

# **VESTUÁRIO SUSTENTÁVEL: ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS DO MODO DE PRODUÇÃO *SLOW FASHION* EM EMPRESAS BRASILEIRAS**

MARCIA MEIRA BERTI FIORIN

Doutoranda em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil.  
[mbfiorin@gmail.com](mailto:mbfiorin@gmail.com)

ALYNE SEHNEM

Doutoranda em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil.  
[adm.alynesehnem@gmail.com](mailto:adm.alynesehnem@gmail.com)

LAURO FRANCISCO MATTEI

Doutorado em Ciência Econômica, Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, Brasil.  
Pós-Doutorado pela Universidade de Oxford, Inglaterra.  
Professor no curso de Graduação em Ciências Econômicas e no Programa de Pós-Graduação de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil.  
[l.mattei@ufsc.br](mailto:l.mattei@ufsc.br)

## **Resumo**

O *slow fashion* é o modo de produção de vestuário baseado nos princípios da sustentabilidade, e preconiza uma maior consciência dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, a comunidade e o ecossistema, além de incentivar a transparência em todas as etapas do produto ao longo da cadeia de abastecimento e produção. Com o objetivo de identificar as características das empresas alinhadas ao modelo de produção *slow fashion* realizamos uma pesquisa exploratória, de natureza qualitativa, em empresas brasileiras de vestuário alinhadas a esse conceito. Os dados demonstram que as características desse modelo são: uso de fibras orgânicas e ecológicas; os produtos são feitos para durar; a produção é mais lenta em relação ao modelo dominante; busca reduzir a poluição em todo o processo produtivo; valoriza a cultura e métodos tradicionais de produção; incentiva o consumo consciente; utiliza métodos tradicionais de produção; a mão de obra é preferencialmente local, com remuneração justa.

**Palavras-chave:** *slow fashion*, produção de vestuário, desenvolvimento sustentável.

## SUSTAINABILITY AND INNOVATION: AN INVESTIGATION OF ITS INTEGRATION INTO ORGANIZATIONAL ACTIVITIES

### Abstract

This article investigates the relationship between sustainability and innovation in organizational activities. For the research's development, in-depth interviews were conducted with managers of a group of organizations that were winners of the Ozires Silva Award for Sustainable Entrepreneurship. The results show that organizations, although they have knowledge of the Triple Bottom Line, it's neither fully applied, nor are its pillars treated equally; on the contrary, there's a prevalence of the economic pillar in this relation; the environmental one is relegated to the waste treatment, and the social one to assist people in need. As for innovations, the efforts are focused on products and processes and incremental innovations are the main typology found, evidencing an emphasis related to economic viability and future profitability of the innovations' future. It's realized, therefore, that the convergence between sustainability and innovation is still incipient and very inserted to the actions aimed at efficiency, not effectiveness.

**Keywords:** sustainability, innovation, organizational activities.

## SUSTENTABILIDAD E INNOVACIÓN: UNA INVESTIGACIÓN DE SU INTEGRACIÓN EN ACTIVIDADES ORGANIZACIONALES

### Resumen

*Slow fashion* es el modo de producción de vestuario basado en los principios sostenibles, y preconiza una mayor conciencia de los impactos de los productos sobre los trabajadores, comunidad y ecosistema, además incentiva la transparencia en todas las etapas del producto a lo largo de la cadena de abastecimiento y producción. Con el objetivo de identificar las características de las empresas alineadas al modelo de producción *slow fashion* realizamos una investigación exploratoria, de naturaleza cualitativa, en empresas brasileñas de vestuario alineadas a ese concepto. Los datos demuestran que las características de este modelo son: uso de fibras orgánicas; los productos se hacen para durar; la producción es más lenta en relación con el modelo dominante; busca reducir la contaminación en todo el proceso productivo; valoriza la cultura y los métodos tradicionales de producción; fomenta el consumo consciente; la mano de obra es preferentemente local, con remuneración justa.

**Palabras clave:** sustentabilidad, innovación, actividades organizacionales.

## INTRODUÇÃO

O setor de vestuário é um sistema complexo que envolve economia, ecologia e sociedade, e, segundo Fletcher e Grose (2012), a sustentabilidade é um dos fatores mais críticos para o setor, pois o desafia em todos os detalhes: dos materiais aos processos de fabricação e descarte, dos fatores políticos aos econômicos. Talvez por isso, muito pouco se avançou em termos de sustentabilidade, entretanto, ela está relacionada a diversas questões inerentes a essa indústria, “que vão desde o uso de produtos poluentes até o consumo desmensurado” (Ferronato & Franzato, 2015, p. 105), gerando resíduos na mesma velocidade em que são consumidos (Fletcher & Grose, 2012).

Para Divito e Bohnsack (2017), a indústria do vestuário 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, pois 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 tais como, o trabalho forçado, excesso de horas extras e uso do trabalho infantil.

Dado esses fatos, a indústria do vestuário passou a ser pressionada pelos consumidores para uma produção de moda sustentável, sendo que esse movimento social vem ganhando força desde a década de 1980, quando ativistas protestaram pedindo a eliminação da pele animal na indústria do vestuário. Na década de 1990 as práticas trabalhistas injustas foram alvo de atenção da mídia, sobretudo após vários acidentes ocorridos em fábricas, que chamaram a atenção para as condições de trabalho e pressionaram as indústrias para uma produção sustentável e com responsabilidade social (Henninger, 2015; Ertekin & ATIK, 2015).

A defesa por uma mudança no sistema de produção de vestuário está baseada principalmente no que tange às consequências de um modelo ancorado no crescimento econômico contínuo, o qual negligencia o fator social e ambiental. Na moda, como em outros setores, as implicações de custo do modelo de crescimento são sentidas pelos trabalhadores na cadeia de produção e pelo meio ambiente. Os custos são o aumento da poluição, o esgotamento dos recursos e os custos das mudanças climáticas, devido ao aumento crescente de produtos físicos necessários para o crescimento contínuo da indústria do vestuário (Fletcher, 2010).

Devido a esses fatores, o movimento *slow fashion* sugere uma ruptura com os valores e objetivos baseados apenas no crescimento econômico contínuo da indústria do vestuário (Fletcher, 2010), e apresenta uma abordagem de produção baseada no desenvolvimento sustentável, sendo que este deve ser considerado em todo o ciclo de vida do produto, o que inclui as etapas de pré-produção, produção, uso e fim de vida do produto (Fletcher & Grose, 2012).

As empresas de vestuário que aderiram a esse tipo de produção adotam procedimentos como, o emprego de técnicas artesanais nos processos de produção, utilizando materiais de baixo impacto ambiental, como tecidos orgânicos, biodegradáveis e recicláveis (Zanirato, 2013). Entre os fatores para uma mudança no sistema de produção de vestuário, os materiais são essenciais na questão da sustentabilidade, uma vez que esses causam impactos, como a geração de resíduos e escassez de água. Além disso, “outras inquietações, como o uso intensivo de pesticidas, em particular na cotonicultura, precipitaram o mercado para fibras cultivadas organicamente (sem pesticidas, herbicidas, fertilizantes, reguladores de crescimento ou desfolhantes sintéticos)” (Fletcher & Grose, 2012, p. 13). Desde que a questão da mudança climática ganhou relevância, a busca por soluções menos poluentes levou as indústrias, incluindo a da moda, a encontrar alternativas, pois “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” (Fletcher & Grose, 2012, p. 13).

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 de acordo com o tempo necessário para garantir a qualidade do produto, e por isso o fator da remuneração justa é um princípio do *slow fashion* que implica num custo maior de produção, e, conseqüentemente, um preço reflete esse custo (Jung & Jin, 2016a; 2016b). O *slow fashion* sugere uma ruptura com valores e objetivos, que são baseados apenas no crescimento econômico contínuo da indústria do vestuário, e para tanto promove uma consciência de compra que deve ser baseada na durabilidade das peças e a forma como são produzidas (Pookulangara & Shephard, 2013).

Esse modelo de produção se apresenta como uma alternativa para os desafios que a sustentabilidade impõe ao setor de vestuário, visando fomentar atividades que criem riquezas, tanto social quanto ambiental, e dessa maneira, vem ao encontro do conceito de desenvolvimento sustentável, que preconiza a necessidade de limitar os impactos ambientais e ao mesmo tempo promover o crescimento econômico sustentável (Sachs, 2004).

## METODOLOGIA

A transformação do setor de vestuário, embasados em questões sustentáveis, se apresenta como uma solução para reduzir os impactos ambientais e como ainda promover condições de trabalho adequadas, além de uma remuneração justa aos trabalhadores. Para tanto, o *slow fashion* tem sido apresentado como um modo de produção de vestuário sustentável, pois promove ações ambientalmente corretas em toda a cadeia de produção, tendo prioridade os aspectos sociais, econômicos e ambientais (Oenning, 2012; Fletcher & Grose, 2012; Pookulangara & Shephard, 2013).

Dado essas características do modo de produção, o *slow fashion* tem ganhado o mundo, e no Brasil já é uma realidade como escolha de negócio por fabricantes de vestuário, conforme a lista apresentada pela Slow Down Fashion, guia brasileiro de marcas e projetos locais e inovadores que estão alinhados aos valores do movimento Slow Fashion (Slow Down Fashion, 2016).

Assim, diante desse fenômeno, empreendemos a presente pesquisa, de natureza qualitativa, com o objetivo de identificar as principais características das empresas alinhadas ao modelo de produção *slow fashion*. Para tanto, selecionamos cinco empresas, a partir da lista apresentada no guia Slow Down Fashion, sendo a localização um dos critérios de escolha, que procurou contemplar uma empresa de cada região do país, e o outro critério foi a produção de vestuário, visto que na lista também são apresentadas empresas calçadistas e de acessórios.

A pesquisa foi realizada no segundo semestre de 2016 e, para a coleta de dados foi utilizada a observação não estruturada (Richardson, 2008), realizada nos websites das empresas. Segundo Selltiz, Wrightsman e Cook (1975) a observação é uma técnica científica na medida em que serve a um objetivo formulado, portanto, o método é adequado a esta pesquisa que tem como objetivo geral identificar os aspectos que classificam as empresas como um modelo de produção sustentável.

Considerando-se o objetivo desta pesquisa, o presente estudo caracteriza-se como exploratório, pois sua finalidade é esclarecer conceitos e ideias para a formulação de abordagens para o desenvolvimento de estudos posteriores.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

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 o debate sobre a finitude dos recursos naturais, o aumento da produção de bens e a degradação do ambiente natural, e que colocavam em risco a sustentabilidade (Theis & Tomkin, 2013).

Assim, até a década de 1960, prevalecia a convicção de que as fontes de recursos naturais seriam infinitas e que o livre mercado maximizaria o bem-estar social. A natureza não era considerada fator de limitação, uma vez que a teoria econômica convencional entendia ser o meio ambiente irrelevante para a economia (Tachizawa, 2002). Uma das primeiras organizações a apontar os riscos do crescimento econômico contínuo foi o Clube de Roma em 1972 (Bellen, 2002). No mesmo ano, a Organização das Nações Unidas (ONU) realizou a Conferência de Estocolmo, que abordou problemas ambientais decorrentes da poluição atmosférica, crescimento populacional e crescimento versus desenvolvimento. A seguir, no ano de 1974, é apresentado o conceito de ecodesenvolvimento, formulado por pesquisadores como Sachs, Leff e Strong, que incorporam à noção de desenvolvimento, além das questões econômicas e sociais, questões culturais, políticas e ambientais (Leff, 2005).

O conceito de desenvolvimento sustentável foi apresentado pela comissão Brundtland, no ano de 1987, organizada pela ONU para analisar assuntos relacionados com a temática socioambiental, tendo como resultado propostas de soluções para o referido problema. Segundo o Relatório Brundtland “Nosso Futuro Comum”, (World Commission on Environment and Development [WCED], 1987) o desenvolvimento sustentável é aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras satisfazerem suas próprias necessidades. A proteção ao meio ambiente e a responsabilidade social ganha importância e passa a ser o novo paradigma da organização, e na década de 1990, “o conceito de desenvolvimento sustentável consolida-se, a partir da constatação de que os sistemas naturais do planeta são limitados para absorver os efeitos da produção e do consumo” (Tachizawa, 2002, p. 44).

Nessa definição, segundo Robles e Boneli (2006) se inserem dois conceitos, sendo o primeiro o das necessidades, que devem ser satisfeitas para assegurar as condições essenciais de vida a todos e o segundo é o da limitação, que reconhece a necessidade da tecnologia como suporte para desenvolvimento de soluções para a conservação de recursos limitados, e que permitam renová-los na medida em que possam ser necessários às gerações futuras. Conforme 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 (eficiência das operações) e a sociedade (responsabilidade social)” (Pimenta, 2010, p. 19).

Conforme Elkington (2001) a pauta da sustentabilidade direcionou as organizações para pensar e agir em termos de três pilares: prosperidade econômica, qualidade ambiental e justiça social. Pois como apresentado no Relatório Brundtland (WCED, 1987), de maneira geral, não só o uso dos recursos naturais deve ser conservado para o benefício das gerações atuais e futuras, mas também vários direitos humanos devem ser respeitados, de modo que contribuam para o bem-estar humano. Ademais, a globalização da economia, os problemas ambientais de ordem mundial, as

ações de ambientalistas e de consumidores, e a criação de selos verdes complementam as mudanças no cenário das organizações (Tachizawa, 2002). Para tanto, as empresas “estão tendo que reagir às mudanças nas necessidades dos clientes, às novas regulamentações e a um novo zeitgeist (espírito do tempo) que reflete a crescente preocupação com os impactos socioambientais dos negócios” (Peatti & Charter, 2005, p. 517).

A partir da ampliação dos conceitos de desenvolvimento ambiental, as organizações passaram a avaliar suas estratégias de mercado, considerando a postura rígida dos consumidores, exigindo maior transparência, ética e atuação de forma ambientalmente correta (Tachizawa, 2002). Segundo Peattie e Charter (2005), após a publicação do Relatório de Brundtland, muitos governos e grandes organizações do mundo buscaram implementar ações para a busca da sustentabilidade. No entanto, segundo esses autores, o maior desafio é transformar “um paradigma de gerenciamento hostil ao ambiente profundamente arraigado e do tremendo impulso de uma economia mundial dirigida ao crescimento econômico convencional” (Peattie & Charter, 2005, p. 517). Assim, de acordo com Peatti e Charter (2005, p. 517) o maior desafio para a humanidade, “é descobrir modos mais sustentáveis e equitativos de produzir, consumir e viver”.

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, 1994). E além disso, o conceito de desenvolvimento sustentável acrescentou à dimensão econômica as dimensões ambiental e social, e esse conceito é baseado no “duplo imperativo ético de solidariedade sincrônica com a geração atual e de solidariedade diacrônica com as gerações futuras” (Sachs, 2004, p. 15), o que implica numa reconciliação dos objetivos do progresso econômico com a geração de trabalho decente, capaz de promover uma vida melhor, e que exige “eliminar o crescimento selvagem obtido ao custo de elevadas externalidades negativas, tanto sociais quanto ambientais” (Sachs, 2004, p. 15). 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).

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). Conforme Sachs (2004), os cinco pilares do desenvolvimento sustentável são:

- a) Social, fundamental por motivos tanto intrínsecos quanto instrumentais, por causa da perspectiva de disrupção social que paira de forma ameaçadora sobre muitos lugares problemáticos do nosso planeta;
- b) Ambiental, com as suas duas dimensões (os sistemas de sustentação da vida como provedores de recursos e como “recipientes” para disposição de resíduos);
- c) Territorial, relacionado à distribuição espacial dos recursos, das populações e das atividades;
- d) Econômico, sendo a viabilidade econômica a *conditio sine qua non* para que as coisas aconteçam;
- e) Político, a governança democrática é um valor fundador e um instrumento necessário para fazer as coisas acontecerem; a liberdade faz toda a diferença (pp. 15-16, grifo do autor).

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.

### **A PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO E O MOVIMENTO *SLOW FASHION***

Movido pelos costumes e pelo consumo (Catoira, 2006), a indústria têxtil e de confecções se tornou um dos setores econômicos de grande expressão no comércio mundial (Jacques, 2015), e o Brasil tem uma participação representativa no setor, figurando como quinta maior potência da indústria têxtil e a quarta do setor de confecções na escala global, e emprega em torno 865.000 trabalhadores (Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos [DIEESE], 2017).

Entre as estratégias de produção de vestuário que se destacaram na dinâmica econômica está o modelo de produção *fast fashion*, que possibilitou o crescimento da indústria do vestuário baseado na resposta rápida para atender o mercado. Esse modelo 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 (Araújo, Broega & Mota-Ribeiro, 2014). 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, 2016a).

O tempo de reposição no modelo *fast fashion* é muito mais curto do que o tradicional *prêt-à-porter* (roupas produzidas em série prontas para vestir), 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. 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 quinzenalmente (Pookulangara & Shephard, 2013). Essa característica 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).

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 (Johansson, 2010; Fletcher & Grose, 2012). Essa discussão é ampliada por questões éticas relacionadas também com as condições dos trabalhadores na cadeia de produção têxtil, com constantes denúncias de condições inadequadas de trabalho e condições análogas a de escravidão (Tribunal Regional do Trabalho de São Paulo [TRT2], 2014; Secretaria da Justiça e da defesa da Cidadania & Secretaria de Gestão Pública [SJD/SGP], 2015).

Conforme apontam Pookulangara e Shepard (2013), a indústria do vestuário está no meio de mudanças dinâmicas, entre as quais: novos canais de distribuição, escassez de recursos, mudanças climáticas, alterações demográficas, novas tecnologias e mudanças na economia mundial que impactam sobre os varejistas e consumidores. Além disso, as práticas trabalhistas injustas e os acidentes ocorridos em fábricas têm chamado a atenção da mídia e dos consumidores, pressionando-as para uma produção sustentável e com responsabilidade social (Henninger, 2015; Ertekin & Atik, 2015).

Assim, o setor enfrenta problemas nas três dimensões de sustentabilidade: economicamente, em razão da pressão competitiva para redução de preços; ecologicamente, devido ao uso excessivo de água nos cultivos de algodão e os poluentes químicos no tingimento e acabamento de tecidos; e, socialmente, a fragmentação da cadeia de suprimentos e o uso generalizado da subcontratação que dificultam a fiscalização das condições de trabalho dos fornecedores, expondo os trabalhadores a riscos nas práticas trabalhistas (Jacques, 2015; Contino, 2015; Divito & Bohnsack, 2017).

As discussões sobre as consequências da produção *fast fashion* direcionaram para um modo de produção que incentiva mudanças nos padrões de fabricação e consumo do vestuário, denominado *slow fashion*. Esse conceito entrou em discussão no setor têxtil com o objetivo de incorporar ações ambientalmente corretas em toda a cadeia de produção, tendo prioridade os aspectos sociais, econômicos e ambientais (Oenning, 2012, p. 17). Portanto, 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 à rápida às mudanças de tendências da moda (Watson & Yan, 2013). Para tanto, no tópico seguinte destacamos com mais especificidade sobre o *slow fashion*.

### **O MOVIMENTO SLOW FASHION**

Nas últimas décadas, entre os estilistas, editores de moda e consumidores vem se constituindo um movimento crescente de consumo consciente, ou consumo ético, baseado no movimento *slow food*, o qual faz um apelo por produtos feitos de maneira que não prejudiquem o ambiente nem os trabalhadores que os produziram, como ainda considerando a compra de forma holística, compreendendo o impacto ambiental e social (Pookulangara & Shephard, 2013). O movimento *slow food*, além de enfatizar métodos de cozimento lento, também tem feito esforço para apoiar os pequenos agricultores locais e promover o uso de produtos locais e sazonais e o comércio justo (Fletcher & Grose, 2012). Assim, o *slow fashion* preconiza uma maior consciência dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, a comunidade e o ecossistema (Johansson, 2010; Fletcher & Grose, 2012).

Segundo Clark (2008), a produção *slow fashion* tem como preceitos: (i) valorizar os recursos locais e distribuição da economia; (ii) produzir com mais qualidade e em pequena escala, respeitando os trabalhadores; (iii) produzir artigos sustentáveis, com uma vida de uso mais longa. Dessa maneira, o *slow fashion* baseia-se na sustentabilidade na indústria da moda e incorpora o design de alta qualidade, pequenas linhas, produções regionais e trabalho justo. Por isso o preço das roupas é maior do que os produtos *fast fashion* para refletir os verdadeiros custos ecológicos e sociais, e, como modelo de produção oferece uma alternativa radical à moda padronizada de alto volume, fazendo lucro vendendo menos itens com preço mais alto (Fletcher, 2010).

Entre os princípios do *slow fashion*, está a prática do comércio justo, que tem como base assegurar os direitos de produtores e trabalhadores e assegurar o desenvolvimento sustentável, direcionando para a produção de forma ambientalmente e socialmente adequada. Para tanto, preconiza a utilização de produtos orgânicos, de baixo impacto ambiental em seus processos, e desenvolvidos em arranjos produtivos também socialmente justos; equidade na distribuição dos lucros, conforme padrões éticos financeiros; e, cumprimento da legislação local e observação dos padrões da Organização Mundial do Trabalho (Silva-Filho & Cantalice, 2011).

Desse modo, o *slow fashion* sugere uma ruptura com os valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico contínuo da indústria do vestuário, incentivando 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, e para tanto promove uma consciência de compra que deve ser baseada na durabilidade das peças e a forma como são produzidas (Pookulangara & Shephard, 2013).



Por outro lado, conforme esclarece Fletcher e Grose (2012), é 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. É apresentado como um modelo que pode transformar o setor de 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. Entre os fatores para essa mudança no sistema de moda, os materiais são essenciais na questão da sustentabilidade, uma vez que causam impactos, como a geração de resíduos e escassez de água. Embora a substituição dos materiais não resolva totalmente os problemas relacionados aos impactos ambientais, os materiais são “decisivos para a sustentabilidade”, pois proporcionam benefícios que contribuem com a redução da poluição (Fletcher & Grose, 2012, p. 12). No caso dos materiais têxteis, a produção *slow fashion* mantém atenção para as inovações em sustentabilidade, conforme descrito a seguir:

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).

O *slow fashion* não é apenas sobre produzir peças de estilo clássico, ou literalmente, reduzir o tempo do processo de produção. 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. É importante que o desenvolvimento sustentável esteja em todo o ciclo de vida do produto, o que inclui as etapas de pré-produção, produção, uso e fim de vida do produto (Fletcher, 2012).

Jung e Jin (2014) definiram cinco dimensões subjacentes ao *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. Dessa maneira, o modo de produção *slow fashion* envolve pequena quantidade de produtos únicos e duráveis (exclusividade e funcionalidade) movimentando recursos locais (localismo) e utilizando técnicas tradicionais (autenticidade) requerendo mais tempo de produção e melhor remuneração (equidade) (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 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, exigindo que o mercado reconheça que o preço reflete 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 do meio ambiente. Pois, como observou Commons (como citado em 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.

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, muitos temem, portanto, que o desenvolvimento sustentável possa levar a uma desaceleração na economia e no crescimento, resultando na perda de postos de trabalho e um aumento no desemprego.

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, e 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.

Conforme Clark (2008) e Fletcher e Grose (2012), o propósito de *Slow fashion* não é retardar literalmente a cadeia têxtil de suprimentos de vestuário, mas dar ênfase em um processo mais sustentável, que inclui planejamento concepção, produção, fornecedores e educação do consumidor para o consumo consciente.

## DISCUSSÃO

O eco de uma produção baseada em um movimento que enaltece princípios éticos e sustentáveis foi ouvido por estilistas brasileiros e motivou a criação de novas confecções alinhadas a esse conceito. O *Slow Down Fashion* (2016), guia de marcas e projetos locais e inovadores estão alinhadas aos valores do movimento *Slow Fashion*, lista 42 empresas de confecção de vestuário que produzem segundo esses princípios. Dessa lista selecionamos as empresas Acolá Conceito, Armário Orgânico, Aurora Moda Gentil, Iglou e a Natural Cotton Color, descritas no quadro 1.

**QUADRO 1 – EMPRESAS DE VESTUÁRIO ALINHADAS AO CONCEITO SLOW FASHION**

Empresa	Localidade/Estado	Website
Acolá Conceito	São Paulo - SP	<a href="http://www.acolaconceito.com.br">www.acolaconceito.com.br</a>
Armário Orgânico	Tijucas - SC	<a href="http://loja.armarioorganico.com.br/">http://loja.armarioorganico.com.br/</a>
Aurora Moda Gentil	Dom Pedrito - RS	<a href="http://auroramodagentil.com.br">http://auroramodagentil.com.br</a>
Iglou Kids	São Paulo - SP	<a href="http://www.igloukids.com">http://www.igloukids.com</a>
Natural Cotton Color	João Pessoa - PB	<a href="http://www.naturalcottoncolor.com.br">http://www.naturalcottoncolor.com.br</a>

Fonte: elaborado pelos autores.

A escolha dessas empresas para a realização da pesquisa deve-se, além de estar alinhadas aos princípios do *slow fashion*, também ao fator localização, pois contempla as regiões Sul, Sudeste e Nordeste do Brasil. Essas regiões concentram as atividades da indústria têxtil no país, conforme descreve Bezerra (2014):

a Indústria Têxtil brasileira, cuja Receita Operacional Líquida (ROL) de vendas correspondeu a R\$ 40,6 bilhões em 2011, é concentrada no Sudeste (52,2%) e no Sul (28,3%). O Nordeste participa com 15,6% dessa indústria. Centro-Oeste (3,5%) e Norte (0,4%) são pouco representativos nessa atividade industrial ... Dentre as unidades da federação, São Paulo (41,02%) e Santa Catarina (19,41%) são os principais produtores. No Nordeste, os estados mais representativos na indústria têxtil são o Ceará (5,34%), Bahia (2,78%), Rio Grande do Norte (2,20%) e Paraíba (2,17%). (p. 7).

Na sequência apresenta-se os dados das empresas listadas no quadro 1, destacando os fatores que correspondem ao modelo de produção *slow fashion*. Os dados foram obtidos a partir de observações realizadas nos websites das empresas.

Fundada pelas sócias Lais Abbate e Beatriz Tavares, a empresa Acolá Conceito tem como objetivo a produção de roupas atemporais produzidas em algodão e linho, com estampas exclusivas inspiradas nas artes plásticas. Segundo Lais e Bia, as roupas são feitas para durar, o processo de produção das peças demora cerca de nove meses desde a concepção criativa até o produto final para ficarem prontas. As pessoas que trabalham na empresa são todas moradoras da região em que a empresa está situada, assim como as empresas fornecedoras, priorizando o localismo. No processo de estamparia utilizam a estamparia digital e o tingimento manual. Segundo as sócias, elas pretendem incorporar cada vez mais processos conscientes e sustentáveis na produção.

A Armário Orgânico, empresa sediada em Santa Catarina, gerenciada por Lucas Camargo, produz camisetas e acessórios dentro de um conceito de sustentabilidade e exclusividade. Segundo os dados informados, a empresa analisa todas as etapas de produção, desde a seleção das matérias primas ao descarte das embalagens para que atenda aos fatores sociais, econômicos e ecológicos. Em relação às matérias primas, a empresa prioriza o algodão orgânico, a malha ecológica PET: (i) o algodão orgânico causa menor impacto no aquecimento global, não utiliza agrotóxicos e exige menos água em seu cultivo, reduzindo os danos ao solo, meio ambiente e os seres humanos; (ii) a malha ecologia PET é uma combinação de 50% PET reciclado e 50% algodão, e para confecção de uma camiseta são reutilizadas em média 02 garrafas, e como benefícios desse material encontra-se a estabilidade dimensional, solidez na cor, resistência e durabilidade.

Com uma produção 100% artesanal, a Aurora Moda Gentil fabrica roupas com a lã de ovelha e outros materiais sustentáveis como o jeans com fio de garrafa pet. As peças são produzidas de maneira artesanal por tricoteiras da cidade de Dom Pedrito no interior do Rio Grande do Sul, às quais é garantida uma remuneração justa pelo trabalho. Para manter a produção totalmente artesanal, algumas peças mantêm o tom natural da lã como o branco, marrom ou cinza. Outras peças são coloridas com pigmentos naturais, como o verde carqueja ou amarelo macela. Segundo Érica Arrué Dias, estilista e proprietária da empresa, “moda sustentável, responsabilidade social e produção artesanal são as premissas que movem a Aurora”. A empresa foi finalista do Prêmio Ecoera 2015, da Revista Vogue, importante mídia da moda internacional.

A Iglou Kids produz camisetas em malha 100% algodão orgânico ou malha PET (50% algodão e 50% poliéster), e as estampas são feitas com pigmentos a base d'água. Segundo Celina Cabral e Larissa Barbosa, fundadoras da empresa, além da escolha da matéria prima, elas buscam diminuir o desperdício de tecido no processo de produção, e as sobras de tecido são reaproveitadas para a confecção das embalagens. A produção é toda feita no município de Ourinhos, São Paulo, e os demais parceiros também são locais.

O Grupo Natural Cotton Color, empresa da Paraíba fundada em 1995, e que em 2001 inseriu o artesanato local em suas coleções, desde 2005 trabalha estritamente com o algodão naturalmente colorido, desenvolvido pela Empresa Brasileira de Agropecuária – Embrapa, cuja pluma já nasce com a cor do produto final, livre de aditivos químicos ou corantes. Comparando com a fabricação de malhas e tecidos planos, este algodão pode gerar economia de até 87,5% de água em relação aos processos convencionais de produção. O cultivo desse algodão é feito localmente por pequenos produtores, e a empresa garante ao produtor o melhor preço por quilo de algodão, de forma a garantir o comércio justo. Além da matéria prima natural, a empresa agrega nos segmentos de moda feminina, masculina, infantil e decoração o trabalho artesanal de rendeiras, bordadeiras e artesãos da região Nordeste do Brasil, sobretudo da Paraíba. Segundo a empresa, todos trabalham com remuneração digna, o que alinha a marca à moda ecológica e sustentável. Desta forma, a

empresa se empenha em produzir moda de forma que toda a cadeia produtiva seja totalmente sustentável.

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 em Tóquio, no Japão.

Acrescenta-se que todas essas empresas comercializam seus produtos em lojas virtuais, facilitando o acesso dos consumidores aos produtos. Também possuem blogs e páginas em redes sociais nos quais divulgam a sua filosofia de trabalho, processo de produção a preocupação com o meio ambiente.

Os dados obtidos nesta pesquisa demonstraram que a filosofia do *slow fashion* está presente nas empresas Acolá, Armário Orgânico, Aurora, Iglou Kids e Natural Cotton Color, 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. Também, estão em acordo com as cinco dimensões que contribuem 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).

Em todas as empresas verificou-se que há uma preocupação na escolha das matérias primas, com prioridade para materiais orgânicos, como o algodão, linho, lã e malha PET. 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.

A transparência dos sistemas de produção, design de alta qualidade, pequenas linhas de produção, peças atemporais e trabalho justo (Fletcher, 2012) apontam 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 (Poolukangara & 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”, contudo, representa uma valorização dos recursos locais e distribuição da economia (Clark, 2008). Além do mais, a produção local, além de gerar empregos e melhorar a economia da região (Jung & Jing, 2014), reduz a poluição com o transporte, pois este também coopera com o impacto ao meio ambiente na emissão de gases poluentes na atmosfera.

Apesar das barreiras que agem contra a sustentabilidade (Ertekin & Atik, 2015), as empresas pioneiras na produção de moda sustentável escolheram produzir vestuário de maneira menos poluente e atendendo aos princípios do desenvolvimento sustentável. Essas decisões implicam em alterações nas etapas de produção (Fletcher & Grose, 2012), aspecto que pode ser percebido no design das peças, na escolha dos materiais, nos processos de produção e beneficiamento dos produtos das empresas analisadas. Além disso, a qualidade é fator preponderante, das matérias primas ao feitiço de cada peça, e desta maneira busca-se também a durabilidade da roupa. Estes princípios são informados ao público-alvo para que o consumidor compreenda a importância do

consumo consciente, e, se este comprar com base na qualidade e não em quantidade, estará contribuindo com a redução dos resíduos de moda (Jung & Jin, 2016b).

Conforme os dados analisados nesta pesquisa, 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 bem como a precarização deste (Sachs, 2004), 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; da estamperia digital pela Acolá Conceito; 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 conseqüente preço de venda do produto, ou preço justo, pois reflete os custos ecológicos e sociais. E, 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 desta prática. Esses dados demonstram que a incorporação da sustentabilidade na produção proporciona retorno para a empresa e possibilita a sustentabilidade econômica.

Assim, o *slow fashion*, por suas características baseadas na sustentabilidade, exige decisões conscientes e ousadas, almejando tornar o planeta um lugar melhor, respeitando os direitos humanos para uma sociedade mais justa e contribuindo com a preservação do ambiente para as gerações futuras.

## CONCLUSÃO

Com o objetivo de identificar as principais características das empresas alinhadas ao modelo de produção *slow fashion* foi realizada uma pesquisa em cinco empresas de confecções sediadas no Brasil. Os dados demonstraram que essas empresas, cujas práticas estão alinhadas aos princípios de produção sustentável, possuem as seguintes características: buscam produzir com alta qualidade e originalidade, a fim de incentivar o uso das peças por mais tempo, evitando assim o descarte e conseqüente geração de resíduos; utilizam métodos tradicionais de produção; a mão de obra é preferencialmente contratada na região onde está sediada a empresa; a prioridade das matérias primas são os tecidos orgânicos, como o algodão, linho, lã e malha PET; a produção é feita em pequena escala; e, nos processos de tingimento e estamperia optam por métodos menos agressivos ao meio ambiente, utilizando pigmentos naturais e processo de estamperia digital.

As empresas analisadas contribuem ainda com a valorização do artesanato local, realizado pelas tricoteiras, rendeiras e bordadeiras, e, dessa forma valorizam a cultura e as tradições da comunidade local. A transparência no processo produtivo e a remuneração justa são valores presentes nas informações divulgadas pelas empresas analisadas. Além disso, recomenda aos seus consumidores uma compra mais consciente, tanto dos produtos como de quem produziu as roupas.

Pelas características evidenciadas nas empresas analisadas, o *slow fashion* tem demonstrado ser uma alternativa ao modelo de produção dominante na indústria do vestuário, já que contribui favoravelmente com o meio ambiente e com os fatores econômicos e sociais. Para o meio

ambiente, os princípios de produção promovem a redução do uso de recursos naturais e a não utilização de produtos químicos; em relação aos fatores econômicos e sociais, os princípios de produção sustentável promovem a criação de oportunidades de trabalho para os moradores locais, e a remuneração justa visa promover uma melhoria nas condições econômicas e sociais dos trabalhadores. Além disso, a conscientização junto ao seu público-alvo incentiva para mudanças nos hábitos de consumo, incentivando ter menos roupas com mais qualidade, o que contribui para a redução de resíduos descartados no meio ambiente.

Sugere-se, como linhas futuras de estudo, a ampliação do conjunto de sujeitos investigados, bem como a utilização de outros métodos de investigação, de modo a verificar as similaridades e/ou divergências quanto aos resultados, bem como a identificação de outros aspectos.

---

Agradecimento a órgão de fomento

Os autores agradecem a: CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e UNIEDU/Pós-Graduação - FUMDES (Fundo de Apoio à Manutenção e ao Desenvolvimento da Educação Superior).

## REFERÊNCIAS

Abramovay, R. (2012). *Muito além da economia verde*. São Paulo: Abril.

Araújo, M., Broega, A. C., & Mota-Ribeiro, S. (2014). Sustentabilidade na moda e o consumo consciente. In: Seminário Acadêmico da APEC, *O local, o global e o transnacional na produção acadêmica contemporânea*, Barcelona, Catalunha, 19. Recuperado de: <[https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/34492/1/APEC2014\\_MAraujo%20CBroega%20SMRibeiro.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/34492/1/APEC2014_MAraujo%20CBroega%20SMRibeiro.pdf)>.

Baumgartner, R. J. (2009). *Organizational Culture and Leadership: Preconditions for the Development of a Sustainable Corporation*. *Sustainable Development*, 17, 102-113. Recuperado de: <<https://www.researchgate.net/publication/227650803>>.

Bellen, H. M. V. (2002). *Indicadores de Sustentabilidade: uma análise comparativa* (Tese de doutoramento). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. Recuperado de: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/84033>>.

Bellen, H. M. V. (2006). *Indicadores de Sustentabilidade: uma análise comparativa*. Rio de Janeiro: FGV.

Bezerra, F. D. (2014). Análise retrospectiva e prospectiva do setor têxtil no Brasil e no Nordeste. *Informe Macroeconomia, Indústria e Serviços*. 8(2), 1-37. Recuperado de: <[https://www.bnb.gov.br/documents/88765/89729/iis\\_ano8\\_n03\\_2014\\_textil.pdf/d9c9bcdc-38ac-4991-bf84-d25669d9c818](https://www.bnb.gov.br/documents/88765/89729/iis_ano8_n03_2014_textil.pdf/d9c9bcdc-38ac-4991-bf84-d25669d9c818)>.

Catoira, L. (2006). A indústria têxtil e a produção de moda. In: N. Villaça & K. Castilho (Orgs.), *Plugados na Moda*, 152-160. São Paulo: Anhembi Morumbi.

Cavalcanti, C. (1994). Breve Introdução à Economia da Sustentabilidade. In: C. Cavalcanti (Org.). *Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável*. Recife: INPSO/FUNDAJ.

Clark, H. (2008). Slow + Fashion - an oxymoron - or a promise for the future...? *Fashion Theory* -

*Journal of Dress Body and Culture*, 12, 427-446. <http://dx.doi.org/10.2752/175174108X346922>

Contino, J. M. (2015). *Fast fashion: apontamentos sobre as transformações da moda na condição pós-moderna* (Dissertação de mestrado). Programa de Pós-graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. <https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.25683>

Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. (2017). Anuário dos Trabalhadores: 2016. São Paulo: DIEESE, 2017. Recuperado de: <<http://obtrabalho.mte.gov.br/images/artigos/Anu%C3%A1rio2016/Anuario%20dos%20Trabalhadores%202016.pdf>>.

Divito, L., & Bohnsack, R. (2017). Entrepreneurial orientation and its effect on sustainability decision tradeoffs: the case of sustainable fashion firms. *Journal Of Business Venturing*, 32, 569-587. Recuperado de: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.05.002>>.

Elkington, J. (2001). *Canibais com garfo e faca*. São Paulo: Makron Books.

Ertekin, Z. O., & Atik, D. (2015). Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion. *Journal of Macromarketing*, 35, 53-69. Recuperado de: <<https://doi.org/10.1177/0276146714535932>>.

Ferronato, P. Boff., & Franzato, C. (2015). Open design e slow fashion para sustentabilidade do sistema moda. *Moda Palavra*, 1, 104-115. Recuperado de: <<http://dx.doi.org/10.5965/1982615x09012015104>>.

Fletcher, K. (2010). Slow fashion: an invitation for systems change. *Fashion Practice*, 2, 259-265. Recuperado de: <<http://dx.doi.org/10.2752/175693810x12774625387594>>.

Fletcher, K., & Grose, L. (2012). *Moda & Sustentabilidade: design para Mudança*. São Paulo: Senac.

Henninger, C. E. (2015). Traceability the new eco-label in the slow-fashion industry?-Consumer perceptions and micro-organisations responses. *Sustainability* (Switzerland), 7, 6011-6032. Recuperado de: <<http://dx.doi:10.3390/su7056011>>.

Jacques, C. G. (2015). *Trabalho decente e responsabilidade social empresarial nas cadeias produtivas globais: o modelo fast fashion em Portugal e no Brasil* (Tese de doutoramento). Programa de Pós-graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. Recuperado de: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/135124>>.

Johansson, E. (2010). Slow fashion: an answer for a sustainable fashion industry (Doctoral dissertation). The Swedish School of Textiles, University of Borås, Borås, Sweden. Recuperado de: <<http://hdl.handle.net/2320/6776>>.

Jung, S., & Jin, B. (2016a). Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. *Sustainability* (Switzerland), 8, 1-15. Recuperado de: <<https://doi.org/10.3390/su8060540>>.

Jung, S., & Jin, B. (2016b). From quantity to quality: understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education. *International Journal of Consumer Studies*, 40, 410-421. Recuperado de: <<https://doi.org/10.1111/ijcs.12276>>

Jung, S., & Jin, B. (2014). A theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry. *International Journal of Consumer Studies*, 38, 510-519. Recuperado de: <<https://doi.org/10.1111/ijcs.12127>>.

Lallement, M. (2006). Raízes alemãs da sociologia econômica. *Tempo Social*, 18, 375-394. Recuperado de: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-20702006000100019>>.

Leff, E. (2005). *Saber Ambiental*. São Paulo: Vozes.

Oenning, J. (2012). *Slow Fashion: um caminho possível para o Design de Moda Sustentável*. Universidade do Minho.

Peattie, K., & Charter, M. (2005). Marketing Verde. In: M. Baker (Org.). *Administração de Marketing*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Pimenta, H. C. D. (2010). *Sustentabilidade empresarial: práticas em cadeias produtivas*. Natal: IFRN.

Pookulangara, S., & Shephard, A. (2013). Slow fashion movement: understanding consumer perceptions – an exploratory study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 200–206. Recuperado de: <<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2012.12.002>>.

Richardson, R. J. (2008) *Pesquisa social: métodos e técnicas* (3a ed.). São Paulo: Atlas.

Robles, A., Jr., & Boneli, V. V. (2006). *Gestão da qualidade e do meio ambiente: enfoque econômico, financeiro e patrimonial*. São Paulo: Atlas, 2006.

Sachs, I. (2004). *Desenvolvimento: incluindo, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond.

Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania, & Secretaria de Gestão Pública. (2015) *Tráfego de pessoas e trabalho escravo no estado de São Paulo: análise dos procedimentos judiciais e extrajudiciais do MPT e MPF*. Recuperado de: <<http://www.justica.sp.gov.br/StaticFiles/SJDC/ArquivosComuns/ProgramasProjetos/NETP/Pesquisa%20sobre%20Trabalho%20Escravo%20e%20Tr%C3%A1fico%20de%20Pessoas.%20Governo%20do%20Estado%20de%20S%C3%A3o%20Paulo.pdf>>.

Selltiz, C., Wrightsman, L. S., & COOK, S. W. (1975). *Métodos de pesquisa nas relações sociais* (5a ed.). São Paulo: EPU/Edusp.

Silva-filho, J. C. L., & Cantalice, F. L. B. M. (2011). Fair trade (comércio justo) como um ‘tópico quente’ internacional e sua abordagem no Brasil. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 4(2), 223-244.

Slow Down Fashion. *Guia de marcas e projetos locais e inovadores que estão alinhadas aos valores do movimento Slow Fashion*. (n.d.). Recuperado de: <<http://slowdownfashion.com.br/>>.

Tachizawa, T. (2002). *Gestão Ambiental e Responsabilidade Social: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira*. São Paulo: Atlas.

Theis, T., & TOMKIN, J. (Eds.). (2013). *Sustainability. A Comprehensive Foundation*. [s.l.] OpenStax-CNX, 2013. Recuperado de: <[https://cnx.org/contents/FOHv\\_Zza@43.5:HdWd2hN5@2/Foreword](https://cnx.org/contents/FOHv_Zza@43.5:HdWd2hN5@2/Foreword)>.



Tribunal Regional do Trabalho de São Paulo [TRT2]. (2014) *M.Officer é condenada em ação trabalhista, após fiscalização que resgatou bolivianos de oficina de costura*. Recuperado de: <<http://www.trtsp.jus.br/indice-de-noticias-noticias-juridicas/19104-m-officer-e-condenada-em-acao-que-resgatou-bolivianos-de-oficina-de-costura>>.

Veblen, T. (1983). *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Abril Cultural.

Watson; M. Z., & YAN; R.-N. (2013). An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 17, 141-159. Recuperado de: <<https://doi.org/10.1108/JFMM-02-2011-0045>>.

World Commission on Environment and Development (the Brundtland Commission). (1987). *Our Common Future*. Recuperado de: <<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>>.

Zanirato, S. H. (2013). Moda e sustentabilidade, um diálogo paradoxal? In: I. G. Simili; & R. S. Vasques (Orgs.). *Indumentária e Moda: caminhos investigativos*. Maringá: EDUEM.