

## Índice de progresso social e índice de transparência da moda: uma análise comparativa

*Social progress index and fashion transparency index: a comparative analysis*

**Maicon Douglas Livramento Nishimura**

Universidade Federal de Santa Catarina

*mn.mura@outlook.com* ✉

**Lunara Stollmeier Pandini**

Universidade Federal de Santa Catarina

*lunara.stollmeier@gmail.com* ✉

**Hans Michael van Bellen**

Universidade Federal de Santa Catarina

*hans.michael@ufsc.br* ✉

## PROJÉTICA

### COMO CITAR ESTE ARTIGO:

NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M. Índice de progresso social e índice de transparência da moda: uma análise comparativa. **Projética**, Londrina, v. 11, n. 1, p. 219-245, 2020. Supl.

**DOI: 10.5433/2236-2207.2020v11n1suplp219**

**Submissão:** 11-03-2020

**Aceite:** 20-03-2020

**RESUMO:** Ao considerar que o Desenvolvimento Sustentável (DS) tenta entender a interação entre a economia, a sociedade e o ambiente físico da Terra, e que a indústria da moda tem intensificado suas preocupações com o tema, este artigo objetiva analisar a relação entre o Índice de Progresso Social (IPS) e o Índice de Transparência da Moda (ITM), relativos aos relatórios de 2018, embasado no DS. Portanto, trata-se de uma pesquisa de caráter exploratório, com abordagem qualitativa, realizada por meio de pesquisa bibliográfica e busca documental. Desse modo, observa-se que os dados e as metodologias dos dois índices possuem forte correlação e potencial desenvolvimento, sendo necessárias medidas institucionais e sociais a fim de estimular a transparência e o progresso social.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento sustentável. Moda. Índice de transparência da Moda. Índice de progresso social.

**ABSTRACT:** *Considering that the Sustainable Development (SD) attempts to understand the interaction between economy, society and the physical environment of the Earth, and that the fashion industry has intensified its concerns with the subject, this paper aims to analyze the relationship between the Social Progress Index (SPI) and the Fashion Transparency Index (FTI) released in 2018, based on SD. Therefore, it is an exploratory research, with a qualitative approach, conducted through a bibliographic research and documentary search. Thus, we noticed that the data and methodologies of both indices have strong correlation and potential development, while institutional and social measures are still necessary to promote transparency and social progress.*

**Key words:** *Sustainable development. Fashion. Fashion transparency Index. Social progress index.*

## **1 INTRODUÇÃO**

A abertura da sociedade, na década de 1960, para discussões sobre o futuro do meio ambiente marca a história do Desenvolvimento Sustentável (DS) que, nas décadas seguintes, tem o escopo aberto para questões de cunho econômico, institucional e social. Todavia, as questões ambientais e econômicas recebem grande destaque em diferentes esferas, mas as sociais ainda carecem de atenção e iniciativas.

Ao tratar de produção e consumo, a indústria da moda, desde seu surgimento, recebe grande destaque em níveis mercadológicos devido aos avanços tecnológicos e representatividade para economia mundial. Contudo, tanto esse caráter desenvolvimentista do setor, quanto a mudança de comportamento da sociedade para o consumo efêmero, acarretou excessos que refletem, diretamente e negativamente, no meio ambiente e na sociedade.

Novos modelos de negócios, mudanças de legislação e, principalmente, mudanças de hábitos do consumidor são fundamentais para reduzir os efeitos da indústria da moda no contexto socioambiental (LEE, 2009). Nesse sentido, além de propor sugestões de melhorias e implementá-las, é necessário medir o impacto dessas ações.

A mensuração do impacto de ações em prol do DS ocorre por meio da elaboração de indicadores e índices, em que os índices são representados por um valor numérico que interpreta a realidade de um sistema por meio de bases científicas, enquanto o indicador é um parâmetro selecionado, que pode ser utilizado de maneira isolada ou combinada, para obtenção de reflexões acerca de um sistema (SICHE *et al.*, 2007).

No sentido das temáticas em questão, são apresentados o Índice de Transparência da Moda (ITM) e o Índice de Progresso Social (IPS). O primeiro refere-se ao conhecimento das empresas de moda, e, o segundo, preocupações que envolvem a sociedade. Sendo assim, ambos podem ser relacionados com as dimensões do DS e considerados avanços no sentido da preocupação com a transparência e com o progresso social.

Sendo a relação do DS com a moda um campo emergente e com aberturas para pesquisas científicas, este artigo objetiva analisar a relação entre o ITM e o IPS, relativos aos relatórios de 2018, embasado no DS.

Em justificativa à pesquisa, foi realizada uma revisão sistemática inicial da literatura a partir do Portal de Periódicos da CAPES, e das bases de dados *Web of Science* e *Scopus* visando delinear o estado da arte do tema em questão. Para esta revisão optou-se seguir os procedimentos propostos por Igarashi, Corrêa Igarashi e Johann Borges (2015) para levantamento dos dados. Foram adotados os seguintes critérios prévios de busca (filtros): utilizar os descritores ["*social progress*"] AND ["*fashion transparency*"] AND ["*index*"] em pesquisas diferentes como possíveis de serem encontrados em qualquer campo de busca; não restringir a limite temporal; considerar apenas "artigos" como tipo de documento e considerar todos os idiomas dos documentos na busca. A pesquisa não retornou nenhum resultado. Logo, evidencia-se que este é um tema pouco investigado e que requer a devida consideração.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A seguir, será tratado de DS, com enfoque para a dimensão social, e da indústria da moda, desde seu surgimento até às emergentes questões socioambientais.

## 2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O DS é uma forma de compreensão do mundo e um método para resolução de problemas globais (SACHS, 2015). De acordo com Sachs (2015), o DS busca entender as interações entre três sistemas complexos: a economia mundial, a sociedade global e o ambiente físico da Terra. Nesse sentido, Elkington (2001), criador do termo *Triple Bottom Line*, esclarece que a sustentabilidade é o equilíbrio entre três pilares: ambiental, econômico e social.

Segundo esse conceito, para ser sustentável uma organização ou negócio deve ser financeiramente viável, socialmente justo e ambientalmente responsável. Sachs (2015) afirma que para atingir os objetivos apresentados, a boa governança também deve ser alcançada. Segundo o autor, a boa governança não se refere somente aos governos, mas também às empresas, que são frequentemente os atores mais poderosos.

A Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1991, p. 41) declara que uma sociedade sustentável é aquela que “atende às necessidades da sociedade presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades”. Nesse sentido, Southwick (1996) traz as definições de sustentável e de desenvolvimento. Para ele, sustentável significa que o processo de mudança ou atividade pode ser mantido sem esgotamento ou colapso e desenvolvimento significa que a mudança e a melhoria podem ocorrer como um processo dinâmico.

Assim, Sachs (2015) argumenta que para colocar os objetivos explicitados em prática, todas as partes do mundo deverão estar envolvidas na resolução de problemas, no *brainstorming* e na determinação de maneiras novas e criativas de garantir um crescimento inclusivo e sustentável.

### 2.1.1 DIMENSÃO SOCIAL

Genari *et al.* (2018), em oposição à interpretação comum, afirmam que a dimensão social do DS visa à igualdade de acesso a bens e serviços de qualidade, requerendo a remoção das principais fontes de desigualdade social e privação da liberdade. Além deles, Pereira (2009) argumenta que o desenvolvimento social sustentável está baseado na distribuição equitativa de renda, que possibilita a redução das disparidades dos padrões de vida da população. Por fim, pode-se citar Waage *et al.* (2005), que se referem à dimensão social no contexto corporativo como aquela relacionada à forma de execução dos processos de produção e desenvolvimento dos produtos, afetando os funcionários e a comunidade onde a empresa está inserida.

Ao corroborar com o apresentado, Harper e Snowden (2017) explica a dimensão social do DS por meio, principalmente, da questão das desigualdades sociais. Além disso, entende tanto a riqueza quanto a pobreza como causas de rupturas ambientais, e, conseqüentemente, do surgimento de diferentes níveis de consumo. Logo, essas diferenças de classes econômicas e sociais causam impactos e experimentam problemas ambientais de maneiras diferentes, caracterizando-se como uma causa potente e próxima da degradação ambiental (HARPER; SNOWDEN, 2017).

A desigualdade econômica está ligada à desigualdade racial e étnica. Mas é importante observar que “não apenas a classe social, mas também os grupos raciais e étnicos, estão conectados a seus ambientes biofísicos de maneiras diferentes” (HARPER; SNOWDEN, 2017, p. 271). Para Harper e Snowden (2017), a redução das desigualdades sociais dentro e entre as nações reduziria as pressões sobre o meio ambiente e favoreceriam o alcance da sustentabilidade social.

## Índice de progresso social... uma análise comparativa

*NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M.*

Um dos meios para lidar com os desafios sociais de hoje e acelerar os esforços para impulsionar sociedades equitativas, inclusivas e prósperas, é pelo cálculo do IPS.

### 2.1.2 ÍNDICE DE PROGRESSO SOCIAL (IPS)

De acordo com o relatório do Social Progress Index, esse índice é a única ferramenta de medição que se concentra de maneira abrangente e sistemática exclusivamente nas dimensões não econômicas do desempenho social em todo o mundo. (STERN; WARES; EPNER, 2018).

O índice foi criado em 2014 pela Social Progress Imperative, entidade global sem fins lucrativos com sede em Washington - DC, que fornece aos tomadores de decisões e cidadãos comuns os melhores dados sobre saúde social e ambiental de suas sociedades e os ajuda a priorizar ações que aceleram o progresso social (SOCIAL PROGRESS INDEX, 2018).

Progresso social é definido como a

[...] capacidade de uma sociedade de atender às necessidades humanas básicas de seus cidadãos, estabelecer os alicerces que permitem aos cidadãos e às comunidades melhorarem e manterem a qualidade de suas vidas e criar condições para que todos os indivíduos consigam atingir seu pleno potencial" (STERN; WARES; EPNER, 2018, p. 4).

O IPS mede rigorosamente o desempenho do país em muitos aspectos do desempenho social e ambiental relevantes para os países em todos os níveis de desenvolvimento econômico. O índice fornece aos governos e empresas as ferramentas para rastrear rigorosamente o desempenho e fazer melhores escolhas de políticas públicas e investimentos, além de permitir avaliar o sucesso de um país em transformar o progresso econômico em melhores resultados sociais (STERN; WARES; EPNER, 2018).

De acordo com o Sumário Executivo do Social Progress Index, o mesmo está estruturado em 12 componentes e 51 indicadores sociais e ambientais para criar uma imagem mais clara de como é a vida das pessoas comuns. Esses indicadores foram divididos em três grandes dimensões do progresso social: (1) necessidades humanas básicas, (2) fundamentos do bem-estar e (3) oportunidade. Para avaliar o desempenho do país em cada uma dessas dimensões, elas são decompostas em componentes específicos. Cada componente compreende entre três a cinco indicadores de resultados específicos. A pontuação geral do índice é a média simples das três dimensões. Cada dimensão, por sua vez, é a média simples de seus componentes. Essa estrutura pode ser visualizada na Figura 1. (STERN; WARES; EPNER, 2018).

Figura 1 - Estrutura do Índice de Progresso Social.



Fonte: Stern, Wares e Epner (2018).

O índice não mede a felicidade ou a satisfação com a vida das pessoas, e sim, concentra-se nos resultados reais da vida em áreas como abrigo, nutrição, direitos e educação (SOCIAL PROGRESS INDEX, 2018). As três grandes dimensões do progresso social, de acordo com o Social Progress Index (2018) resumem-se da seguinte forma: (1) a dimensão das necessidades humanas básicas avalia o quanto um país atende às necessidades essenciais de seu povo, medindo o

## Índice de progresso social... uma análise comparativa

*NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M.*

acesso à nutrição e assistência médica básica, acesso à moradia adequada com serviços básicos e proteção e segurança da sociedade; (2) a segunda dimensão, fundamentos do bem-estar, mede se os cidadãos têm acesso à educação básica, se podem acessar informações e conhecimentos tanto dentro quanto fora de seu país e se possuem condições de viver vidas saudáveis; e (3) a dimensão da oportunidade mede o grau em que os cidadãos de um país têm direitos e liberdades pessoais e são capazes de tomar suas próprias decisões pessoais. Também inclui o grau em que as formas avançadas de educação são acessíveis para aqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e habilidades, criando potencial para uma ampla oportunidade pessoal.

O Social Progress Index (2018) ajuda os tomadores de decisão e as pessoas comuns a entenderem como os indivíduos estão realmente vivendo e quem está sendo “abandonado”. Fortalecidos com essa nova visão, eles podem criar políticas baseadas em evidências, alocar recursos e direcionar ações de maneiras que realmente importam (SOCIAL PROGRESS INDEX, 2018).

### 2.2 INDÚSTRIA DA MODA

A evolução do vestuário como moda acompanha a mudança das relações sociais e funciona como referência para sociólogos compreenderem o contexto mundial. Nessa perspectiva, Lipovetsky (1989) retrata a moda como sistema e define momentos de ruptura, que podem ser divididos em moda aristocrática, moda dos cem anos, moda aberta e moda consumada.

Para o autor, a moda aristocrática (1300 - 1860) caracteriza-se pelo período em que ocorre a transferência do poder da aristocracia à burguesia; a moda dos cem anos (1860 - 1960) pela organização do sistema de moda com as regras da alta costura; a moda aberta (1960 - 1980) por meio da disseminação do estilo da

alta costura com a difusão do *prêt-à-porter* (do francês, pronto para vestir); e a moda consumada (1980) pela obtenção de caráter coletivo do sistema. Na moda contemporânea, no entanto, coexistem os métodos de alta costura, *prêt-à-porter* e de caráter coletivo, mas o sistema de moda opera dentro de uma lógica rápida de produção e consumo, o *fast fashion* (GWILT, 2014).

Percebe-se que a moda possui caráter influenciador no estabelecimento de relações sociais há décadas. A incitação do desejo pela novidade desperta a impulsividade que acarreta relações efêmeras e singulares, seja entre pessoas, produtos ou serviços (CIDREIRA, 2005; LIPOVETSKY, 1989; SANT'ANNA, 2007). Contudo, ressalta-se a velocidade com que o sistema de moda evoluiu (Figura 2) e as consequências dessa aceleração para o meio ambiente, para a sociedade e outros sistemas existentes.

Figura 2 - Evolução da sustentabilidade no mercado de moda.



Fonte: Adaptado de Gwilt (2014, p. 18-20).

De acordo com Gwilt (2014), desde a década de 1960 são apresentadas inquietações relacionadas ao impacto no meio ambiente, que são reforçadas com a literatura *Primavera Silenciosa* de Rachel Carson, lançado no ano de 1962. Ainda segundo a autora, a década de 1970 é marcada pelo surgimento de uma nova vertente da disciplina de design chamada de "design responsável", e desde então, outras vertentes surgem na tentativa de propor metodologias em prol de soluções ao *Triple Bottom Line*.

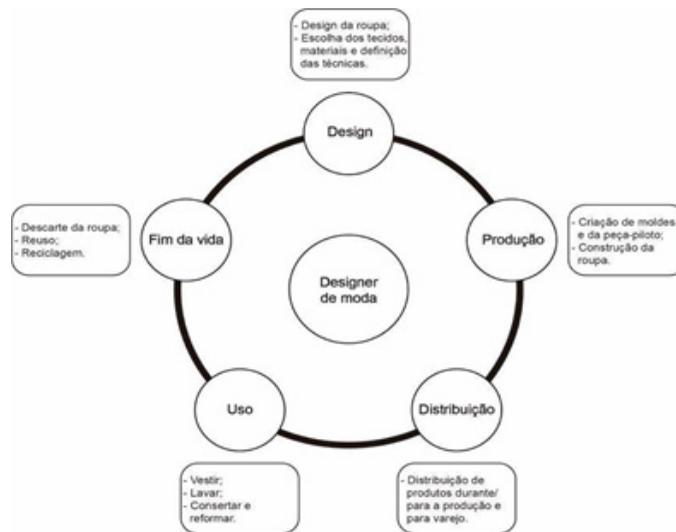
## Índice de progresso social... uma análise comparativa

NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M.

Espera-se que o sistema de moda, devido à sua plasticidade como disciplina, obtenha respostas criativas aos problemas emergentes do desenvolvimento insustentável relacionados ao seu produto. Objetiva-se interpretar o futuro, compreender as dificuldades e necessidades, e por intermédio de processos sustentáveis, entregar valor ao consumidor (HETHORN; ULASEWICZ, 2008; LEE, 2009). Por outro lado, Lee (2009) observa que, não fazer parte dessa mudança acarreta implicações negativas em termos de processos produtivos e imagem corporativa.

Para entender a relação da moda com as problemáticas inerentes ao DS é preciso conhecer o ciclo de vida de uma peça de roupa, ilustrada na Figura 3.

**Figura 3** - Ciclo de vida de uma peça de roupa.



Fonte: Gwilt (2014, p. 32).

Em análise à Figura 3, ao delimitar-se às etapas de design, produção e distribuição, tem-se a cadeia de suprimentos do mercado de moda. Então, ao retratar as diversas fases, que se inicia na concepção e finaliza no descarte, delinea-

se o ciclo de vida do produto ou as etapas do “berço ao túmulo” (BARBIERI, 2011; GWILT, 2014, SALCEDO, 2014). Na Tabela 1 são apresentadas as etapas do ciclo de vida e seus impactos.

**Tabela 1** - Impactos das fases do ciclo de vida.

| Etapas do ciclo de vida/<br>Impactos | Impactos Ambientais |      |                        |                  |                           |                | Impactos Sociais      |                     |         |
|--------------------------------------|---------------------|------|------------------------|------------------|---------------------------|----------------|-----------------------|---------------------|---------|
|                                      | Química             | Água | Gases do efeito estufa | Resíduos sólidos | Recursos: terra e energia | Biodiversidade | Condições do trabalho | Identidade cultural | Química |
| Produção da fibra                    | .                   | .    | .                      | .                | .                         | .              | .                     |                     | .       |
| Produção do tecido                   | .                   | .    | .                      | .                |                           |                | .                     |                     | .       |
| Design                               |                     |      |                        | .                |                           |                |                       | .                   |         |
| Produção da peça de roupa            | .                   | .    | .                      | .                |                           |                | .                     |                     | .       |
| Logística e distribuição             |                     |      | .                      | .                |                           |                |                       |                     |         |
| Uso e manutenção                     | .                   | .    | .                      | .                |                           |                |                       |                     | .       |
| Gestão do fim da vida útil           |                     |      | .                      |                  | .                         | .              |                       | .                   |         |

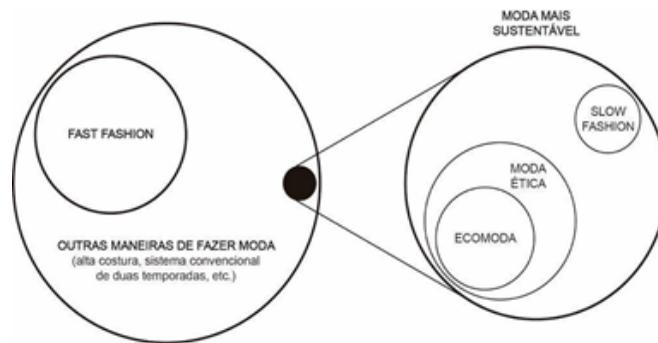
Fonte: Salcedo (2014, p. 30).

## Índice de progresso social... uma análise comparativa

NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M.

No que concerne aos impactos sociais (Tabela 1), Salcedo (2014) ressalta as condições inseguras e insalubres de trabalho, a exposição de comunidades aos produtos químicos e à poluição decorrente dos processos industriais, além da massificação cultural que suprime elementos da indumentária local. A partir dessas questões, diversos movimentos surgem na moda em prol da sustentabilidade ou de tornar a moda mais sustentável (Figura 4).

Figura 4 - Tipos de moda mais sustentável.



Fonte: Salcedo (2014, p. 32).

Salcedo (2014) divide três grandes grupos presentes na moda contemporânea, o *fast fashion*, a moda mais sustentável e outras maneiras de fazer moda. A moda mais sustentável, que se divide ainda em *ecomoda*, que está circunscrito em moda ética, e o *slow fashion*, que está disjunto desses outros dois, trata “de todas essas iniciativas que promovem boas práticas sociais e ambientais, incluindo a redução do ritmo de produção e do consumo” (SALCEDO, 2014, p.33).

Em definição, a moda ética versa sobre os valores do sistema de moda em relação ao meio ambiente e às pessoas, em termos de saúde e de trabalho; a *ecomoda* possui uma abordagem ecológica orientada ao impacto ambiental por meio de repensar materiais e práticas; e o *slow fashion* segue o sentido contrário do *fast fashion* com a promoção da redução do ritmo de produção e de consumo,

por meio da consciência do ciclo de vida do produto e seu impacto no meio nas diversas dimensões.

Associado ao *slow fashion* está o Fashion Revolution, movimento que surgiu após o desabamento do edifício de uma confecção em Bangladesh, o Rana Plaza, que operava em condições precárias. O movimento busca provocar o debate acerca do sistema de moda e sua relação com o DS do planeta, da sociedade e da economia. (FASHION REVOLUTION, 2020).

### 2.2.1 ÍNDICE DE TRANSPARÊNCIA DA MODA (ITM)

De acordo com o relatório do Fashion Transparency Index (2018) a metodologia do índice foi criada pela revista e site *Ethical Consumer*, em 2016, com apoio do Fashion Revolution. Já a partir de 2017, o movimento assumiu o projeto e conta com o apoio *pro bono* de especialistas no setor.

O objetivo do ITM é “auxiliar as pessoas a conhecerem um pouco mais sobre as marcas e a origem dos produtos que consomem” (FASHION TRANSPARENCY INDEX, 2018, p. 17). Como consta nos relatórios, procura-se criar materiais comparáveis e ferramentas de incentivo para grandes marcas e varejistas divulgarem informações e compreenderem melhor a relação com os *stakeholders*, os impactos sociais e ambientais da cadeia de suprimentos.

O ITM se justifica pela evidência do esquema de subcontratação após o desabamento do edifício Rana Plaza, em que a marca contrata uma empresa para confeccionar suas peças, mas acontece de que esse confeccionista também terceiriza a prestação de serviço (FASHION TRANSPARENCY INDEX, 2018). Assim, esse processo abre possibilidades para a violação de direitos humanos e impactos negativos ao meio ambiente devido à falta de controle sobre a cadeia de suprimentos dos produtos e da nomeação dos responsáveis.

## Índice de progresso social... uma análise comparativa

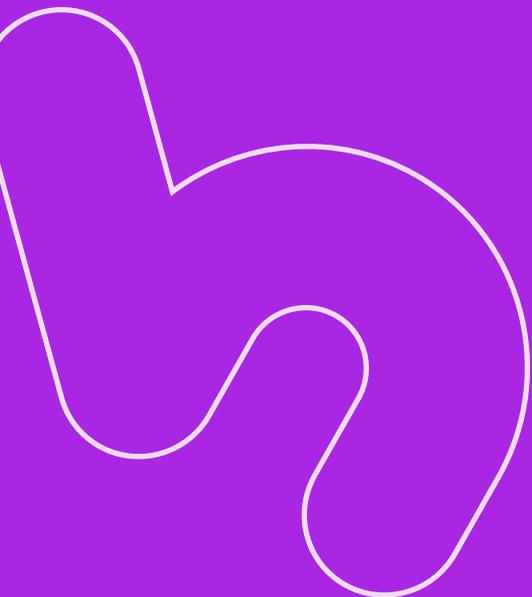
*NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M.*

Para o Fashion Revolution, responsável pelo índice, “transparência significa divulgação pública confiável, abrangente e comparável de dados e informações sobre a cadeia de suprimentos da moda, práticas de negócios e os impactos dessas práticas aos trabalhadores, às comunidades e ao meio ambiente. ” (FASHION TRANSPARENCY INDEX, 2018, p. 13, tradução nossa). Embasado nisso, acredita-se na mudança de processos pela qual a inclusão de todos é a chave para a mudança, além de que são necessárias mais informações para transformar dados em ações positivas (FASHION TRANSPARENCY INDEX, 2018).

O ITM, conforme consta no relatório de 2018, possui cinco categorias de avaliação (Figura 5): (1) políticas e compromissos; (2) governança; (3) rastreabilidade; (4) conhecer, comunicar e resolver; (5) tópicos em destaque. A primeira categoria, de políticas e compromissos, reforça o compromisso da empresa com questões ambientais e sociais por intermédio de diretrizes. Em termos de governança, busca-se identificar na estrutura organizacional setores responsáveis pela gestão do compromisso socioambiental. A categoria de rastreabilidade, procura identificar detalhadamente a cadeia de fornecimento da empresa. Na categoria conhecer, comunicar e resolver, evidencia-se as práticas da empresa em relação às categorias anteriores. Por fim, em tópicos em destaque, agregam-se termos de relevância ao passar dos anos que estão relacionados à igualdade de gênero, empoderamento feminino, erradicação da pobreza, combater o consumo excessivo e o desperdício.

Ainda segundo o relatório, para composição do índice, são analisadas informações de relatórios e questionários que irão gerar um total de 250 pontos possíveis somadas as categorias anteriores. No entanto, são estabelecidos pesos para ponderar o nível de detalhamento de informações, já que os dados são retirados de documentos disponíveis publicamente. Desse modo, cada categoria tem os seguintes pesos: políticas e compromissos (19%); governança (5%); rastreabilidade (34%); conhecer, comunicar e resolver (30%); tópicos em destaque (12%).

*Espera-se que o sistema de moda, devido à sua plasticidade como disciplina, obtenha respostas criativas aos problemas emergentes do desenvolvimento insustentável relacionados ao seu produto. Objetiva-se interpretar o futuro, compreender as dificuldades e necessidades, e por intermédio de processos sustentáveis, entregar valor ao consumidor (HETHORN; ULASEWICZ; 2008; LEE, 2009).*



## Índice de progresso social... uma análise comparativa

*NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M.*

Ressalta-se que na edição de 2018 participaram 150 marcas e varejistas que foram escolhidos com base em seu faturamento anual, superior a 500 milhões de dólares, de países da Europa, América do Norte, América do Sul e Ásia (FASHION TRANSPARENCY INDEX, 2018).

### 3 MÉTODO DE PESQUISA

De acordo com os objetivos, a presente pesquisa caracteriza-se como exploratória. Santos (1999) afirma que explorar é tipicamente a primeira aproximação de um tema e visa criar maior familiaridade em relação a um fato ou fenômeno. Para o autor, a pesquisa exploratória visa informar a real importância do objeto pesquisado e encontrar as informações disponíveis a respeito do assunto. Quanto a abordagem da pesquisa, foi utilizado o método qualitativo. Creswell (2010) esclarece que essa abordagem é utilizada como uma explicação ampla para comportamentos e atitudes.

Conforme os procedimentos de coleta de dados, foram utilizadas pesquisa bibliográfica e documental. Santos (1999) argumenta que esses meios incluem a busca por referenciais sobre o tema, seja em livros ou páginas da web, e também incluem relatórios publicados e documentos informativos.

A partir do levantamento de dados de ambos os índices, de Progresso Social e de Transparência da Moda, construiu-se uma análise comparativa entre as metodologias e os dados referentes ao ano de 2018, em paralelo ao que foi abordado no referencial teórico sobre DS e a indústria da moda, a fim de corroborar com o objetivo da pesquisa que é de analisar a relação entre os dois índices propostos.

#### 4 RESULTADOS: APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO

Nesta seção, busca-se apresentar e comparar os resultados da pesquisa a partir da metodologia utilizada e dos dados dos relatórios do ano de 2018 do IPS e do ITM.

##### 4.1 METODOLOGIAS

Os dados sobre o IPS foram extraídos do Social Progress Index Methodology, relatório que esclarece os aspectos relativos à forma com que o índice é calculado. Já os dados do ITM foram obtidos da edição de 2018 do relatório que consta a metodologia atualizada e detalhada. Na tabela abaixo constam os resultados alcançados por meio de pesquisa bibliográfica nas fontes relativas aos índices mencionados.

O IPS e o ITM são divididos em categorias que contemplam diversos indicadores. Dessa forma, o indicador do ITM “Divulgação pública de como a empresa assegura os direitos humanos e meio ambiente”, que está relacionado com outros dois do IPS (“Direitos Políticos” e “Liberdade de Expressão”) é o único que está inserido na categoria “Conhecer, comunicar e resolver”. Os demais elencados fazem parte dos “Tópicos em Destaque”.

Além dos indicadores já citados, pode-se ainda evidenciar as preocupações com poder, gênero, salários, sindicalização e negociação coletiva, além dos tópicos referentes às questões ambientais. Então, é possível visualizar uma estreita relação entre a transparência na moda, a questão social e o DS.

## Índice de progresso social... uma análise comparativa

NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M.

**Tabela 2** - Metodologias: Índice de Progresso Social (IPS) e Índice de Transparência da Moda (ITM).

| ÍNDICE DE PROGRESSO SOCIAL (IPS)   |  | ÍNDICE DE TRANSPARÊNCIA DA MODA (ITM)   |  |
|--|--|---|--|
| Conceito   | Indicador  | Indicador   | Conceito   |
| Até que ponto o governo respeita a liberdade de imprensa e mídia, a liberdade das pessoas comuns de discutir questões políticas em casa e na esfera pública, bem como a liberdade de expressão acadêmica e cultural?   | Liberdade de expressão<br><b>(Oportunidade)</b>                                      | Divulgação pública de como a empresa assegura os direitos humanos e meio ambiente<br><b>(Conhecer, comunicar e resolver)</b>            | Comunicação e gerenciamento de um canal de denúncia para os colaboradores e para a cadeia de fornecimento.   |
|  |  | Sindicalização e negociação coletiva<br><b>(Tópicos em destaque)</b>  | Levantamento de informações a respeito de dados sindicais e negociações coletivas, além da identificação de um guia de orientação de melhores práticas sobre livre associação ou negociação coletiva.  |
| Processo eleitoral, pluralismo político, participação e funcionamento do governo.  | Direitos políticos<br><b>(Oportunidade)</b>  | Pagamento de salários decentes<br><b>(Tópicos em destaque)</b>  | Divulgação de informações acerca das políticas de contrato de fornecedores, das diretrizes de pagamento e publicação de guia de orientação de melhores práticas relacionadas às questões salariais para cadeia de fornecimento.                  |
| Avaliação agregada de especialistas nacionais sobre a questão "O poder político é distribuído de acordo com o gênero?".  | Igualdade de poder político por gênero<br><b>(Oportunidade)</b>                      | Suporte à igualdade de gênero, empoderamento feminino e combate à discriminação e a violência de gênero<br><b>(Tópicos em destaque)</b> | Sensibilização para a discriminação de gênero por meio da divulgação de dados internos e guia de orientação de melhores práticas, além do desenvolvimento de projetos de capacitação de mulheres para formação de novas supervisoras e gerentes. |
| A porcentagem de águas residuais tratadas que são coletadas, geradas ou produzidas, normalizadas pela ligação entre a população e as instalações centralizadas de tratamento de águas residuais.   | Tratamento de água poluída<br><b>(Fundamentos do bem-estar)</b>                      | Minimizar os excessos, combater o desperdício e avançar para circularidade<br><b>(Tópicos em destaque)</b>                              | Divulgação da cadeia de fornecimento, investimentos para circularidade e publicação de guia de orientação de melhores práticas para fornecedores em relação ao gerenciamento de resíduos.  |
| Emissões de dióxido de carbono (CO <sub>2</sub> ), metano (CH <sub>4</sub> ), óxido nitroso (N <sub>2</sub> O), hidrofluorcarbonetos (HFCs), perfluorcarbonetos (PFCs) e hexafluoreto de enxofre (SF <sub>6</sub> ) expressos em equivalentes de CO <sub>2</sub> . | Emissão de gases do efeito estufa<br><b>(Fundamentos do bem-estar)</b>               |   |  |
| O número de mortes resultante das emissões de atividades industriais, casas, carros e caminhões expressos em porcentagem.  | Mortes atribuíveis à poluição do ar ao ar livre<br><b>(Fundamentos do bem-estar)</b> |   |  |

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2020).

De forma geral, os indicadores relacionados na tabela acima podem ser considerados ilustrativos das diversas dimensões do DS. Assim, por terem esse eixo em comum e se relacionarem por meio de seus conceitos e aplicações, os mesmos mostram-se relevantes na constante busca por melhorias institucionais, sociais e ambientais, na formação de uma combinação harmônica na temática da moda e dos índices sociais.

#### 4.2 DADOS

Nesta etapa são comparadas a colocação das empresas no *ranking* de avaliação do ITM 2018 e a posição de seu país de fundação no IPS 2018, a fim de traçar paralelos entre os índices.

A partir das metodologias já apresentadas no referencial teórico, são gerados índices, tanto para o de Transparência da Moda quanto para o de Progresso Social. No ITM a pontuação é representada pela conversão da pontuação (0 - 250) em porcentagem (0% - 100%), além de que as empresas são divididas em níveis. No IPS, é elaborado um *ranking* dos países, assim como uma divisão dos mesmos em grupos.

O IPS, além de elaborar o *ranking* em ordem decrescente da pontuação dos países, divide-os em 6 níveis, de acordo com suas condições de riqueza e renda. O nível 1 é composto por países com altos níveis de riqueza e renda, e o 6 por aqueles com os menores valores.

Os níveis do ITM, segundo o relatório de 2018, estão divididos da seguinte maneira, conforme conta no relatório: (0 - 10%) não divulgam informações ou apenas um número muito limitado de políticas; (11 - 20%) divulgam informações ligadas a políticas e diretrizes, mas não publicam lista de fornecedores; (21 - 30%) divulgam informações mais detalhadas ligadas a políticas e diretrizes e informam alguns

## Índice de progresso social... uma análise comparativa

NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M.

dados sobre seus fornecedores; (31 - 40%) divulgam informações detalhadas ligadas a políticas e diretrizes, publicam listas de fornecedores e tratam superficialmente de tópicos em destaque; (41 - 50%) divulgam informações detalhadas ligadas a políticas, diretrizes e procedimentos, publicam listas detalhadas de fornecedores e tratam com maior aprofundamento dos tópicos em destaque; (51 - 60%) tratam das mesmas questões que o nível anterior, com maior detalhamento, além de apresentar objetivos futuros; (71 - 100%) nenhuma marca chegou a esse nível, mas representa a divulgação transparente de todas as informações que compõe o índice.

No relatório do ITM 2018 é apontado que nenhuma das 150 empresas avaliadas atingiu uma pontuação acima de 60%. Porém, justifica-se que esse fato não representa, necessariamente, um desempenho insatisfatório, mas apenas que os dados não foram divulgados publicamente pela empresa e não puderam ser computados pela equipe responsável pelo índice (FASHION TRANSPARENCY INDEX, 2018). Contudo, o fato de não haver dados disponíveis, evidencia a falta de transparência das empresas da indústria da moda não apenas com seus *stakeholders*, mas com a sociedade.

Na tabela a seguir é possível verificar as 20 melhores e as 20 piores empresas avaliadas pelo ITM, em ordem decrescente por suas respectivas pontuações. Contém ainda informação do país de fundação da empresa, o grupo e a posição do país no IPS.

Em análise à tabela, verifica-se que 98% das empresas estão situadas em países dos grupos 1 e 2 do IPS. Isso permite considerar que grande parte das empresas analisadas foram fundadas em países que possuem elevado progresso social e, provavelmente, elevado Produto Interno Bruto (PIB), conforme sugere a metodologia do índice.

**Tabela 3** - Dados: Pontuação Índice de Transparência da Moda (ITM) e Posição no Índice de Progresso Social (IPS).

| EMPRESA              | PONTUAÇÃO ITM ↓ | PAÍS           | GRUPO IPS | POSIÇÃO IPS |
|----------------------|-----------------|----------------|-----------|-------------|
| Adidas               | 58              | Alemanha       | 1         | 9           |
| Reebok               | 58              | Reino Unido    | 1         | 13          |
| Puma                 | 56              | Alemanha       | 1         | 9           |
| H&M                  | 55              | Suécia         | 1         | 11          |
| Esprit               | 54              | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Banana Republic      | 54              | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Gap                  | 54              | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Old Navy             | 54              | Estados Unidos | 2         | 25          |
| C&A                  | 53              | Países Baixos  | 1         | 7           |
| Marks & Spencer      | 51              | Reino Unido    | 1         | 13          |
| ASOS                 | 50              | Reino Unido    | 1         | 13          |
| Levi Strauss & Co    | 47              | Estados Unidos | 2         | 25          |
| The North Face       | 46              | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Timberland           | 46              | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Vans                 | 46              | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Wrangler             | 46              | Estados Unidos | 2         | 25          |
| G-Star               | 45              | Países Baixos  | 1         | 7           |
| Tchibo               | 42              | Alemanha       | 1         | 9           |
| Bershka              | 42              | Espanha        | 2         | 19          |
| Massimo Dutti        | 42              | Espanha        | 2         | 19          |
| LL Bean              | 3               | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Youngor              | 3               | China          | 4         | 87          |
| New York & Co.       | 2               | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Claire's Accessories | 2               | Estados Unidos | 2         | 25          |
| ANTA Sports          | 2               | China          | 4         | 87          |
| New Yorker           | 1               | Alemanha       | 1         | 9           |
| Dolce & Gabbana      | 1               | Itália         | 2         | 21          |
| Brooks Brothers      | 1               | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Mexx                 | 0               | Países Baixos  | 1         | 7           |
| s. Oliver            | 0               | Alemanha       | 1         | 9           |
| Longchamp            | 0               | França         | 2         | 16          |
| Dior                 | 0               | França         | 2         | 16          |
| Sandro               | 0               | França         | 2         | 16          |
| Desigual             | 0               | Espanha        | 2         | 19          |
| Max Mara             | 0               | Itália         | 2         | 21          |
| Barney's New York    | 0               | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Jessica Simpson      | 0               | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Liverpool            | 0               | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Nine West            | 0               | Estados Unidos | 2         | 25          |
| Heilan Home          | 0               | China          | 4         | 87          |

Fonte: Elaborada pelos autores (2020).

## Índice de progresso social... uma análise comparativa

*NISHIMURA, M. D. L.; PANDINI, L. S.; VAN BELLEN, H. M.*

Outro dado nesse sentido é de que aproximadamente 60% das 75 primeiras colocadas empresas no ITM foram fundadas em países do grupo 1 do IPS. Isso corrobora a relação entre os dois índices e sua vertente para o DS. Entretanto, observa-se que não há empresas situadas nos grupos 3, 5 e 6 do IPS e, do grupo 4, existem apenas três representantes, todas fundadas na China. Além disso, todas essas empresas do grupo 4 apresentam pontuação inferior ou igual a três no ITM.

Também é possível verificar que a maioria das empresas estão localizadas na América do Norte e na Europa. As que desviam desse eixo, encontram-se na Ásia, três na China e duas no Japão, e uma apenas na América do Sul, no Chile. Vale ressaltar que o Chile está em 34º no IPS, ou seja, no grupo 2.

### 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação entre os dados dos índices, principalmente a escassez deles, torna evidente a necessidade de medidas emergentes para as empresas, a fim de estimular a transparência e o desenvolvimento de novas políticas e diretrizes que direcionem ao progresso social.

Muitos dos indicadores do ITM não apresentaram relação direta com os do IPS, devido ao caráter deste estar relacionado à sociedade e, aquele, à uma realidade de mercado. Todavia, foram as questões relativas às pessoas em sua coletividade na realidade de trabalho que permitiram o estabelecimento de relações entre as metodologias.

Sendo assim, no contexto atual de desenvolvimento, essa discussão pode auxiliar nas futuras atuações e proposições urbanas e políticas, sejam elas institucionais ou sociais. É essencial a conscientização de que a atuação desses

índices se refere a um processo, que é dinâmico e incorporador de variados elementos naturais e sociais.

Este artigo oferece uma exploração preliminar acerca da associação da temática do DSe da moda. A partir disso, novas pesquisas poderão ser desenvolvidas visando investigar sobre as empresas e países elencados nos índices, seja através de seus faturamentos, ações de responsabilidade social ou outros quesitos que tragam os aspectos teóricos apresentados nesta pesquisa.

## REFERÊNCIAS

1. BARBIERI, José Carlos. Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
2. CIDREIRA, Renata Pitombo. Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005.
3. COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. Nosso futuro comum. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.
4. CRESWELL, John W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
5. ELKINGTON, John. Canibais com garfo e faca. São Paulo: Makron Books, 2001.
6. FASHION REVOLUTION. About. 2020. Staffordshire: Fashion Revolution Foundation, 2020. Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/about/>. Acesso em: 8 mar. 2020.
7. FASHION TRANSPARENCY INDEX. 2018. ed. Staffordshire: Fashion Revolution, 2018. Disponível em: [https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fr\\_fashion-transparencyindex2018](https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fr_fashion-transparencyindex2018). Acesso em: 8 mar. 2020.
8. GENARI, Denise; COSTA, Luana Folchini da; SAVARIS, Thiago Paese; MACKE, Janaína. Smart cities e o desenvolvimento sustentável: revisão de literatura e perspectivas de pesquisas futuras. Revista de Ciências da Administração, Florianópolis, SC, v. 20, n. 51, p. 69-85, 2018.
9. GWILT, Alison. Moda sustentável: um guia prático. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

10. HARPER, Charles; SNOWDEN, Monica. Environment and society: human perspectives on environmental issues. London: Routledge, 2017.
11. HETHORN, Janet; ULASEWICZ, Connie. Sustainable fashion: why now? A conversation about issues, practices, and possibilities. New York: Fairchild Books, 2008.
12. IGARASHI, Wagner; CORRÊA IGARASHI, Deisy Cristina; JOHANN BORGES, BÁRBARA. Revisão sistemática e sua potencial contribuição em “negócios, gerenciamento e contabilidade”. Gestão & Regionalidade, São Caetano do Sul, SP, v. 31, n. 91, p. 1–14, 2015.
13. LEE, Matilda. Eco chic: o guia de moda ética para a consumidora consciente. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.
14. LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
15. PEREIRA, João Victor Inácio. Sustentabilidade: diferentes perspectivas, um objetivo comum. Economia Global e Gestão, Lisboa, PT, v. 14, n. 1, p. 115-126, 2009.
16. SACHS, Jeffrey D. The age of sustainable development. New York, NY: Columbia University Press, 2015.
17. SALCEDO, Elena. Moda ética para um futuro sustentável. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.
18. SANT`ANNA, Mara Rúbia. Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo. São Paulo: Estação das Letras, 2007.

19. SANTOS, Antônio Raimundo dos. Metodologia científica: a construção do conhecimento. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
20. SICHE, Raúl; AGOSTINHO, Feni; ORTEGA; Enrique; ROMEIRO, Ademar. Índices versus indicadores: precisões conceituais na discussão da sustentabilidade de países. *Ambiente & Sociedade*, Campinas, SP, v. 10, n. 2, p.137-148, 2007.
21. SOCIAL PROGRESS. Learn about us. Washington, DC: Social Progress Imperative, 2018. Disponível em: <https://www.socialprogress.org/about-us>. Acesso em: 8 mar. 2020.
22. SOUTHWICK, Charles H. Global ecology in human perspective. New York: Oxford University Press, 1996.
23. STERN, Scott; WARES, Amy; EPNER, Tamar. Social Progress Index: methodology summary: methodology report. Washington, DC: Social Progress Imperative, 2018. Disponível em: <https://www.socialprogress.org/assets/downloads/resources/2018/2018-Social-Progress-Index-Methodology.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2020.
24. WAAGE, Sissel A.; GEISER, Ken; IRWIN, Frances; WEISSMAN, Arthur B.; BERTOLUCCI, Michael D.; FISK, Pliny; BASILE, George; COWAN, Stuart; CAULEY, Hank; MCPHERSON, Alexandra. Fitting together the building blocks for sustainability: a revised model for integrating ecological, social, and financial factors into business decision-making. *Journal of Cleaner Production*, Amsterdam, NL, v. 13, n. 12, p. 1145-1163, 2005.