pra mim e dizer, eu pude tirar minha carteira de motorista com esse dinheiro. Poder tirar a minha carteira de motorista! entendeu? então isso é fantástico... eu dei condição dela comprar o carro, concorda? ela trabalha pra mim já tem onze anos... uma rendeira... eu dei condição dela ter o carro [...]Você muda a vida das pessoas pra melhor! se você não trabalha com essa visão de estar ano a ano, mês a mês, dia a dia com eles, gente, pra mim é se aproveitar da cultura e da mão de obra barata, não tem outro nome! resumindo: oportunismo! (Francisca Vieira 🍷📱).

Eu vejo mulheres que conseguiram mais independência ... tinham um emprego que não gostavam... pra trabalhar só com a Aurora, essa artesã que hoje é coordenadora

do grupo ela antes era cuidadora de idosos e agora ela é supervisora de produção, ela dá aula, então eu vejo essa mudança, pessoal, cada uma delas (Érica 🗨️).

Além desses objetivos, ao produzir moda sustentável, os agentes produtivos contribuem com o atendimento do ODS 12 – Consumo e produção responsáveis. Este objetivo do desenvolvimento sustentável, além de tratar das questões de eficiência energética e redução da poluição, também destaca o incentivo para a mudança nos padrões de consumo e a transparência dos processos produtivos. Para atender a esse objetivo, além da adequação dos processos de fabricação as empresas buscam conscientizar seus consumidores, e para tanto participam de movimentos que promovem o consumo consciente, e além disso, publicam matérias sobre a importância do consumo responsável em suas redes sociais.

As três empresas analisadas participam do Fashion Revolution³², movimento que lidera a campanha #QuemFezMinhasRoupas?, cujo objetivo é conscientizar os consumidores sobre o custo real da moda, em todas as fases do processo de produção e consumo, alertando para o seu impacto no mundo. Realizado inicialmente no dia 24 de abril, data do desabamento do Edifício Rana Plaza que vitimou mais de mil trabalhadores, o Fashion Revolution Day ganhou força e hoje tornou-se a Fashion Revolution Week. Mais de 100 países participam com atividades para conscientização do público consumidor de moda.

Para demonstrar a participação nesse movimento, as empresas utilizam as mídias sociais, conforme postagens:

Somos uma marca feita por mulheres. Carregamos a delicadeza nas mãos e a força na alma. Resistimos em uma localização onde o machismo e o tradicionalismo se fundiram e onde, aos poucos, vamos mostrando nosso propósito, nosso valor e nossos valores, provando a importância dos nossos saberes e da nossa existência - empoderando umas às outras. Hoje não é um dia para ganhar descontos ou mensagens de orgulho e sim para lembrar da persistência pela igualdade, pelo respeito, pela reciprocidade sincera. Cada mulher importa, cada vida importa. Sejamos como a fibra da lã, quanto mais unida - mais forte (Instagram, sigaurora, 8 mar. 2019, online).

Nós fazemos suas roupas! — Mas por que isso é tão importante? — O dia 24 de abril foi escolhido em memória dos trabalhadores que faleceram e se feriram com o desabamento do seu local de trabalho, uma confecção em Bangladesh. — Assim surgiu o movimento Fashion Revolution Day, que questiona os meios de produção e consumo da indústria da Moda. — Nós também somos responsáveis pelo o que consumimos! — E aqui, quem faz suas roupas é a Beatriz e a Camila! (Instagram, rina.lab., 24 abr., 2018, online).

Post dedicado à Semana #FashionRevolution. Na primeira foto o “Seu Betinho” presidente da Associação de agricultores do assentamento Margarida Maria Alves que planta o Algodão Colorido Orgânico da Paraíba - matéria-prima das roupas e acessórios Natural Cotton Color. #quemfezminhasroupas #modasustentavel @João Pessoa, Brazil (Facebook, Natural Cotton Color, 25 abr. 2019, online).

³² Fonte: Fashion Revolution. Disponível em <https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/>.

Além das ações para a semana do *Fashion Revolution* as empresas fazem constantemente divulgações sobre a questão da sustentabilidade para conscientizar o público sobre os problemas gerado pelo consumo excessivo. Com o foco na produção de moda sustentável a Natural Cotton Color demonstra a preocupação com o meio ambiente e com as pessoas que trabalham em toda cadeia de produção, e esta posição é frequentemente informada nas postagens que faz na redes, como exemplo:

A Natural Cotton Color está focada em um mercado de moda engajado no consumo consciente vinculado ao respeito aos trabalhadores e ao meio ambiente” (Blog, NCC, 22 Abr. 2018).

A conscientização do público da empresa é feita com publicações nas mídias sociais e na página da internet. Nessas postagens são descritas a produção do algodão colorido, suas características, bem como as muitas pessoas envolvidas com a produção. No Blog da marca são postadas notícias e matérias sobre o desenvolvimento do algodão, dos tecidos e das peças, bem como sobre o artesanato.

Pelo que se observa, as matérias publicadas têm a finalidade de informar o público sobre toda a prática de produção, o que permite conhecer as etapas e quem participa desse processo produtivo. Além disso, demonstra ainda os aspectos ambientais relacionados ao cultivo do algodão, as características da pluma e as regiões onde são cultivadas. Também são noticiadas as participações em eventos nacionais e internacionais, nas quais são demonstrados os tecidos de algodão colorido e as roupas confeccionadas com esses tecidos. A participação nas feiras conta com parcerias de outras marcas e designers de moda, em um trabalho conjunto para incentivar a utilização dos tecidos de algodão colorido orgânico.

Para Francisca Vieira, o trabalho de conscientização é importante, pois o desconhecimento a respeito da produção de vestuário é um dos fatores que leva os consumidores a adquirir produtos sem questionar como foram feitos, e para isso a divulgação é necessária para dar visibilidade sobre os processos na produção de vestuário sustentável.

A Aurora Moda Gentil alerta para as questões ambientais e a importância da reciclagem e, uma postagem para demonstrar que os resíduos podem ser transformados em nova matéria prima:

Hoje é o dia mundial do meio ambiente e o tema escolhido para esse ano foi a poluição plástica. Algumas de nossas peças são feitas através da tecelagem da fibra da garrafa PET. Para cada 1 metro linear de tecido reciclamos em média 5 garrafas plásticas. Sabemos que esse é um pequeno passo, e que também apresenta desvantagens, mas valorizamos cada um deles! Cada ação importa! E você o que tem feito para mudar?

(Instagram, sigaaurora, 5 de jun. 2018, online).

Mas antes, vamos conversar sobre preços especiais? Sabemos o quanto o mercado tradicional aproveita dessas datas de super liquidação para induzir o consumo impulsivo trabalhando com preços muuuito abaixo do praticável.

Para nós, preços especiais servem para proporcionar sustentabilidade financeira, aquela que mantém nossa roda girando, que nos dá fôlego para criar e desenvolver produtos novos.

Além disso, sabemos que peças desenvolvidas em tiragens limitadas e com materiais orgânicos e reciclados podem ser um pouco mais caras, portanto nossa semana de preços especiais pode viabilizar a compra de um produto que o consumidor deseja há tempos mas que não coube no orçamento.

Na nossa green week vamos estar com alguns produtos selecionados com 30% de desconto. De forma transparente (como tudo que tentamos fazer) vamos deixar o preço original e o com desconto para que o consumidor tenha ciência de nossos valores.

Por que vai durar uma semana inteira? Para que nossos consumidores possam refletir o ato de compra, pensar sobre a necessidade do produto, calcular seu orçamento com calma e não precisar fazer uma compra por impulso.

Vamos juntos, que vamos mais longe.

lá no site a partir de amanhã (23/11) e confere nossos preços especiais, com calma (Instagram, sigaaurora, 22 nov. 2018, online).

A Rina Lab. também faz publicações para conscientizar os consumidores sobre o consumo de moda, alertando para escolhas conscientes com base na qualidade e menor quantidade, conforme postagem da marca no Instagram da marca:

Buy less, choose well ▪ "Compre menos escolha melhor" Frase da estilista Vivienne Westwood que retrata bem a nossa essência! ▪ Pensamos no conforto e na atemporalidade de cada peça (rina.lab., Instagram, 02 de Fevereiro, 2018).

Conforme os dados analisados, o *slow fashion*, ainda que pioneiro, possibilita o enfrentamento dos problemas do setor têxtil nas três dimensões de sustentabilidade: econômica, ambiental e social (DIVITO; BOHNSACK, 2017). Na dimensão social busca empregar pessoas da localidade, o que assegura o direito ao trabalho (SACHS, 2004), e que para muitas pessoas significa a oportunidade necessária para uma condição de vida melhor. As condições adequadas de espaço para a realização do trabalho e a remuneração justa são fatores que contribuem com o desenvolvimento social. Na dimensão ambiental, a redução do uso da água e redução da poluição é possível com a escolha das matérias primas e dos processos de produção. Como exemplo tem-se a opção do algodão naturalmente colorido utilizado pela Natural Cotton Color; a utilização da lã natural de ovelha e pigmentação com corantes naturais da Aurora Moda Gentil.

A remuneração justa e os materiais mais sustentáveis aumentam o custo de produção, e conseqüentemente o preço de venda do produto, ou preço justo, pois reflete os custos ecológicos e sociais. Embora o preço do produto seja mais alto em relação ao produto *fast*

fashion devido aos fatores mencionados, a inovação do produto e escolha de posicionamento do negócio, oferecendo uma alternativa à moda padronizada de alto volume, proporciona a criação de valor para a empresa e para a sociedade (BAUMGARTNER, 2009). A Natural Cotton Color, que exporta sua produção devido a utilização de produtos orgânicos e design inovador, com emprego do artesanato local nas peças é um exemplo disto.

A abordagem *slow fashion* propõe mudanças no sistema de produção de moda devido os problemas causados com a poluição e exploração dos trabalhadores na cadeia de fornecimento, e por isso encoraja o uso de recursos locais para apoiar a economia, o ambiente e as pessoas (FLETCHER, 2010; JUNG; JIN, 2014; SIEGEL et al, 2012). A aplicação deste conceito é percebida na prática, conforme a postagem da marca Natural Cotton Color:

Nossa moda é slow, mas a resposta ao exigente mercado de moda ética e sustentável é urgente.

A coleção lançada hoje no salão @impact.wsn da Who's Next Paris combina a tecelagem artesanal ao desenvolvimento de tecidos inovadores para o setor. Com o apoio e recursos humanos e de tecnologia disponíveis no SENAI e SEBRAE da Paraíba desenvolvemos - além de malhas e tecidos planos - o algodão colorido orgânico com elastano e o nosso próprio Denim.

O tecido - que está sendo patenteado - deve despertar o interesse de criativos de todo o mundo.

É gerando demanda que a Natural Cotton Color induz a indústria a apresentar soluções para a moda sustentável. É da agricultura familiar e agroecológica que nasce a roupa que veste o corpo sem poluir.

O algodão colorido orgânico já nasce com as cores (entre o bege e o marrom) sem aditivos ou corantes.

De cultivo não irrigado e dispensando o tingimento, o impacto na economia de água na cadeia produtiva é de 87,5%. #organicCotton #ecofashionn

O descaroçamento é feito no assentamento. Depois vai para a tecelagem Unitextil. Agora vamos conseguir fiar e tecer na SENAI PB - Centro de Tecnologia Têxtil. (Natural Cotton Color, Facebook, 6 set. 2019, online).

Assim, o *slow fashion*, por seus princípios, exige uma ação administrativa que considere os aspectos ambientais, esperando tornar o planeta um lugar melhor, e o respeito aos direitos humanos, para uma sociedade mais justa, e desse modo, inserindo o conceito do desenvolvimento sustentável nas políticas administrativas, por isso, além do produto, a preocupação maior é com os trabalhadores na cadeia de produção. Gerar emprego e remunerar de forma justa, observando a lei trabalhista do país e atendendo aos princípios dos direitos humanos visando promover o desenvolvimento social, é uma das causas priorizadas na produção moda sustentável. Contudo, para acabar com a pobreza e melhorar a vida das pessoas de uma região é necessário que mais agentes produtivos também tenham a atitude de enfrentar os problemas sociais, e assim evitar a exploração do trabalhador e a precarização do trabalho.

Portanto, para que as organizações promovam o crescimento econômico com impactos positivos é fundamental contemplar nas ações administrativas os elementos que apoiam o conceito de desenvolvimento sustentável: a sustentabilidade econômica, a sustentabilidade ambiental e a sustentabilidade social (SACHS, 2004).

Até este ponto analisamos as ações administrativas no processo de produção de moda sustentável, destacando os recursos utilizados, os processos de produção e como os princípios do *slow fashion* contribui para a redução do consumo excessivo, combate a precarização do trabalho e o desenvolvimento sustentável. Na consecução dessas atividades destacamos as principais ações que são realizadas pelos agentes produtivos nas organizações analisadas, apresentadas no quadro 14.

Quadro 14 – Ação administrativa na organização *slow fashion*

Ações dos agentes produtivos na organização <i>slow fashion</i>
Mantém proximidade com os elos da cadeia produtiva (produção de matéria prima e produção)
Apoia a produção agrícola/pecuária local
Desenvolve produtos com matéria prima local
Contrata mão de obra local para favorecer a economia regional
Gerencia todas as etapas do processo produtivo
Valoriza a cultura e o artesanato local
Apoia a pesquisa e desenvolvimento de soluções para reduzir os impactos no meio ambiente
Possui consciência e busca minimizar os riscos ambientais e sociais do processo produtivo
Insero o conceito de desenvolvimento sustentável nas políticas administrativas

Fonte: elaborado pela própria autora

Isto posto, ao analisar os casos e evidenciar a ação dos agentes produtivos podemos inferir que o *slow fashion* é um fenômeno essencialmente organizacional que associa nas políticas administrativa o conceito do desenvolvimento sustentável.

No próximo tópico apresentamos uma análise da prática administrativa à luz das racionalidades substantiva e instrumental, com o objetivo de compreender a razão subjacente às ações dos agentes produtivos.

7.4 A AÇÃO ADMINISTRATIVA DOS AGENTES PRODUTIVOS DE MODA *SLOW FASHION* NA PERSPECTIVA DAS RACIONALIDADES INSTRUMENTAL E SUBSTANTIVA

Diante do que já foi exposto e discutido nas seções anteriores sobre a produção *slow fashion*, neste tópico apresentamos a análise da ação administrativa dos agentes produtivos de

vestuário sustentável na perspectiva das racionalidades instrumental e substantiva. Para a análise definimos como indicador a produção de vestuário *slow fashion* e como atributos a racionalidade substantiva e racionalidade instrumental (SERVA, 1997b), conforme quadro 12 descrito no item 6.5 Procedimentos Analíticos.

Guerreiro Ramos (1989) apontou os graves problemas de um processo administrativo que não considera a limitação dos recursos naturais e o bem-estar humano, e por isso, afirmou que a produção é uma questão técnica e moral, carecendo de uma racionalidade que possibilite escolhas éticas e morais. Quando as ações gerenciais são guiadas somente para a obtenção de vantagens, buscando maximizar lucros e minimizar os custos gerais de produção, a organização tem como direcionamento a lógica do mercado (GUERREIRO RAMOS, 1989). Isso, especificamente na produção de vestuário tem resultado em um sistema de crescimento contínuo, e que se movimenta pela produção em grande escala com custos muito baixos de produção. Ações gerenciais diferente desta lógica estão sendo debatidos e têm inspirado agentes produtivos a uma mudança no modelo de produção de vestuário (FLETCHER; GROSE, 2012). Esses novos modelos são pautados em uma produção consciente dos aspectos ambiental e social, além do econômico.

Segundo as declarações já apresentadas, na definição da estratégia das organizações estudadas os agentes produtivos buscam competir com um produto diferenciado. Para tanto, desenvolvem as estratégias de mercado com foco no público que é mais consciente dos fatores sociais e ambientais e que também está disposto a pagar mais por esses atributos. Essa estratégia é pautada pelo fator econômico, e está ligada à visão que o agente produtivo tem do mercado no qual quer competir, na expectativa de ofertar seus produtos e ter retorno com as vendas. Assim, na definição da estratégia os agentes são pautados pela busca do desempenho e rentabilidade da organização. Contudo, a abordagem de produção *slow fashion* não está baseada na produção em grande escala e giro rápido para o crescimento contínuo, mas sim em produzir com mais qualidade, priorizando design atemporal, as questões ambientais e a mão de obra local ou própria, sendo esses os fatores de diferenciação para competir com os demais segmentos de moda.

Dessa maneira, a escolha por uma abordagem de produção, que também é parte da estratégia, é pautada pelo entendimento e julgamento ético, pois a produção não está centrada na eficiência e eficácia máximas (SERVA, 1997b), uma vez que priorizam maior tempo de produção para garantir a qualidade dos produtos, sendo fabricadas em um processo artesanal.

Além desses fatores, as matérias primas utilizadas são adquiridas na localidade, e o preço pago é determinado pelo valor do produto por suas características físicas/orgânicas e de mercado como no caso do algodão colorido orgânico e da lã de carneiro. Além desses fatores, no beneficiamento dos fios e peças são utilizados processos artesanais, que causam menor impacto no meio ambiente. Como já descrito, esses processos são lentos e trabalhosos.

Para a produção das peças, dois dos três casos analisados terceirizam a fabricação das peças. Segundo Rech (2008), “a desverticalização foi uma das estratégias adotadas, com o uso da terceirização ou subcontratação de serviços visando à redução e a agilização produtiva”. No tocante a terceirização, este já é um modelo consolidado pelos produtores de confecção, e, para tanto, contratam o serviço de empresas de facção. Segundo Galindo (2018, p. 18), a facção é o “estabelecimento industrial que realiza uma ou mais etapas da produção de confecções (corte e costura, por exemplo) para uma indústria ou empresa varejista. Seus proprietários não têm, portanto, o comando sobre o tipo de roupa ou a quantidade de peças a ser produzida”, bem como não realiza a etapa de comercialização.

A opção pela terceirização denota que os agentes produtivos seguem o modelo de estrutura horizontalizada da organização, que tem sido amplamente aplicada por vários setores industriais desde o final da década de 1980, quando foi introduzido o conceito de parcerias e alianças estratégicas que chegaram no Brasil com o modelo japonês de produção (RYNGELBLUM, 2001). Desse modo, no processo organizativo da produção nas empresas analisadas observamos que as ações são orientadas pela finalidade econômica, a qual possibilita o alcance da estratégia de produção. Contudo, na terceirização são contratados os serviços de pessoas e micro empresas da localidade, visando gerar oportunidade de trabalho na região onde a empresa está sediada. Assim, a produção é nacional, é local. Desse modo, o que é central na decisão desses agentes produtivos é fabricar com qualidade e maior durabilidade, com menor impacto ao meio ambiente, gerando empregos na localidade, mesmo que esse custo seja mais alto. Essas ações seguem uma racionalidade substantiva, pois como apontou Serva (1997b) além da ideia do lucro a empresa procura atender outros objetivos igualmente importante.

Dos casos analisados, a empresa Rina Lab. não terceiriza a produção, pois toda a produção é feita no próprio ateliê, e essa proposição de manter a fabricação própria é mantida no planejamento de crescimento da empresa, conforme relato:

A gente tá caminhando a passos lento porque a gente não tem tanto esse conhecimento de gestão, uma coisa que a gente tá adaptando... a nossa ideia é... a nossa vontade é ter alguém pra auxiliar na costura, no caso se a gente crescer, se Deus quiser, e o primeiro passo seria ter alguém pra ajudar na costura. A gente queria que viesse trabalhar aqui com a gente (Beatriz .

As decisões a respeito dos recursos produtivos, o modelo de produção e comercialização são pautados também por valores que compreendem a dimensão grupal:

Hoje a gente trabalha num processo completamente *slow*... mais *slow* eu acho que impossível... porque a gente respeita o tempo do animal pra produção de lã, eu acho que só a indústria, o processo de lavagem não é um processo que dependa tanto de fatores externos, mas depois o tempo das artesãs que tem toda uma relação de respeito ao tempo familiar que elas tem que ter, ao tempo enfim as outras tarefas que ela precisa cumprir... e que... então acho que sim, a gente segue um padrão *slow* mas a gente é um comércio e gente precisa então ter uma roda girando: um produto vendendo e outro sendo feito para que a gente consiga a sustentabilidade financeira, ela é essencial pra qualquer negócio. Então a gente precisa ter uma planejamento estratégico de negócio, para que, bom, se um produto vender outro tem que estar sendo produzido, e o que está sendo produzido tem que estar sendo vendido, e assim a gente tem que ficar girando a roda... porque senão realmente fica inviável... e aí a grande questão da Aurora é que toda cadeia cresça junto, então a gente realmente precisa que toda a roda esteja girando para todo mundo (Érica 🍷📖).

Assim, a lógica do lucro é entendida como a necessidade para a manutenção do negócio. A organização das funções administrativas indica que o fator econômico é avaliado e planejado nas decisões, e dessa forma a racionalidade funcional coexiste com a substantiva, e indica pontos de tensão entre as lógicas de racionalidade.

Para a venda e demonstração dos produtos, nos três casos analisados, são realizadas parcerias com outras empresas e marcas. A Aurora Moda Gentil tem parcerias em São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. A Natural Cotton Color também utiliza as parcerias para produção e realização de exposições, entre os quais estão Juliana Gevaerd e João Pimenta, e, a Rina Lab., além do Local Colab, que é o espaço colaborativo que abriga uma dezena de outras marcas, também participa de outra loja colaborativa em São Paulo. Essa modalidade de comercialização demonstra a união entre fabricantes de moda sustentável para fortalecer o segmento e também é uma estratégia mercadológica para entrar em novos mercados. Por outro lado, essas parcerias demonstram uma competição que não é predatória, buscando o crescimento mútuo dos fabricantes que pertencem ao mesmo movimento de produção sustentável.

Não percebemos nas entrevistas e materiais analisados a existência de normas e regras formalizadas por um sistema burocrático para a execução das atividades. Aparentemente, há uma relação formal entre os agentes produtivos e os prestadores de serviços, porém, as informações são passadas verbalmente, de modo livre e sem dependência de regras formalmente escritas, conforme relatos:

Bom disso tudo que quando fala o nome capacitação, vixi quero não! Treinamento? não quero não... então você não tem que falar essas palavras... nada... ela vai fazendo...

vai fazendo... se for uma costureira... que todas minhas faccionistas foram treinadas por mim... então eu chego lá... e eu vou olhando o que que ela saber fazer melhor, saber fazer aquilo ali... e eu aí digo, você sabe fazer isso? sei... e assim ela tá fazendo todas as tarefas e nem sabe que está sendo treinada... exatamente... depois que ela tá pronta solta... e ela vai cuidar da vida dela... quando chegar as coleções a gente manda uma pessoa, né? que ela não vai capacitar... não vai treinar nem vai capacitar... ela vai levar a roupa lá e aí as dificuldades e as dúvidas que ela tem, as dúvidas entre aspas, essa pessoa vai lá e ensina, é uma capacitação mas ela não tá sabendo que está sendo capacitada... porque se disser... que tô mandando minha funcionaria aí trava... claro que trava! Elas são muito, e infelizmente, é... nosso povo tem muita preguiça de pensar e quando fala no nome treinamento, capacitação... Ah! Dona Francisca vai vir aqui mudar tudo... [...] Então daí essa questão de você fazer essa capacitação, mas sem elas saberem porque... é pra não travar o processo, então elas viram boas costureiras sem saber (Francisca Vieira 📷).

Como eu te falei, pra quem trabalha comigo a prática *slow* também é inata, né, porque eles tem outro ritmo, eles vivem em outro ritmo, eles vivem o ritmo deles e eu só entrei ali no meio tentando não bagunçar, né, a rotina de nenhuma das partes e então pra mim é também é uma prática que não exige desconforto, não gera desconforto nem pra mim nem pra quem tá envolvido, porque eu chego entrego o material, ah pra quando tu acha que pode entregar? ah, mas a gente tem um prazo, a gente consegue? então a gente faz essa produção *slow* e não é um gerenciamento que exija algum tipo de liderança... de forma muito natural quando tem alguns prazos muito apertados, agora uma menina foi passar carnaval na Europa, uma menina do Rio, e ela comentou com a amiga que falou sobre a Aurora, e me fez um pedido e o prazo era de quatro dias... aí bom, eu vou ter que pegar umas três artesãs... uma faz a peça outra fecha, e a outra faz o acabamento, pra isso eu não vou entregar as duas peças pra mesma artesã, pelo prazo e quatro dias, aí eu consigo gerenciar assim, tipo que artesã ... que artesã tem o domínio dessa peça e que consiga me entregar em tempo (Erica 📷).

Embora o fator econômico seja determinante na definição da estrutura da organização, os agentes produtivos demonstram preocupação com as pessoas, no que tange principalmente a geração de emprego. Além do mais, conhecem essas pessoas, pois são moradores da localidade. Portanto, no processo de gestão, pelo que se percebe, estão presentes um conjunto de valores que norteiam as decisões, indicando que as ações desses agentes produtivos têm predominância de valores mais substantivos (GUERREIRO RAMOS, 1989; SERVA 1997b). Esses valores presentes nas decisões deve-se tanto ao vínculo afetivo com o local e com as pessoas. Os valores emancipatórios estão presente nas ações em relação ao desempenho das atividades, conforme relato:

Elas ficam orgulhosas, a minha rendeira... mesmo que agora ela é mestre, é a que coordena [...] ela ganhou um prêmio do Iphan no ano passo com a inovação do artesanato... e é um prêmio em dinheiro... pra eles e isso é fantástico... que venha e que se tenha mais prêmios para as inovações (Francisca Vieira 📷).

Percebe-se que os valores presentes nas decisões dos agentes produtivos têm influência da formação profissional e da experiência de vida, como pode ser observado nos relatos a seguir:

É um compromisso... é, eu sempre falo assim, que eu vi muita fome, eu cresci como filha de fazendeiro e vi o diabo da fome, então meu pai tinha... sempre tinha uma fila

na porteira do curral de meu pai e mulheres pegando leite pras crianças, mulheres que não moravam na terra de meu pai... moravam de frente... que a gente morava bem numa divisa... e aí chegavam pro meu pai e diziam assim, nasceu uma criança lá e o bebê vai morrer porque não tem leite, e daí ele dizia, pode mandar! quantas crianças elas tem? ela tem dois. Me manda trazer uma garrafa de cerveja eu dou de leite; tem três, é um litro; tem uma, é uma garrafinha de guaraná champagne. Então assim, é... o meu pai era um fazendeiro com alma e coração... ele dizia assim, na minha terra só mora a quantidade de pessoas que eu posso bancar, porque fome na minha terra não vai passar... meu pai nunca sentou numa mesa... os fazendeiros da região, eu aprendi muito ele, os fazendeiros da região eles comiam separados dos peões... a mesa dos peões era lá no terraço e a mesa do patrão era lá dentro. E painho sempre dizia assim, aqui o que eles comem eu como! então isso que eu digo, então ele fazia isso, aqui se tiver um bife é pra todos, se não tiver nada é pra todos, chama é... angu com leite era assim a pior comida que se podia dar pra eles... não, não é com leite, é angu com rapadura... angu com rapadura é o pior que se pode... se só tiver angu com rapadura todo mundo vai comer... e por isso nunca faltou quem trabalhasse pro meu pai... são valores que você recebe durante a infância e que... como é que se diz... você vai assimilando... a questão é de humanidade... é a questão humanitária... isso aí a gente cresceu com isso e todos os meus irmãos são assim... então, graças a Deus esses valores os meu pais passaram pra gente (Francisca Vieira 🍷📖).

Me matriculei na faculdade de moda sem saber direito o que eu queria da vida. Mas entrei na faculdade de Moda, gostei e fui me encontrando, mas ficou o questionamento de que forma eu faria bem pro mundo fazendo moda? não seria mais somente uma produção superficial. [...] Dom Pedrito porque era a terra da minha família, e foi lá que minha vó morava [...] A região da Campanha é uma região pobre, é uma região de cultura e pecuária e tem uma diferença de renda muito grande, tem uma concentração de renda muito grande... tem muitas famílias que não tem nada... então a gente olhou pra essas mulheres que já tem essa capacitação, porque a prefeitura sempre deu esse apoio, de capacitar mas o depois era com elas (Érica 🍷📖).

Para Érica, o conhecimento acadêmico foi aliado aos valores e a cultura, e esses são muito presentes nas suas decisões, e que é percebido nas ações de gerenciamento da produção, que envolve a negociação de compra da matéria prima e a organização dos processos de produção, pois prefere a mão de obra local e um processo totalmente artesanal. Do mesmo modo, os valores e a tradição local também se fazem presentes nas decisões de Francisca Vieira, que, ao conhecer o algodão colorido orgânico decidiu produzir exclusivamente com esta matéria prima, e para tanto, passou a realizar a compra diretamente com os agricultores locais por entender que este é o meio de possibilitar o desenvolvimento econômico, social e ambiental, e dessa forma, favorecendo a região em que a empresa está sediada. Além da matéria prima, o artesanato da Paraíba também foi incorporado nas peças de vestuário, e assim gera demanda para os artesãos locais e colabora para a manutenção da cultura regional.

Para Beatriz, da Rina Lab., o conhecimento técnico e também o conhecimento dos problemas da indústria têxtil relacionados a poluição do meio ambiente e a exploração do trabalhador nas fábricas de costura, são os fatores que mais incentivou para a produção de moda sustentável. A consciência para buscar soluções para esses problemas foi despertada durante o

curso de graduação, no qual a realização de pesquisas acadêmicas motivou para o desenvolvimento de produtos duráveis, seguindo princípios ecológicos de produção, contudo, a satisfação pelo trabalho é um fator que se destaca, pois, na sua rotina de trabalho executa todas as etapas da produção, e ainda faz a comercialização, conforme expôs em sua declaração:

É... eu já fazia na faculdade... tinha uma bolsa de iniciação científica nessa vertente... ecomoda... e é uma maneira de a gente estar sempre próxima do que a gente tá fazendo, que é os acabamentos, a escolha dos materiais, como que vai ser feito, então uma maneira de aproximar mais da produção. Porque numa grande empresa, se eu fosse trabalhar como estilista, trabalharia numa parte só... fazendo desenvolvimento, fazendo ficha técnica... nunca o processo inteiro, então... trabalhar na peça do começo ao fim (Beatriz 🍷📄).

Ser o proprietário da empresa dá autonomia para a tomada de decisões e estabelecimento da divisão das atividades. E nos casos analisados percebe-se ainda a satisfação em participar de todo o processo da administração da empresa, desde a concepção dos produtos até a comercialização.

Ter essa responsabilidade sustentável e social... ter o controle realmente da produção e poder mostrar pro cliente como é feito e de onde vem, a gente quer muito tentar... fazer uso desses tecidos mais sustentáveis (Beatriz 🍷📄).

A satisfação em participar de todo o processo de produção também é evidenciada no relato de Francisca, que iniciou sua empresa porque sabia costurar e assim desenvolveu sua marca, e, embora atualmente não trabalhe no processo de costura, trabalha no processo de criação e modelagem:

Na verdade eu gosto mesmo é da indústria da moda... então o que a gente faz... exatamente isso... eu crio, participo, gosto do processo criativo, porque tem um design que ajuda, que faz essa parte comercial, uma parte do desfile eu também faço... porque a gente lança uma coleção e desfila todo ano no Brasil, a Fashion Week... daí o que é que a gente faz... é essa criação, essa pilotagem... a modelagem também [...] Sim, a modelagem também sou eu porque eu sei modelar. Então a modelagem eu não entrego pra ninguém... a modelagem é minha! é a alma... a criação (Francisca 🍷📄).

Essas ações na produção de moda sustentável encontram com o pensamento de Guerreiro Ramos (1989), o qual afirmava que os agentes são dotados de sensibilidade para as pressões do ambiente externo, e por isso acreditava na possibilidade de conciliar a eficiência com os valores, os quais são norteadores das ações. Conforme Sachs (2004), sem ampliação do emprego, redução da pobreza e das desigualdades, o desenvolvimento econômico é apenas um meio. Assim, a produção de vestuário sustentável demonstra que é possível a conciliação da eficiência com os valores morais, e assim conduzir para uma sociedade centrada na perduração, tal qual teorizou Guerreiro Ramos (1989).

A satisfação em trabalhar fazendo o que gosta e ainda contribuir em prol da coletividade leva a autorrealização, uma vez que optaram por trabalhar em um processo que considera os aspectos ambientais e sociais:

Todo mundo que ter ao menos um jeans no guarda-roupas. O Denim surge como uma alternativa para a moda sustentável. Desta forma, esperamos gerar mais demanda e realizar o sonho de cobrir a Paraíba de Algodão Colorido (Francisca Vieira, Natural Cotton Color, Facebook, 08 Set. 2019, online).

A preocupação com o aspecto social é revelada pelas declarações sobre a remuneração dos trabalhadores e também é manifestada em publicações em defesa dos direitos humanos, que é um tema fundamental para o desenvolvimento sustentável. A exemplo, uma publicação da marca Natural Cotton Color:

ESTAMOS DE LUTO:

A luta pelo acesso à terra não pode tornar-se tragédia.

Rodrigo Celestino e Orlando Bernardo foram assassinato na Paraíba. Rodrigo é irmão do nosso colaborador Antonio Junior, que trabalha com a Natural Cotton Color, na *Première Vision Paris*, há oito anos.

Os agricultores foram executados. São vítimas da luta pelo acesso à terra.

Acesso à terra é um direito garantido pela Constituição Federal (art. 184) não pode mais ser sentença de morte. Basta. Queremos Justiça.

Nunca é demais lembrar que as grandes propriedades rurais são voltadas para produção de commodities, grãos que abastecem as indústrias e o mercado externo. No Brasil, apenas 20% das terras agricultáveis pertencem aos pequenos produtores familiares (IBGE).

Mesmo assim, a agricultura familiar é responsável por mais de 80% dos empregos gerados no campo, o que evidencia sua importância ao gerar renda local, fixar o homem no campo e diminuir as demandas nas cidades por saúde, educação, saneamento básico, entre outras.

Todos sabem que o nosso algodão colorido orgânico é fruto do trabalho dos assentados da reforma agrária. Todos sabem que a agricultura familiar dos assentados e dos sem-terra é agroecológica.

Morrer por lutar por uma produção limpa e sustentável demonstra quão distante ainda estamos de nossos direitos sociais garantidos pela Constituição Federal.

Agricultores mortos dois dias antes da comemoração dos 70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH) demonstra quão distante ainda estamos dos direitos garantidos pela Declaração.

A Missa de 7º dia em João Pessoa é no próximo domingo. Pedem que todos usem branco em nome da paz. (Natural Cotton Color, Facebook, 14 Dez. 2018, online).

Atitudes como a defesa pelos Direitos Humanos demonstram uma congruência entre os valores professados e a atuação social concreta. A responsabilidade com os valores morais passam a determinar as ações, pois, ao firmar compromisso com o público-alvo para oferecer produtos de acordo com os princípios da sustentabilidade, os agentes produtivos precisam buscar as soluções para as causas, sejam ambientais ou sociais:

Acho que sim, sim, acho sim, acho que são valores e existe, como eu te falei, uma pressão interna da empresa de tentar não ter furos, e talvez acho que isso possa ser

uma responsabilidade moral, por exemplo a embalagem, bom... a gente não pode ter um discurso e aí chegar na embalagem e dane-se a embalagem! Então a gente procurou um selo que tem, chama 'Selo Reciclo' que a gente paga uma mensalidade e eles fazem a compensação ambiental através de cooperativas de catadores das embalagens que a gente gera, do que seria desperdiçado, se é desperdiçado ou não, não sei, se o consumidor usa a caixa que a gente manda, não sei, então como foge da minha alçada, do meu controle, eu optei por fazer essa compensação, então existe a responsabilidade moral de manter um discurso ético em todo o processo, de manter um discurso coerente em torno do processo. Não só do produto, claro mas que as ações sejam coerentes com o discurso (Érica 📧).

Os retalhos maiores... transformam nas bolsinhas, tem a estampa da nossa marca... a gente mistura e faz a bolsa que a gente entrega junto com a peça quando adquirida pelo cliente. Acima de R\$100,00 é a bolsa e menos são as bolsinhas. Dá pra guardar sapatos... e os retalhos bem pequeninhos que não tem como fazer nada... um a gente fez com as malhas que foram os tricôs e os outros a gente tá guardando tudo porque a gente tá com um projeto de fazer preenchimento de caminha de cachorro... e daí ver se a gente consegue levar pra alguma ONG. Pra não ter desperdício. Não jogamos retalhos no lixo (Beatriz 📧).

Percebe-se entre os agentes produtivos de moda *slow fashion* que a opção pelo vestuário sustentável seja expandido, e dessa maneira manifestam a esperança na mudança do sistema de produção de vestuário:

eu acho que dá pra melhorar porque assim a gente tem notícia que as vezes eles mandam incinerar peças que sobram... tem a questão do trabalho escravo que eu acho que é uma coisa bem forte, a gente não quer pensar... a gente tenta ignorar... tanto é que surgiu o Fashion Revolution Day, eu acho que as pessoas estão se encaminhando mas ainda não é o foco principal, por exemplo tem muitos clientes nossos que consomem o *fast fashion*, mas elas também gostam de ter uma peça do *slow*, saber quem fez... tem um carinho pela peça... é uma coisa que tá engatinhando. As pessoas estão começando... não tinham essa consciência e não tinham muito contato, não tinha como ter tanto contato como tem hoje (Beatriz 📧)

Olha, é, não só pode como daí... o Rafael (chegou durante a entrevista), pra quem não sabe, que eu não tive tempo... é o idealizador do Eco Fashion Week... é o dono do Brasil Eco Fashion Week... o Rafael, hoje, uma Renner tá correndo atrás do Rafael pra patrocinar o evento porque na verdade eles querem lançar uma linha sustentável... o *fast fashion* ou muda, ou muda! óbvio que nós não vamos ver a rede C&A toda ecológica, mas se a gente consegue botar uma linha, enfiar uma linha lá dentro já é uma mudança, concorda? se eles tiram todo o algodão com veneno das coleções dele, é ou não é um passo? se tirar o veneno já é alguma coisa... é melhor alguma coisa do que nada... então o *fast fashion* tem que mudar sim, vai mudar, não tem outro jeito. Tanto é que a C&A já tá dizendo que até 2020 não é pra ter mais algodão com veneno... acho que... a Renner tá correndo atrás de algodão orgânico, o problema é que eles não tão ainda, não colocaram na cabeça ainda que eles tem que pagar preço justo pra essas mudanças, e eles ainda, quero algodão sem veneno, mas querem pagar preço de commodity... e quem vai ensinar isso? vai ser o consumidor... entendeu? na hora que o cara começa ler a *tag*, ele vai lá e diz assim, ah isso não é de algodão. É o consumidor que vai mudar, e graças a Deus que tá aí essa [Julia, que acompanhou a entrevista] você compra já uma roupa e olha a etiqueta... essa pessoa jovem vai olhar, vai ver se foi feita em Bangladesh... quem vai mudar é essa menina aí, não somos nós não! Então o cara tá lá... eu mudo porque tô envolvida nisso até o pescoço... mas quantas mulheres de cinquenta anos que vai olhar a etiqueta? onde é que foi feita? não olha! mas essa menina vai olhar... e daí, ah não! em Bangladesh?! na cidade que matou todo mundo! matou mil e trezentas pessoas... não vou comprar, fica lá na prateleira... a gente... eu entro, todo ano eu tô entrando, ano a ano eu entro na H&M,

Primark, é quando eu viajo lá fora... procuro a arara mais barata que tem... aí blusinha de dois euros, olho a etiqueta... feita em Bangladesh... onde tá a maior exploração ao mesmo tempo, que que tá acontecendo? ninguém mais quer comprar... então eles liquidam... e tá indo pra prateleira mais barata... mais barata... (Francisca 🗨️).

Eu acho que a gente sempre vai precisar de uma camiseta, de... sabe... a gente sempre vai acabar tendo que recorrer em algum momento, mas eu acho que o *fast fashion* pode se conscientizar e diminuir seus impactos, tentar não gerar impactos. Eu acho que dessa forma, ter uma cadeia justa, por exemplo a C&A. A C&A é uma *fast fashion* que tem uma cadeia considerável, justa, ela é uma *fast fashion* produzindo em grande escala toda no Brasil, toda de forma legal, dentro da legalidade, e sem fugir da humanidade com as pessoas, que tem uma matéria prima com procedência, então a C&A talvez seja um exemplo de *fast fashion* que não gera culpa em quem compra. Então eu acho que... não tem como, digamos assim, excluir o *fast fashion* da vida... ah falar daqui a cinquenta anos não vai existir mais *fast fashion*, acho que não, até porque daqui a cinquenta anos a população vai ter triplicado e essas pessoas não vão ter condições de forma sustentável, ou as pessoas não se dão conta de que podem recorrer a um brechó, trocar com os amigos... acho que o *fast fashion* continua a existir mas acho que vai se remodelar... as grandes *fast fashion* vão procurar se remodelar porque a pressão vai ser grande... essas movimentações, os manifestos, os protestos, a própria conscientização de quem trabalha, de quem gerencia uma *fast fashion* vai precisar passar por remodelações em alguns setores e talvez gere menos impacto e menos... o ideal seria impacto nenhum... até... não tem como não... não tem, em algum momento vai gerar, então que as *fast fashion* vão começar a remodelar para um mínimo impacto possível [...] Questão trabalhista hoje é a pegada mais... acho que mais forte pra *fast fashion* brasileira, principalmente, a grande questão é a parte trabalhista, não tem como manter uma pessoa ganhando um real por peça... e enfim, acho que principalmente a questão trabalhista e depois também a questão de produção, de tingimento de tecidos, a maioria das *fast fashion* não produz no Brasil não faz suas produções no Brasil então elas fingem que não enxergam seu impacto. Vejo dessa forma (Erica 🗨️).

Trabalhar com moda é muito desafiador. Estamos sempre aprendendo, em constante mudança e buscando nos conectarmos com os valores e desejos das nossas clientes. Aqui na Rina Lab. Nós trabalhamos com muito amor. Fazemos o que gostamos e temos muito orgulho! Desejamos que todos os trabalhadores façam o que acreditam e que sejam valorizados por isso (rina lab. Instagram, online)

Nessas declarações percebe-se a preocupação com os problemas do setor têxtil e por isso trabalham pela mudança de um sistema pautado na produção globalizada em grande escala para um sistema que busca a participação harmoniosa entre produtores e consumidores de moda. Atitudes como estas indicam a possível conciliação entre a eficiência e a racionalidade substancial (GUERREIRO RAMOS, 1983).

Com vistas a identificar a predominância de um tipo de racionalidade nas ações dos agentes produtivos, os elementos da ação administrativa percebidos no estudo dos casos foram analisados na perspectiva dos elementos das racionalidades substantiva e instrumental, conforme quadro 15.

Quadro 15 – Ação administrativa na produção *slow fashion* na perspectiva das racionalidades substantiva e instrumental

Ação administrativa na produção <i>slow fashion</i>	Racionalidade Substantiva	Racionalidade Instrumental
Estratégia da Organização	Entendimento Julgamento ético	Êxito, resultados Desempenho Rentabilidade
Desenvolvimento de produto	Entendimento Julgamento ético	Êxito, resultados Utilidade
Processo de Produção	Autorrealização Entendimento Julgamento ético Valores emancipatórios	Êxito, resultados Rentabilidade
Compra de matérias primas	Entendimento Julgamento ético Autenticidade Valores emancipatórios Autonomia	Êxito, resultados
Gestão da mão de obra	Entendimento Julgamento ético Autenticidade Valores emancipatórios Autonomia	
Precificação/comercialização	Julgamento ético	Êxito, resultados
Desenvolvimento de Pessoal	Valores emancipatórios Autonomia	
Ações com a comunidade	Valores emancipatórios	

Fonte: elaborado pela autora

A ação administrativa na perspectiva dos elementos das racionalidades demonstram que os agentes produtivos utilizam tanto a prudência (*phrónesis*), pautada na lógica instrumental, como também são movidos por convicções, dotadas de sentido substantivo (SANTOS et al 2019). Mas, note-se que em todas as ações administrativa estão presentes elementos constitutivos da racionalidade substantiva, indicando que as ações dos agentes produtivos de moda *slow fashion* é, predominantemente, guiada pela razão substantiva, pois, nas diretrizes organizacionais se faz presente a sensibilidade e afetividade, e, o desempenho da empresa não está vinculado a metas de minimização dos custos, pelo contrário, busca-se o custo real da produção e os valores dos produtos refletem esses valores.

Conforme Serva (1997b) quando a organização obtêm êxito sem seguir as diretivas da racionalidade instrumental, ou seja, a organização busca o equilíbrio dos indivíduos em relação à coletividade, com vistas ao bem viver e o respeito à dignidade humana, esta organização tem a predominância da ação racional substantiva. Desse modo, podemos considerar que o *slow fashion* altera o sentido essencialmente utilitarista da produção de moda para o sentido substantivo, pois pressupõe autorrealização, satisfação e contribuição para a sociedade.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho buscamos compreender as experiências com o *slow fashion* na perspectiva dos agentes produtivos à luz de estudo de casos múltiplos. Essa abordagem de produção de vestuário surgiu há pouco mais de uma década e preconiza a valorização da tradição e do produto local, o consumo baseado em qualidade e não em quantidade, materiais de fontes renováveis, redução do consumo de recursos naturais e a eliminação de substâncias químicas, condições de trabalho adequadas e remuneração justa na cadeia de produção. Sob esses princípios de produção, o *slow fashion* busca diminuir o consumo desmesurado, a exploração dos trabalhadores no setor têxtil e promover soluções para reduzir a poluição causada em todas as etapas da produção, desde a produção de fibras ao descarte final.

A ida ao campo revelou a existência de um setor que ainda está em estágio inicial na adoção de práticas de *slow fashion* na cadeia têxtil, e embora ainda não apareça em estatísticas econômicas, o segmento de moda sustentável movimentava a produção de matérias primas, a fabricação de fios e tecidos, a confecção de peças de roupas e o artesanato. Os produtos de moda sustentável são distribuídos no comércio nacional e também exportados para outros países.

Por ser uma realidade nas organizações produtivas, buscamos analisar a ação dos agentes produtivos para incorporar na produção de vestuário os princípios do *slow fashion*. Conforme os resultados da pesquisa, para integrar esses princípios na organização, os produtores desenvolvem as suas coleções com design atemporal, matéria prima de qualidade, maior tempo de produção, produção local, valorização da cultura e do trabalho artesanal, e a conscientização do consumidor para compras baseadas na qualidade e ciente de como e por quem foram produzidas.

O desenvolvimento do produto é uma fase importante no *slow fashion*, pois, na elaboração das peças são definidos os atributos que podem prolongar o uso das peças, bem como reduzir os impactos ao meio ambiente pela escolha de materiais sustentáveis como os tecidos e aviamentos. Além desses aspectos, o processo de fabricação contribui para a qualidade e durabilidade da roupa, e por isso a opção é pela fabricação artesanal, sendo esta a opção de produção das três empresas estudadas. Por isso, o estilo das peças segue a linha atemporal, isto é, os modelos não são definidos pelas tendências de moda atuais, como tecidos, cores e estampas. Embora não sigam as tendências das passarelas, as peças são modeladas para vestir

bem, atendendo os quesitos de conforto, versatilidade e usabilidade, e são confeccionadas em cores diversas, mas priorizando as cores neutras.

A matéria prima, segundo os princípios do *slow fashion*, é fundamental para manter o princípio da produção sustentável, devendo ser escolhida aquelas que são produzidas sem agrotóxicos e que utilizam menos recursos naturais. Nas empresas Aurora Moda Gentil e Natural Cotton Color a escolha das matérias primas atende a esse princípio, pois utilizam a lã de ovelha, que é uma fibra de fonte renovável, e o algodão colorido orgânico, também de fonte renovável, e não é cultivado com defensivos agrícolas e lavouras irrigadas, e, por ser naturalmente colorido, ainda economiza o uso de água no processo industrial, causando impacto na economia de água em mais de 80% na cadeia produtiva. Ademais, as empresas não utilizam corantes químicos, tanto os fios de lã como os fios de algodão são utilizados na sua cor natural ou tingidos com pigmentos naturais.

A aquisição das matérias primas, nos casos da lã e algodão colorido orgânico, é feita diretamente com os produtores, para garantir a produção na quantidade necessária para a produção de fios e tecidos. Nesses dois casos percebe-se que a que a fabricação de produtos sustentáveis pode ativar a produção de matérias primas orgânicas, e contribuindo com a geração de renda e fortalecimento da economia local.

Conquanto a característica das matérias primas seja um dos fatores de adequação ao princípio do *slow fashion*, uma das empresas estudadas não utiliza o tecido orgânico devido o preço e a quantidade mínima de compra estabelecida pelos fabricantes. Disto, pode-se afirmar que é mais difícil para a pequena confecção atender todos os princípios do *slow fashion*, pois, além da capacidade financeira, que implica na aquisição desses materiais, o custo da matéria prima implica diretamente no preço final de venda. Por isso a escolha é baseada no preço e qualidade dos tecidos, sendo adquiridos em tecelagens locais. Os tecidos são escolhidos ainda pela padronagem, de modo que não é necessário utilizar outro processo de estamparia ou processos químicos para beneficiamento das peças.

Como parte do atendimento aos princípios do *slow fashion*, a valorização do local também é um fator considerado pelos agentes produtivos. Nos casos estudados a produção é feita na localidade onde está sediada a empresa. Além das costureiras, a empresas contribuem ainda com a geração de trabalho para tricoteiras, rendeiras e bordadeiras, e, dessa forma valorizam a cultura e as comunidades locais com suas tradições, e, dessa forma apoia a economia local, formando ainda uma identidade regional específica nos produtos (JUNG; JIN,

2014). Segundo Fletcher (2018), o localismo é um movimento centrípeto, pois concentra o poder econômico e político dentro das comunidades.

Em relação aos trabalhadores, o princípio da remuneração justa preconizado pelo *slow fashion* é um dos fatores para que o almejado desenvolvimento sustentável aconteça. Nos casos analisados, em que a produção é terceirizada, a remuneração é feita por peça fabricada, sendo o valor calculado conforme o salário mínimo vigente da localidade, levando-se em consideração o tempo ideal de produção para garantir a qualidade do produto. Desse modo, o custo de produção não é negociado pelo menor custo ofertado, que é uma prática adotada pelo *fast fashion*, o qual tem conduzido para a precarização do trabalho em muitos países, bem como a deslocalização da produção.

Neste modelo de produção sustentável adotado pelas empresas, o custo de produção se torna mais alto e, em consequência o preço de venda também é mais elevado em comparação com produtos *fast fashion*. Por isso a necessidade de conscientizar os consumidores para que entendam que o valor de um produto *slow fashion* é mais caro porque reflete os custos ecológicos e sociais. Portanto, o preço da roupa para atender ao consumidor não pode ser um salvo-conduto para produzir sob a exploração da mão de obra e o meio ambiente.

Ao analisar a aplicação do *slow fashion* pelos produtores de moda, também identificamos os fatores que atuam como barreiras que dificultam ou impedem a estratégia de produção de moda sustentável. Na visão dos agentes produtivos, entre os fatores que dificultam esta estratégia destacam-se o fornecimento de matéria prima, as certificações desses produtos e o comportamento de compra do consumidor. Ademais, a falta de incentivo por parte das esferas governamentais para a produção sustentável é percebida como um fator que dificulta a expansão do modelo de produção sustentável e ainda o comportamento de compra do consumidor é visto como uma das barreiras na comercialização.

Em relação ao fornecimento da matéria prima, a dificuldade para aquisição deve-se pela necessidade de incentivo de produção dos produtos orgânicos, e, para incentivar a produção é preciso garantir a compra, para tanto, são realizados contratos de compra antecipado. Além da garantia de compra, a certificação da produção orgânica é um outro elemento necessário. A lei 10.831/03 (Brasil, 2003) rege a produção, o processamento, a rotulagem e a comercialização dos produtos orgânicos no Brasil e abrange todos os produtos primários ou processados que serão comercializados no território brasileiro. Entre as exigências dessa lei figura a exigência da rastreabilidade orgânica de toda a cadeia produtiva. Os

certificados de produção são documentos exigidos principalmente pelos importadores para garantir que a produção segue os padrões nacionais como também padrões internacionais de produção de orgânicos.

A certificação tem como objetivo acreditar o produto orgânico, contudo o custo desse processo de certificação é uma barreira para a pequena empresa. E, nesse aspecto percebe-se que produzir moda sustentável é tão somente um projeto em nível dos agentes produtivos, pois não há incentivos por parte das esferas governamentais para a moda sustentável.

Embora os produtos sustentáveis tenham boa aceitação, e o mercado para esses produtos esteja em fase de crescimento, as empresas têm um custo alto e uma lucratividade baixa. E, ainda que o debate sobre o desenvolvimento sustentável esteja entre os temas em pauta nas discussões e programas governamentais, o fator econômico é uma restrição suscetível de limitar o comportamento pró-ambiental (POOKULANGARA; SHEPARD, 2013). Por isso, além da falta de apoio para a produção há ainda a barreira do consumo, que é ditado pelo comportamento de compra do consumidor que busca baixos preços e tendências de moda, conforme evidenciado nas entrevistas. Por isso, preço é um fator que, por um lado demonstra os atributos do produto mas por outro lado limita o alcance a mais clientes.

Para manter a empresa com foco na moda sustentável a opção tem sido trabalhar com uma margem menor de lucro e investir em publicações informativas. A aquisição de vestuário, principalmente pelos consumidores de moda *fast fashion*, é baseada nas tendências e no preço, e, além disso, muitos compradores não se importam em saber como uma peça de roupa possa ser vendida a preço tão baixo, mas questiona por qual motivo uma peça *slow fashion* tem preço alto. A falta de disposição para pagar o preço real das roupas é um fator que, somado ao comportamento de compra baseado em compras frequentes e em quantidade (WATSON; YAN, 2013) ergue uma barreira para os produtos de moda sustentável. A mudança de comportamento de compra exige maior consciência do consumidor sobre o que é moda sustentável, e por isso as ações de divulgação e participação em movimentos que realizam campanhas informativas sobre o processo de produção de vestuário.

Pelos seus princípios, a moda sustentável tem por objetivo reduzir os danos ambientais e sociais causados pelo setor têxtil e, em vista desses fatores analisamos como esse tipo de produção, ainda que em estágio inicial no país, tem possibilitado alcançar os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) (AGENDA 2030, s.d.). Conforme os dados analisados, as empresas de moda sustentável possibilitam das: ODS 1 - Erradicação da pobreza; ODS 2 – Fome zero e agricultura sustentável; ODS 5 - Igualdade de gênero; ODS 8 - Trabalho decente

e crescimento econômico; ODS 9 - Indústria, inovação e infraestrutura; ODS 10 - Redução de desigualdades; ODS 11 – Cidades e comunidades sustentáveis; e, ODS 12 - Consumo e produção responsáveis.

Ao priorizar o modelo de produção sustentável, as empresas de vestuário analisadas contribuem em vários aspectos da responsabilidade ambiental e social. A compra do algodão colorido orgânico diretamente com os agricultores contribui com a geração de renda para as famílias do Assentamento Margarida Maria Alves, e assim contribui para a erradicação da pobreza (ODS 1), a segurança alimentar e também para com a agricultura sustentável (ODS 2), e ainda por possibilitar os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis (ODS 11).

Além da produção de matérias primas, a produção de moda sustentável favorece a dinâmica econômica na região, que inclui fábricas, fiação, tecelagens, facções de costura e produção de artesanato, gerando mais empregos e possibilitando o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável (ODS 8). Ao inserir o artesanato nas peças produzidas e demandar a produção junto às associações de artesãos, as empresas de moda sustentável promovem os aspectos econômicos e também os aspectos culturais da região, e é benéfica para a economia local, pois o artesanato é uma das atividades culturais de maior ocorrência nos municípios brasileiros e a cooperação entre produtores de moda e artesãos da localidade pode apoiar a indústria criativa e promover a economia local.

Pelos princípios do *slow fashion*, além das matérias primas, deve-se ter a preocupação com os trabalhadores na cadeia de produção. Gerar emprego e remunerar de forma justa, observando a lei trabalhista do país, e atendendo aos princípios dos direitos humanos visando promover o desenvolvimento social, são causas priorizadas na produção de moda sustentável.

No setor de confecções a maioria dos trabalhadores são mulheres, e como já descrito, nas empresas do estudo o trabalho de costura, tricô, crochê, tecelagem e artesanato é realizado em grande maioria por mão de obra feminina, e por isso, a produção de vestuário sustentável coopera para o alcance da igualdade de gênero e empoderamento de mulheres (ODS 5). E, ainda, pela característica do trabalho, as empresas favorecem a geração de emprego e renda principalmente para a parcela da população que não tem uma formação profissional.

Além disso, como parte de um mercado competitivo, o desenvolvimento de novos materiais com foco em sustentabilidade contribui com a inovação industrial (ODS 9), e que segundo a Agenda 2030 (s.d.) o investimento em inovação é uma das condições para o

fortalecimento industrial de forma eficiente, e condição para o crescimento econômico e desenvolvimento do país. Ao investir em pesquisa e desenvolvimento, as empresas de moda sustentável dão sua contribuição para o fortalecimento da economia do país, pois alavanca o desenvolvimento tecnológico e econômico, além de contribuir com produtos que causam menos danos ao meio ambiente.

Ao produzir vestuário segundo o *slow fashion* as empresas cooperam para assegurar os padrões de produção e consumo sustentáveis (ODS 12), pois, por suas características baseadas na sustentabilidade, exige uma ação administrativa que considere os aspectos ambientais, almejando tornar o planeta um lugar melhor, e o respeito aos direitos humanos, para uma sociedade mais justa, e por isso, inserindo o conceito do desenvolvimento sustentável nas políticas administrativas.

Os casos analisados demonstram que a produção de moda segundo o *slow fashion*, ainda que pioneira, possibilita o enfrentamento dos problemas do setor têxtil nas três dimensões de sustentabilidade, a econômica, a ambiental e a social, corroborando com Divito e Bohnsack (2017). Os aspectos econômicos são evidenciados na dinâmica da produção e comercialização, que impulsiona produtores de fibras, fábricas, artesãos. Ademais, já há um histórico de exportação desses produtos, por ter boa aceitação no mercado internacional. Na dimensão ambiental, a redução do uso da água e redução da poluição é possível com a escolha das matérias primas e dos processos de produção orgânico. Na dimensão social busca empregar pessoas da localidade, o que assegura o direito ao trabalho (SACHS, 2004), e que para muitas pessoas significa a oportunidade necessária para uma condição de vida melhor.

Contudo, para acabar com a pobreza e melhorar a vida das pessoas de uma região é necessário que mais agentes produtivos também tenham a atitude de enfrentar os problemas sociais e ambientais, para evitar a exploração do trabalhador e a precarização do trabalho. Portanto, para enfrentar os desafios de transformar o setor e romper com o crescimento econômico contínuo (FLETCHER, 2010) necessita-se de um número maior de organizações alinhadas a princípios sustentáveis de produção.

A mudança de sistema no setor da moda, o questionamento sobre as consequências do crescimento econômico contínuo da indústria do vestuário e os valores subjacentes para o desenvolvimento de uma sociedade mais igualitária estão no centro do conceito do *slow fashion*. Esses princípios aproximam as ideias de Kate Fletcher (2010) com o pensamento de Guerreiro Ramos (1983; 1989), que evidenciou a crise de valores da sociedade industrial centrada no mercado e por isso defendeu a necessidade de uma ciência social desprendida da obsessão com

o desenvolvimento mas compreensiva da realidade, considerando os aspectos técnicos e morais na produção.

Podemos considerar que a pesquisa está dividida em duas etapas. A primeira compreende a análise da integração da abordagem na produção de moda, a identificação dos fatores que agem como barreiras a essa implantação e a análise de como as organizações de moda sustentável tem contribuído com o desenvolvimento sustentável. Na segunda etapa direcionamos para a compreensão da ação administrativa na perspectiva das racionalidade instrumental e racionalidade substantiva.

A distinção entre essas lógicas é complexa, pois engloba sentidos distintos, sendo que a racionalidade instrumental expressa as ações que são fundamentadas na lógica econômica. A racionalidade substantiva converge para a lógica humana, voltada para a compreensão das pessoas e suas relações coletivas, que se manifesta como o equilíbrio entre indivíduo e organização, por meio do respeito à dignidade, liberdade de expressão e defesa dos valores éticos e morais (GUERREIRO RAMOS, 1989; SERVA, 1996).

Na definição da estratégia das organizações estudadas os agentes produtivos buscam competir com um produto diferenciado, por isso desenvolvem as estratégias de mercado com foco no público que é mais consciente dos fatores sociais e ambientais e que também está disposto a pagar mais por esses atributos. Essa estratégia é pautada pelo fator econômico e está ligada à visão que o agente produtivo tem do mercado no qual quer competir, na expectativa de ofertar seus produtos e ter retorno com as vendas. Assim, na definição da estratégia os agentes produtivos são pautados pela busca do desempenho e rentabilidade da organização.

Contudo, o modelo de produção *slow fashion* não está baseado na produção em grande escala e giro rápido para o crescimento contínuo, mas sim em produzir com mais qualidade, priorizando as questões ambientais e a mão de obra local ou própria, sendo esses fatores de diferenciação para competir com os demais segmentos de moda. Dessa maneira, a escolha do modelo de produção, que também é parte da estratégia, é pautada pelo entendimento e julgamento ético, pois a produção não está centrada na eficiência e eficácia máximas (SERVA, 1997b), uma vez que priorizam maior tempo de produção para garantir a qualidade dos produtos, sendo fabricadas em um processo artesanal. Além disso as matérias primas são adquiridas segundo as características de qualidade e características físicas/orgânicas, sendo pago o valor justo aos produtores, e o processo de produção é escolhido por causar menor impacto no meio ambiente.

A terceirização também revela uma escolha racional instrumental, porém, priorizam a contratação local visando gerar oportunidade trabalho na região onde está sediada a empresa. Desse modo, o que é central na decisão dos agentes produtivos gerar empregos na localidade mesmo que esse custo seja mais alto. Desse modo, a organização não é guiada primordialmente pela maximização dos recursos ou vantagem em custos e preços baixos, denotando que as ações são predominantemente orientadas pela racionalidade substantiva, pois como apontou Serva (1997b), além do lucro a empresa procura outros objetivos igualmente importantes.

Embora o fator econômico seja determinante na definição da estrutura da organização, os agentes produtivos demonstram preocupação com a geração de emprego para as pessoas da localidade. Portanto, no processo de gestão, estão presentes um conjunto de valores que norteiam as decisões, indicando a predominância de valores mais substantivos (GUERREIRO RAMOS, 1989; SERVA, 1997b). A ação desses agentes produtivos demonstra que a função da organização na sociedade deve contribuir para com a economia, que possibilita construir e manter as estruturas necessárias ao cidadão, mas que junto aos aspectos econômicos deve-se ter em conta que a empresa deve contribuir para a melhoria da qualidade de vida, o que inclui as pessoas e o meio ambiente.

As decisões a respeito dos recursos produtivos, o modelo de produção e comercialização são pautados também por valores que compreendem a dimensão grupal. Assim, a lógica do lucro é entendida como a necessidade para a manutenção do negócio. A organização das funções administrativa indica que o fator econômico é avaliado e planejado nas decisões, e dessa forma a racionalidade funcional coexiste com a substantiva, e indica pontos de tensão entre as lógicas de racionalidade.

Para a venda e demonstração dos produtos, nos três casos analisados, são realizadas parcerias com outras empresas e marcas, como também são vendidos em lojas colaborativas. Essas parcerias demonstram uma competição que não é predatória, buscando o crescimento mútuo dos fabricantes que pertencem ao mesmo movimento de produção sustentável.

Esses valores presentes nas decisões deve-se tanto ao vínculo afetivo com o local e com as pessoas, sendo que a responsabilidade com os valores morais determinam as ações, pois, ao firmar compromisso com o público-alvo para oferecer produtos de acordo com os princípios da sustentabilidade, os agentes produtivos precisam buscar as soluções para as causas, sejam ambientais ou sociais.

As ações na produção de moda sustentável encontram com o pensamento de Guerreiro Ramos (1989) o qual afirmou que os agentes são dotados de sensibilidade para as pressões do

ambiente externo, e por isso acreditava na possibilidade de conciliar a eficiência com os valores, os quais são norteadores das ações. Assim a produção de vestuário sustentável demonstra que é possível a conciliação da eficiência com os valores morais, e assim conduzir para uma sociedade centrada na perduração, tal qual teorizou Guerreiro Ramos (1989).

Conforme Serva (1997b) quando uma organização busca o equilíbrio dos indivíduos em relação à coletividade, com vistas ao bem viver e o respeito à dignidade humana, esta organização tem a predominância da ação racional substantiva. Disto, podemos considerar que as organizações têm a capacidade para modificar e melhorar o ambiente onde atuam, com uma administração que considera os vários aspectos para o desenvolvimento sustentável.

Isto posto, inferimos que as ações dos agentes produtivos de moda *slow fashion* têm predominância da razão substantiva, pois, nas diretrizes organizacionais se faz presente a sensibilidade e afetividade, e o desempenho da empresa não está vinculado a metas de minimização dos custos, mas busca um *modus operandi* com impactos positivos para a sociedade em geral, e isso deveria ser um pensamento geral, e não apenas foco de um nicho. Essa mudança no sistema de moda sustentável exige que a cadeia de produção trabalhe em sintonia com princípios da responsabilidade social, e defende um sistema que seja compreensivo da realidade, visando transformar a indústria convencional para um produção que esteja conectada entre todas as etapas.

Esse estudo possibilitou corroborar com as pesquisas sobre a abordagem *slow fashion* ao investigar ao nível da indústria e descrever a complexidade de produzir vestuário de forma sustentável. Em relação às contribuições empíricas, acredita-se que os resultados desse trabalho podem colaborar para a prática dos profissionais envolvidos no setor de confecção. Em relação à contribuição teórica, para o campo dos Estudos Organizacionais a pesquisa evidencia que a ação administrativa em organizações *slow fashion* altera o sentido essencialmente utilitarista da produção de moda para o sentido substantivo, pois pressupõe autorrealização, satisfação e contribuição para a sociedade

Como sugestões para trabalhos futuros, ressalta-se a possibilidade de aprofundamento com investigação em outras partes da cadeia produtiva do setor têxtil.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. **Muito além da economia verde**. São Paulo, Abril, 2012.
- AMARAL, Daniel Furlan. Efeitos do fim do Acordo Multifibras sobre a produção e o emprego dos setores têxtil e de vestuário no Brasil. 2008. 118 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Economia, Centro de Ciências Sociais, Universidade de São Paulo - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, 2008. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde-10072008-154231/pt-br.php>>. Acesso em: 12 jun. 2018.
- ANUÁRIO DOS TRABALHADORES: 2016. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. 12 ed. São Paulo: DIEESE, 2017. Disponível em <<http://obtrabalho.mte.gov.br/images/artigos/Anu%C3%A1rio2016/Anuario%20dos%20Trabalhadores%202016.pdf>>. Acesso em: 07 Mar 2018.
- ANTERO, Samuel A.. Articulação de políticas públicas a partir dos fóruns de competitividade setoriais: a experiência recente da cadeia produtiva têxtil e de confecções. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v. 40, n. 1, p. 57-79, Feb. 2006. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122006000100004>.
- ÁVILA, Viviane Schons de et al. O RETORNO DA OVINOCULTURA AO CENÁRIO PRODUTIVO DO RIO GRANDE DO SUL. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**, [s.l.], v. 11, n. 11, p. 2419-2426, 3 jun. 2013. Universidade Federal de Santa Maria. <http://dx.doi.org/10.5902/223611708801>. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/reget/issue/view/528>>. Acesso em: 05 maio 2018.
- BAUMGARTNER, Rupert J.. Organizational culture and leadership: Preconditions for the development of a sustainable corporation. **Sustainable Development**, [s.l.], v. 17, n. 2, p.102-113, jan. 2009. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1002/sd.405>.
- BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BELLEN, Hans Michael Van. Indicadores de Sustentabilidade: Uma análise comparativa. Santa Catarina. 2002. 235 f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2002.
- BELLEN, Hans Michael Van. **Indicadores de Sustentabilidade**: uma análise comparativa. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BELTRÃO, Napoleão Esberard de Macêdo; CARVALHO, Luiz Paulo de. Algodão colorido no Brasil, e em particular no nordeste e no Estado da Paraíba. Campina Grande, PB: Embrapa Algodão, 2004. Série Embrapa Algodão. Documentos, 128. Disponível em <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/CNPA/16943/1/DOC128.PDF>
- BERLIM, Lilyan Guimarães. Transformações no campo da moda: crítica ética e estética. 2016. 356 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, UFFRJ, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://r1.uffrj.br/cpda/dissertacoes-e-teses-doutorado-2016>>. Acesso em: 23 ago. 2017.
- BESKOW, Eduardo. Biogás e Energia: Uma análise da articulação organizacional entre atores no Estado de Santa Catarina sob a ótica da sustentabilidade. 2016. 256 f. Dissertação

- (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Administração, Centro Sócio-econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/172780?show=full>>. Acesso em: 10 out. 2017.
- BLACK, Sandy. **The Sustainable Fashion Handbook**. London: Thames & Hudson, 2012.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Acordo de Paris. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/clima/convencao-das-nacoes-unidas/acordo-de-paris>>. Acesso em 05 abr. 2018.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Agenda 21 Global. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global>>. Acesso em: 05 abr. 2018.
- BRASIL. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. **Dispõe sobre a Agricultura Orgânica e dá outras providências**. Brasília, DF, 23 dez. 2003.
- BRÜSEKE, Franz Josef. O problema do desenvolvimento sustentável. CAVALCANTI, Clovis (Org.). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. Recife: INPSO/FUNDAJ, Instituto de Pesquisas Sociais, Fundação Joaquim Nabuco, Ministério de Educação, Governo Federal, 1994a.
- CABEZAS, Heriberto. Prefácio. In: THEIS, Tom; TOMKIN, Jonathan (Eds.). **Sustainability A Comprehensive Foundation**. [s.l.] OpenStax-CNX, 2013. Disponível em <https://cnx.org/contents/F0Hv_Zza@43.5:HdWd2hN5@2/Foreword>. Acesso em: 20 fev. 2018.
- CAMPOS, Silvia Horst. Acordo multifibras e exportações brasileiras de têxteis e de vestuário. Indicadores Econômicos FEE. v. 21, n. 3 (1993). Disponível em <<https://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/issue/view/37>>. Acesso em: 12 jun. 2018.
- CATOIRA, Lu. A indústria têxtil e a produção de moda. In: Villaça, Nízia; CASTILHO, Kathia (Orgs.) **Plugados na Moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.
- CAVALCANTI, Clovis. Breve Introdução à Economia da Sustentabilidade. In: CAVALCANTI, Clovis (Org.). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. Recife: INPSO/FUNDAJ, Instituto de Pesquisas Sociais, Fundação Joaquim Nabuco, Ministério de Educação, Governo Federal, 1994a. Cap. 1.
- CAVALCANTI, Clovis. Sustentabilidade da economia: paradigmas alternativos de realização econômica. In: CAVALCANTI, Clovis (Org.). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. Recife: INPSO/FUNDAJ, Instituto de Pesquisas Sociais, Fundação Joaquim Nabuco, Ministério de Educação, Governo Federal, 1994b. Cap. 9.
- CENTRE FOR SUSTAINABLE FASHION. Disponível em <<http://sustainable-fashion.com/>>. Acesso em: 24 ago. 2017.
- Centro Nacional de Pesquisa de Algodão. O algodão colorido no Brasil. Campina Grande: Embrapa Algodão, 2000. Folder.
- CLARK, Hazel. Slow + Fashion - an oxymoron - or a promise for the future ...? Fashion Theory. **Journal of Dress Body and Culture**, v. 12, Issue 4, December 2008. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

- CONTINO, Joana Martins. **Fast fashion: apontamentos sobre as transformações da moda na condição pós-moderna**. 2015. 94 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Design da PUC-Rio, Departamento de Artes e Design, PUC-Rio - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=25683@1>. Acesso em: 12 jun. 2018.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos**. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DALY, Herman. **Steady-state Economics**. 2.ed. Washington: Island Press, 1991.
- De CARLI, Ana Mery Sehbe. Artesanato nos Campos de Cima da Serra (RS): Design e Sustentabilidade. **13. Colóquio de Moda**, Bauru, 11-13 out. 2017. Anual. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/index.php>>. Acesso em: 10 dez. 2018.
- DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1985.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y.S. (Orgs.) **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DIAS, Érica Arrué. **A reinserção da lã gaúcha no mercado da moda: análise do ciclo de vida de um produto sustentável**. 2017. 151 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Design, Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre, 2017.
- DICKSON, Maureen; CATALDI, Carlotta; GROVER, Crystal. The Slow Fashion Movement. **NJAL Newsletter**. 07 Maio 2011. Disponível em <<https://www.notjustalabel.com/editorial/slow-fashion-movement>>. Acesso em 12 Ago2016.
- DIVITO, Lori; BOHNSACK, René. Entrepreneurial orientation and its effect on sustainability decision tradeoffs: The case of sustainable fashion firms. **Journal of Business Venturing**, [s.l.], v. 32, n. 5, p.569-587, set. 2017. Disponível em: <doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.05.002>. Acesso em: 25 ago. 2017.
- DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educ. rev.**, Curitiba, n. 24, p. 213-225, Dez. 2004. <http://dx.doi.org/10.1590/0104-4060.357>.
- ECOCERT BRASIL. Disponível em <<http://brazil.ecocert.com>>.
- EFTA - EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION. Disponível em: <<http://www.eftafairtrade.org/>>. Acesso em: 26 fev. 2017.
- EISENHARDT, Kathleen M.. Building Theories from Case Study Research. **The Academy of Management Review**, vol. 14, n. 4, (Out., 1989), p. 532-550.
- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. EMBRAPA ALGODÃO. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/algodao>>.
- ERTEKIN, Zeinep Ozdamar; ATIK, Deniz. Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion. **Journal of Macromarketing**. Volume 35, Issue 1, 14 March 2015. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.
- EUROPEAN CLOTHING ACTION PLAN – ECAP. Disponível em <<http://www.ecap.eu.com/>>. Acesso em: 24 ago. 2017.

EUROPEAN CLOTHING ACTION PLAN – ECAP. Cutting the environmental impact of clothing across the supply chain. Generating value for business through collaboration, measuring and sharing best practice. Disponível em <<http://www.ecap.eu.com/>>. Acesso em: 24 ago. 2017.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL. Comércio Justo: Uma Introdução à Certificação de Comércio Justo. [s.l.] 2006.

FAIRTRADE INTERNATIONAL. Disponível em <<http://www.fairtrade.net/fairtrade-near-you.html>>. Acesso em 10 Set. 2015.

FASHION ECOLOGIES (London). **Localism**. Fashion Ecologies is a research project led by Professor Kate Fletcher from the Centre for Sustainable Fashion, University of the Arts London, UK.. Disponível em: <<http://fashionecologies.org>>. Acesso em: 20 jul. 2019.

FEIL, Alexandre André; SCHREIBER, Dusan. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desvendando as sobreposições e alcances de seus significados. **Cadernos Ebape.br**, [s.l.], v. 15, n. 3, p.667-681, jul. 2017. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395157473>.

FERRONATO, Priscilla Boff; FRANZATO, Carlo. Open design e slow fashion para sustentabilidade do sistema moda. **Moda Palavra**, [s.l.], v. 1, n. 9, p. 104-115, 21 mar. 2016. Universidade do Estado de Santa Catarina. <http://dx.doi.org/10.5965/1982615x09012015104>. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7256>>. Acesso em: 5 dez. 2017.

FIORIN, Marcia Meira Berti. O modelo slow fashion de produção de vestuário: uma análise epistemológica da produção acadêmica no período de 2008 a 2016. **Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração**, Florianópolis, 6. p. 1-33, 26-28 abr. 2017. Disponível em: <<https://redeord.org/2017-2/>>. Acesso em: 20 abr. 2019.

FIORIN, Marcia Meira Berti; SEHNEM, Alyne; MATTEI, Lauro F.. Vestuário sustentável: análise das características do modo de produção slow fashion em empresas brasileiras. **ENGEMA: Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**, São Paulo, 20., p. 1-16, 3-5 Dez. 2018. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/20/anais/resumo.php?cod_trabalho=173>. Acesso em: 20 mar. 2019.

FLETCHER, Kate. Slow fashion. **The Ecologist**. June 2007. Disponível em <http://www.theecologist.org/green_green_living/clothing/269245/slow_fashion.html>. Acesso em 15 Set. 2015.

FLETCHER, Kate. Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. **Fashion Practice**, [s.l.], v. 2, n. 2, p.259-265, nov. 2010. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.2752/175693810x12774625387594>. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/233596614>>. Acesso em: 6 abr. 2016.

FLETCHER, Kate. Durability, Fashion, Sustainability: The Processes and Practices of Use. **Fashion Practice**, [s.l.], v. 4, n. 2, p.221-238, nov. 2012. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.2752/175693812x13403765252389>. Acesso em: 29 jun. 2019.

FLETCHER, Kate. The Fashion Land Ethic: Localism, Clothing Activity, and Macclesfield. **Fashion Practice**, [s.l.], v. 10, n. 2, p.139-159, 4 maio 2018. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/17569370.2018.1458495>. Acesso em: 29 jun. 2019.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: design Para Mudança**. São Paulo: Senac, 2012.

GENTILE, Chiara. **Slow Food na Itália e no Brasil.**: História, projetos e processos de valorização dos recursos locais. 2016. 412 f. Tese (Doutorado) - Curso de Centro de Desenvolvimento Sustentável, Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em:

<http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/20174/1/2016_CharaGentile.pdf>. Acesso em: 08 set. 2016.

GODOY, Sara Gurfinkel Marques de. O protocolo de Kyoto e os países em desenvolvimento: uma avaliação da utilização do Mecanismo de Desenvolvimento Limpo. 2010. 211 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciência Ambiental, Programa de Pós-graduação em Ciência Ambiental - Procam, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <www.teses.usp.br/teses/disponiveis/90/90131/tde-21112011.../tese_kyoto_sara.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2018.

GRAY, Srah. Banbury. ECAP - Mapping clothing impacts in Europe: the environmental cost, **WRAP**, 2017. Disponível em < <http://www.ecap.eu.com/wp-content/uploads/2017/12/Mapping-clothing-impacts-in-Europe.pdf>>. Acesso em 09 Mar.2018.

HENNINGER, Claudia E.Traceability the new eco-label in the slow-fashion industry?- Consumer perceptions and micro-organisations responses. **Sustainability** (Switzerland). Volume 7, Issue 5, 2015. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

JACQUES, Caroline da Graça. Trabalho decente e responsabilidade social empresarial nas cadeias produtivas globais: o modelo fast fashion em Portugal e no Brasil. 2015. 389 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Sociologia Política, Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Florianópolis, 2015. Disponível em:

<<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/135124>>. Acesso em: 01 jul. 2017.

Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia – IPAM. Política Tributária Brasileira e sua “Pegada” Climática: por uma transição rumo à sustentabilidade. 2014. Disponível em <https://ipam.org.br/wp-content/uploads/2013/10/WEB_miolo_IPAM_revista_11-12-14_.pdf>. Acesso em 25 Jun. 2019.

JACQUES, Caroline da Graça; SANTOS, Maria João Nicolau dos; ORCHARD, Maria Soledad Etcheverry. Responsabilidade Social das Empresas, Trabalho Decente e Acordos Marco Internacionais: um estudo de caso do setor têxtil: um estudo de caso do setor têxtil. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 15, n. 33, p. 160-193, maio-ago 2016. Bimestral. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2016v15n33p160>>. Acesso em: 10 out. 2017.

JOHANSSON, Eleonor. SlowFashion - An Answer for a Sustainable Fashion Industry? Dissertação. (Master's thesis) The Swedish School of Textiles, University of Borås, Borås, Sweden, 2010. Disponível em <<http://bada.hb.se/bitstream/2320/6776/1/2010.9.15.pdf>>. Acesso em: 01 Set. 2015.

JUNG, Sojin; JIN, Byounggho.Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. **Sustainability** (Switzerland) Volume 8, Issue 6, 8 June 2016, n. 540. 2016a.

Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

JUNG, Sojin; JIN, Byounggho. A theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry. **International Journal of Consumer Studies**, Volume 38, Issue 5, 2014. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

JUNG, Sojin; JIN, Byounggho. From quantity to quality: understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education. **International Journal of Consumer Studies**, Volume 40, Issue 4, 1 July 2016. 2016b. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 ago 2016.

KARAOSMAN, Hakan; MORALES-ALONSO, Gustavo; GRIJALVO, Mercedes. How Can Local Manufacturing Improve Economic Sustainability? Saint Brissant: a case study of local manufacturing in Spain. **8th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management, XX International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, International IIE Conference 2014**, Málaga, Espanha. July 23-25, 2014. Disponível em: http://www.adingor.es/cio2014/Documents/Book_Of_Proceedings_CIO_ICIEOM_IIIE_2014.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2017.

LALLEMENT, Michel. Raízes alemãs da sociologia econômica. **Tempo Social**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 375-394, June 2006. ISSN 1809-4554. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/12507>>. Acesso em: 27 nov. 2016.

LEFF, Enrique. Pensar a complexidade ambiental. In LEFF, Enrique (org.). *A Complexidade ambiental*. São Paulo: Cortez, 2003.

LEIS, Héctor Ricardo. **A modernidade insustentável: as críticas do ambientalismo à sociedade contemporânea**. Montevideo: Coscoroba/ Centro Latino Americano de Ecología Social, 2004.

LINCOLN, Yvona S.; GUBA, Egon G. Controvérsias paradigmáticas, contradições e confluências emergentes. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y.S. (Orgs.) **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 169-192.

LIPOVESTKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de Economia**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MEADOWS, Donella H. et al. **The Limits to Growth**: a Report for The Club of Rome's Project on the Predicamento of Mankind. 5.ed. New York: Universe Books, 1972.

MERRIAM, S. B. *Qualitative research and case study applications in education*. San Francisco: Jossey-Bass, 1988.

MONTIBELLER FILHO, Gilberto. Ecodesenvolvimento e desenvolvimento sustentável; conceitos e princípios. **Textos de Economia**, Florianópolis, v. 4, n. 1, p. 131-142, jan. 1993. ISSN 2175-8085. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/economia/article/view/6645>>. Acesso em: 18 maio 2018. doi:<https://doi.org/10.5007/105007/105007>.

MOREIRA, Daniel Augusto. O método fenomenológico na pesquisa. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MORIN, Edgar. Ciência com consciência. 8. ed. revista e modificada pelo autor. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

NAÇÕES UNIDAS. Assembleia Geral. Resolução 38/161, 19 de Dezembro de 1983. Disponível em < <http://www.un.org/documents/ga/res/38/a38r161.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

NOCTULA. Plano europeu prevê desviar 90 000 ton de resíduos têxteis dos aterros até 2019. Disponível em <<http://noctula.pt/residuos-texteis-textil-europa/>>. Acesso em: 24 ago. 2017.

NOSSO FUTURO COMUM. Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991. 430 p.

OENNING, J. **Slow Fashion: um caminho possível para o Design de Moda Sustentável**. Universidade do Minho. Minho, Portugal, 2012.

OUR COMMON FUTURE. Commission on Environment and Development. Disponível em <<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>>. Acesso em 10 dez. 2017.

PATTON, M. Qualitative research & evaluation methods. 3. ed. California: Sage, 2002.

Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: Cultura: 2014 / IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2015.106 p.

PEREIRA, Renata Cherém de Araújo. **Extraindo compromissos de responsabilidade social corporativa na mineração de agregados em São Paulo**. 2019. 124 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, EAESP, Escola de Administração de Empresas de São Paulo - fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://pesquisa-eaesp.fgv.br/teses-dissertacoes>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

PNUD – PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. IDH. Disponível em < <http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0/conceitos/o-que-e-o-idh.html>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

POOKULANGARA, Sanjukta; SHEPHARD, Arlesa. Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions – an exploratory study. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 20 (2013) 200–206. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.2752/1756381012774625387594>>. Acesso em 20 ago. 2015.

PULSE OF THE FASHION INDUSTRY. Copenhagen Fashion Summit. Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, Copenhagen, 2017. Disponível em <www.copenhagenfashionsummit.com/global-fashion-agenda>. Acesso em: 24 ago. 2017.

REFOSCO, Ereany Cristina. Estudo do ciclo de vida dos produtos têxteis: um contributo para a sustentabilidade na moda. 2012. 136 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia Textil, Escola de Engenharia, Universidade do Minho, Minho, Portugal, 2012.

RICHARDSON, Roberto J. et al. Pesquisa Social: Métodos e Técnicas. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

RYNGELBLUM, Arnaldo Luiz. **Adeus à Estrutura (mas não à Escala): Reexame crítico dos discursos das Teorias Gerencialistas Recentes**. 2001. 175 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-graduação da Fgv Eaesp, Administração, Fundação Getúlio Vargas - EAESP - Escola de

Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, 2001. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/>>. Acesso em: 14 dez. 2019.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SACHS, Ignacy. Entering the Anthropocene: The Twofold Challenge of Climate Change and Poverty. In: MANCIBO, François; SACHS, Ignacy (Eds.). **Transitions to Sustainability**. London, New York: Springer, 2015. DOI 10.1007/978-94-017-9532-6.

SACCOL, Amarolinda Zanela. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em Administração. **Revista de Administração da UFSM**, v. 2, p. 277-300, 2009.

SANTOS, Edna. **Experiência brasileira com algodão colorido orgânico será compartilhada com países do Mercosul**. Brasília, DF: EMBRAPA, 2016. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/10364479/experiencia-brasileira-com-algodao-colorido-organico-sera-compartilhada-com-paises-do-mercosul>>. Acesso em: 20 set. 2018.

SANTOS, Laís Silveira et al . Razão e Administração: revisitando alguns elementos fundamentais. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro , v. 17, n. 1, p. 37-48, mar. 2019. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512019000100005&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 30 abr. 2019 <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395169791>.

SARTORI, Simone; LATRÔNICO, Fernanda; CAMPOS, Lucila M.S.; Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável: uma taxonomia no campo da literatura. **Ambiente & Sociedade**. São Paulo, n. 1, v. XVII, p. 1-22. Jan.Mar, 2004.

SEGALA, Mariana. Na Riachuelo a fast fashion trouxe o fim do sufoco. **Exame**, São Paulo, v. 1145, p. 1-4, 13 set. 2017. Semanal.

SIEGEL, A. et al . Retail Sustainability Report: Successes, Challenges, and a Vision for the Future. **Retail Industry Leaders Association**. Retrieved on September 22, 2012. Disponível em <<http://www.rila.org/sustainability/sustreport/sustainability-report-landing-page/Documents/RetailSustainabilityReport.pdfS>>. Acesso em 10 Set. 2015.

SOUTO-MAIOR, J. Racionalidades: alguns esclarecimentos. **Estudos Avançados em Administração**, v. 6, n. 2, p. 967-991, 1998.

STAHEL, Andri Werner. Capitalismo e entropia: os aspectos ideológicos de uma contradição e a busca de alternativas sustentáveis. In: CAVALCANTI, Clovis (Org.) **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. Recife: INPSO/FUNDAJ, Instituto de Pesquisas Sociais, Fundação Joaquim Nabuco, Ministério de Educação, Governo Federal, 1994.

STAKE, R. E. Case studies. In: DENZIN, N. K. (Edit.); LINCOLN, Y. S. (Edit.). **Handbook of qualitative research**. Thousand Oaks: SAGE, 2000.

SCHWANDT, T.A. Três posturas epistemológicas para a investigação qualitativa: interpretativismo, hermenêutica e construcionismo social. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y.S. (Orgs.) **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 193-217.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. Tem razão a administração?. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, p. 5 a 9, jun. 1990. ISSN 1982-3134. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/9044>>. Acesso em: 12 Dez. 2019.

THEIS, Tom; TOMKIN, Jonathan (Eds.). **Sustainability**. A Comprehensive Foundation. [s.l.] OpenStax-CNX, 2013. Disponível em: <https://cnx.org/contents/F0Hv_Zza@43.5:HdWd2hN5@2/Foreword>. Acesso em: 20 fev. 2018.

TRIVIÑOS, A. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

UNFPA – United Nations Population Fund. Painel de População Mundial. Disponível em: <https://www.unfpa.org/data/world-population-dashboard>. Acesso em 02 abr 2018.

VASQUES, Ronaldo Salvador. Moda Brasileira e a Feira Nacional da Indústria Têxtil (FENIT). *Histórica – Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo*, São Paulo, v. 1, n. 53, p.1-10, abr. 2012. Disponível em: <<http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao53/materia02/texto02.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2018.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

VEBLEN, Thorstein. **The Place of Science in Modern Civilization and Other Essays**. New York, B.W. Huebsch, 1919. Digitalizado pela Universidade de Toronto. Disponível em <<https://archive.org/stream/placeofsciencein00vebl#page/242/mode/2up>>. Acesso em 20 set. 2016.

VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro, Garamond, 2010.

VIEIRA, Marcelo Milano Falcão. Por uma boa pesquisa (qualitativa) em administração. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes (Orgs.). Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2004.

WATSON; Maegan Zarley; YAN; Ruoh-Nan. An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. **Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal**, 2013, vol. 17 Iss 2 pp. 141 – 159. Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/JFMM-02-2011-0045>. Disponível em <<http://www.emeraldinsight.com/1361-2026.htm>>. Acesso em 17 Set. 2015.

WORLD TRADE ORGANIZATION – WTO. Textiles Monitoring Body (TMB) The Agreement on Textiles and Clothing. S.d. Disponível em <https://www.wto.org/English/tratop_e/texti_e/texintro_e.htm>. Acesso em 20 jun. 2018.

WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO). Statistics on merchandise trade. Disponível em <https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm>. Acesso em 20 jun. 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre, Bookman, 2015.

ZANIRATO, Silvia Helena. Moda e sustentabilidade, um diálogo paradoxal? In: SIMILI, Ivana Guilherme; VASQUES, Ronaldo Salvador. (Orgs.) **Indumentária e Moda: caminhos investigativos**. Maringá: EDUEM, 2013.

APÊNDICE A - Roteiro para Entrevista

Operacional/Estratégico

De onde veio a ideia/incentivo para produzir moda ecológica e sustentável? (*slow fashion*)

A produção é toda feita na região (nacional, local) (fição, tecelagem, confecções)? O que é próprio e o que é terceirizado?

O que faz para promover o desenvolvimento sustentável em toda a cadeia têxtil – agricultores, fição, tecelagem, artesãos, confecções (normas, plano estratégico, reuniões, treinamento, contrato)?

Como acompanha cada etapa da produção: compra da matéria prima, desenvolvimento da coleção, comercialização?

Na cadeia de produção (do algodão colorido à venda do produto/ lã à venda do produto) – as pessoas trabalham mais satisfeitas por integrar um processo baseado em uma produção sustentável e com remuneração justa?

O custo da matéria prima e remuneração justa eleva o custo de produção, mas quais outros custos pesam para produzir moda ecológica e sustentável? (Certificado, pesquisas)

O empresário faz suas escolhas (estratégia organizacional) mas há um sistema em que precisa se adequar? Quais dificuldades enfrenta para manter sua estratégia de moda ecológica e sustentável?

A produção sustentável cria mais valor para o produto e contribui com a reputação da empresa?

Por ser um negócio inovador, é necessário divulgar mais, explicar mais sobre o produto e o processo?

Quem aceita melhor o seu produto, os consumidores brasileiros ou os estrangeiros? O que determina na escolha do consumidor – o produto em si, ou o processo (matéria prima e comércio justo - trabalho decente) ou ambos?

Há alguma ajuda para pesquisa, isenção de tributos ou alguma forma de incentivo para a produção sustentável?

Social e Ambiental

Ao definir a estratégia de criar moda ecológica e sustentável você incentivou o arranjo produtivo do algodão colorido da Paraíba e incentivou o preço justo em toda essa cadeia. Como acompanha os resultados desse trabalho na comunidade (agricultores, artesãos, confecções)? Quais os resultados?

Como mede/avalia as necessidades das partes interessadas (agricultores, artesãos, e o meio ambiente)?

Na sua visão, o que uma empresa deve fazer por sua comunidade (cidade, região, país)?

A senhora tem uma responsabilidade para com o desenvolvimento sustentável, é uma responsabilidade moral - um valor que a senhora preza nos negócios?

A senhora acredita que o sistema *fast fashion* possa ser trocado por um modelo mais sustentável?

Aumentar a produção de moda ecológica e sustentável (feita com o algodão colorido/lã) pode garantir a produção da matéria prima e conseqüente melhoria da qualidade de vida dos agricultores? Qual o potencial da cadeia têxtil na promoção do desenvolvimento sustentável?

A sua marca está ganhando o mundo, mas o seu coração está no Brasil com a sua gente – é uma preocupação com o desenvolvimento, a educação e a valorização da cultura?