



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

JÚLIA MAPELI BORGES

**A SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA DA MODA: UM
ESTUDO BIBLIOMÉTRICO**

UBERLÂNDIA

2022

JÚLIA MAPELI BORGES

**A SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA DA MODA: UM
ESTUDO BIBLIOMÉTRICO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais,
como requisito para obtenção do título de Bacharel
em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Roberto Domingues

UBERLÂNDIA

2022

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

JÚLIA MAPELI BORGES

**A SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA DA MODA: UM
ESTUDO BIBLIOMÉTRICO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal de Uberlândia, Minas
Gerais, como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Aprovado em: 05 de JANEIRO de 2023.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Carlos Roberto Domingues
FAGEN/UFU

Prof^ª. Dra. Janaína Maria Bueno
FAGEN/UFU

Prof^ª. Dra. Miriam Teimi Takimura Oliveira
FAGEN/UFU

Dedico este trabalho a todos que veem a natureza como parte indissociável de si.

Para os atuais e futuros administradores, que já não podem mais compactuar com a ignorância e omissão frente aos problemas existentes.

AGRADECIMENTOS

Algumas pessoas se fizeram importante para que esse trabalho pudesse ser realizado com a máxima dedicação.

Gostaria de agradecer ao meu orientador, professor Carlos Roberto Domingues, pelo auxílio nessa última etapa da graduação e pela condução nesse caminho até então desconhecido.

Aos meus pais por terem, desde pequena, me dado todos os melhores recursos educacionais, nunca me faltou investimento e fomento para estudar.

Agradeço ao meu primo, Hugo, que mesmo distante, consegue me dar apoio e incentivo em cada caminho que percorro. Obrigada por me socorrer quando eu preciso!

Às minhas colegas de graduação, que foram um dos pontos fundamentais de apoio para que eu conseguisse percorrer minha trajetória acadêmica.

Grata também ao meu namorado, Cauê, que é meu parceiro e ponto de conforto e incentivo.

Por fim, quero agradecer a todos os meus professores ao longo da vida, os quais, dentro do seu contexto, contribuíram para minha formação.

“Nós não somos donos da terra, nós somos a terra”. (Casé Angatu Xukuru Tupinambá)

“La moda es la piel que elegimos. La ropa que usamos representa como nos sentimos sobre nosotros mismos. Es nuestro mensaje hacia el mundo sobre quienes somos. Nuestra ropa dice mucho sobre nosotros, pero nosotros no sabemos mucho sobre nuestra ropa”. (Autor desconhecido)

RESUMO

A evolução da indústria da moda revela que o sistema produtivo e de consumo até então conhecidos já não funcionam muito bem. As pressões sociais e ambientais alertam para numerosos problemas já há muito enfrentados e que vêm ganhando mais notoriedade, dentro e fora das empresas, como os crescentes impactos na fauna e flora, a irrefutável desigualdade social e hábitos insustentáveis de consumo. Apesar da relevância do tema, dada sua relação com os pilares econômico, social e ambiental, somente a partir de 2018, começaram a ser realizados mais estudos envolvendo essa temática. Com o objetivo de analisar a produção acadêmica em língua portuguesa e em periódicos nacionais sobre sustentabilidade na indústria da moda, realizou-se uma revisão bibliométrica, composta por 43 artigos, que vão de 2007 ao primeiro semestre de 2022 e que foram coletados nas bases de dados Spell e Portal de Periódicos da Capes. Esta bibliometria teve o auxílio de filtros, delimitando expressões, repetições, idioma e temática, além da aplicação das leis de Bradford, Zipf e Lokta. Considerando o número de artigos, abordagens e seus objetivos, observa-se que o tema tem muito que amadurecer no país, em relação a exploração de assuntos pertinentes e ainda não discutidos, o que expande as possibilidades de pesquisas futuras. Ainda, verificou-se que diversos autores e periódicos pesquisam sobre o assunto, mas apenas algumas revistas concentram grande parte das investigações. Identificou-se também que a maior parte das publicações ocorreram entre 2018 e 2021 e que não há autores que detêm significativo impacto sobre o tema.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Indústria da moda. Bibliometria.

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 -	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	17
Figura 2 -	Total de artigos por ano	26
Figura 3 -	Frequência de autores por publicação	27
Figura 4 -	Publicações nos seis principais periódicos	27
Figura 5 -	Número de publicações por ano nos seis principais periódicos	28
Figura 6 -	Principais pesquisadoras do tema	29
Figura 7 -	Nuvens de Palavras dos resumos	29
Figura 8 -	Nuvem de Palavras-chave dos artigos de 2019 a 2021	30
Figura 9 -	Abordagens de pesquisa	31
Figura 10 -	Autores mais citados	31

LISTAS DE QUADROS

Quadro 1 -	Leis da Bibliometria	23
Quadro 2 -	Expressões x Produções encontradas	24

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
2.1 CONSTRUÇÃO HISTÓRICA DA SUSTENTABILIDADE	12
2.2 SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL	14
2.3 SUSTENTABILIDADE NO BRASIL.....	16
2.4 A INDÚSTRIA DA MODA.....	18
2.6 A INDÚSTRIA DA MODA E AS PREOCUPAÇÕES COM A ECOLOGIA E A SUSTENTABILIDADE	21
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	23
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS	35
APÊNDICE: PRODUÇÕES UTILIZADAS NA BIBLIOMETRIA	40

1 INTRODUÇÃO

Juntamente com advento das tecnologias da informação, a construção e celebração da velocidade, cria a ilusão de que uma boa produtividade está ligada com o tempo mínimo em que ocorre a produção. Nesse contexto de aceleração, muitas vezes é necessário sacrificar a qualidade, a qual se torna, frequentemente, um traço oposto a rapidez e eficiência. A velocidade, para além da produção, se estendeu ao cotidiano dos indivíduos inseridos no sistema de trabalho capitalista (BERLIM, 2021). A alta conectividade e carga de informações que esses consumidores se deparam, transformam incessantemente os seus hábitos e padrões de consumo, e cria na indústria a necessidade de sempre substituir seus itens para atender os compradores (SOUZA *et al.*, 2021).

Considerando as transformações mundiais em todos os mercados, o segmento da moda inicia um processo de reconfiguração a partir do final do século XX. O cenário econômico e social impactados pela pandemia do COVID-19, as crescentes pressões acerca dos recursos naturais e o reconhecimento do cenário climático, fomenta mudanças nas formas de produção, modelos de negócio e percepções das empresas nas suas atuações para com a sociedade (BERLIM, 2021).

Vê-se que os impactos no meio ambiente são causadores de danos ao solo, à água e ao ar, podendo destacar a indústria têxtil como uma das mais poluidoras (GENTILE; MORO; MENDES, 2016). De acordo com o The World Bank (2019), as pessoas compram em média 60% mais roupas do que em 2000, e como resultado também descartam mais. Em contrapartida, também se tornaram mais atentas às ofertas disponíveis no mercado e na busca por produtos acompanhados de valores, que contribuam para o bem da sociedade (BREVE; GONZAGA; MENDES, 2018).

Esse cenário faz captar a relevância da sustentabilidade para as organizações, não apenas em decorrência dos aspectos financeiros, mas devido às preocupações com sua reputação perante a sociedade e os consumidores (DUDA *et al.*, 2022). Desse modo, as empresas consideradas sustentáveis são aquelas que, apesar de ainda objetivarem o lucro, consideram o impacto de suas atividades no ambiente, exercendo ações sociais, seja com os colaboradores ou com a comunidade (AZEVEDO, 2011).

Nesse sentido, as sérias mudanças no comportamento dos consumidores e os resultados na economia, sinalizam que o sistema de moda que conhecemos, já não atua muito bem. A indispensabilidade de uma transformação é enorme e requer um questionamento ético sobre a dimensão humana e a velocidade com que a indústria tem

atuado, tal como os efeitos desse sistema para trabalhadores, consumidores, cultura e meio ambiente (BERLIM, 2021).

Assim sendo, esse estudo consiste em uma revisão bibliométrica, que teve por objetivo identificar o que se produziu no contexto brasileiro no período de 2007 ao primeiro semestre de 2022, acerca da sustentabilidade dentro da indústria da moda. A justificativa desse trabalho se dá devido à pertinência da sustentabilidade para, além da competitividade, a sobrevivência das empresas de moda. Sobretudo, essa pesquisa se torna relevante pela necessidade de uma reformulação sobre os valores, a implementação de novas estratégias e senso de respeito e responsabilidade com o todo (BERLIM, 2021).

Dessa maneira, este trabalho pretendeu mostrar a evolução do tema no campo das investigações, podendo ser utilizado como ponte para pesquisas futuras. Ademais, procurou-se trazer luz à necessidade de mais discussões e transformações nos campos social, econômico e ambiental de uma das maiores indústrias do mundo.

Cabe salientar que o presente artigo foi estruturado em cinco sessões: introdução; referencial teórico; procedimentos metodológicos; apresentação e discussão dos resultados; e conclusão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONSTRUÇÃO HISTÓRICA DA SUSTENTABILIDADE

A construção histórica do que se relaciona à sustentabilidade, além de ser relativamente recente, não apresenta uma origem prontamente averiguável, uma vez que as iniciativas e ações que a representa estão difundidas por diferentes locais e tempos, com práticas de baixa visibilidade (PIGA; MANSANO, 2015). Segundo as autoras, a segunda metade do século XX foi marcada pelas primeiras preocupações ecológicas, sendo a criação dos parques de proteção ambiental, um dos primeiros passos a ir, aos poucos, se espalhando pelos países. Cardoso (2008), aponta que foi a partir da década de 60 que ideias como ecologia humana e estratégias tecnológicas alternativas passaram a ser discutidas.

Piga e Mansano (2015) também afirmaram que na época da criação dos vários parques de preservação, a natureza ainda era observada de um modo mais contemplativo, ligando o homem à uma existência divina. Com o tempo, no entanto, o ser humano “começa a sentir, de fato, uma terrível ameaça, que o obriga a descobrir que ele é parte da natureza, está indissolavelmente ligado a ela, e que, portanto, se destruir o meio que o circunda, estará destruindo a si mesmo” (MOURA, 1994, p.50 apud MOTTA; ROSSI, 2003, p.47).

A partir da década de 60, inicia-se uma sequência de eventos com o intuito de discutir internacionalmente a problemática ambiental. Segundo Cristófaló *et al.* (2016), esses debates reuniram líderes globais para discutir maneiras de conciliar o desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente. Três grandes encontros marcaram a história da sustentabilidade e foram propulsores de diversos estudos sobre o conceito (DUDA *et al.*, 2022).

O primeiro foi a Conferência de Estocolmo que ocorreu em junho de 1972, na cidade de Estocolmo, capital da Suécia, e reuniu 113 países. Esse evento foi um marco, dado que foi o primeiro grande encontro internacional com representantes de diversas nações para discutir os problemas ambientais (CETESB, 2022). Além de fortalecer os grupos ambientalistas, essa conferência ampliou o seu papel político e promoveu o desenvolvimento de políticas ambientais nacionais, de forma que fossem disseminadas e implementadas em níveis que atendessem à hierarquia governamental de cada nação, tanto na esfera nacional, estadual e/ou municipal (PIGA; MANSANO, 2015). Nela, foi

reconhecida a relação entre conservação ambiental e desenvolvimento industrial (DUDA *et al.*, 2022).

Outra Conferência das Nações Unidas foi a Rio-92 ou Eco-92, que aconteceu em junho de 1992, na cidade do Rio de Janeiro e contou com a presença de 175 países. O encontro chamou bastante atenção para definir medidas de enfrentamento para os crescentes problemas da emissão de gases causadores do efeito estufa. Movimentos sociais, sociedade civil e iniciativa privada também compareceram no Brasil, todos com o objetivo de propor um novo modelo de desenvolvimento econômico que se alinhasse à proteção da biodiversidade e ao uso sustentável dos recursos naturais (IPEA, 2009).

Um dos principais entendimentos da Eco-92 foi de que as nações mais desenvolvidas eram as maiores responsáveis pelos perigos ao meio ambiente e que os países ainda em desenvolvimento precisavam de auxílio financeiro e tecnológico para atingir um modelo sustentável de crescimento (IPEA, 2009). O principal resultado da Conferência foi a Agenda 21, que consistia em um documento assinado pelos Estados, com ações de curto, médio e longo prazo, a fim de solucionar os problemas identificados (CONEXÃO AMBIENTAL, 2018).

O terceiro encontro marcante foi a Rio +20, que ocorreu novamente no Rio de Janeiro, em 2012 e reuniu representantes de quase 200 países, além de contar com grande participação da sociedade civil. Essa Conferência abordou os temas da economia verde, erradicação da pobreza e a estrutura institucional necessária para o desenvolvimento sustentável ocorrer (GREENPEACE, 2022). Duda *et al.* (2022) afirmam que o principal propósito dessas conferências foi estabelecer meios para continuar com o desenvolvimento econômico, sem agredir tanto o meio ambiente.

Para os autores supracitados, um dos relevantes acontecimentos ocorreu em 1987, quando a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMDA), que pesquisava a situação de degradação econômica e ambiental do planeta, produziu um relatório que ficou conhecido por “Relatório Brundtland” ou “*Our common future*”. Tal relatório trouxe a definição de que desenvolvimento sustentável seria a “capacidade de satisfazer as necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das gerações futuras em satisfazer as suas próprias necessidades” (WCED, 1987).

É válido sinalizar que apesar de serem usados como termos análogos, há uma diferença entre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável. O primeiro termo, sugere a capacidade de manter um estado, ou seja, em equilibrar a utilização e consumo de

recursos naturais, enquanto o segundo implica em um processo para manter um equilíbrio dinâmico a longo prazo entre o social, cultural e econômico (OSORIO; LOBATO; CASTILLO, 2005).

Na compreensão de Ransburg e Vágási (2007), o termo “desenvolvimento sustentável” delinea uma complexidade de requisitos sociais concebidos para manter o desenvolvimento econômico ao longo de gerações, promover o uso responsável e eficiente dos recursos naturais, a proteção do meio ambiente e o progresso social com base nos princípios de direitos humanos. Nesse sentido,

[...] o ‘desenvolvimento sustentável’ é admitido como aquilo a ser alcançado pela soma e equilíbrio das ações e processos organizacionais e que a ‘sustentabilidade’ é compreendida como o equilíbrio conquistado em cada ação e processo organizacional que vislumbre preocupações de longo prazo em seus cotidianos (MUNCK; BORIM-DE-SOUZA, 2009).

2.2 SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL

Faria e Filgueiras (2008), apontam que, ao final dos anos 1970, a empresa começa a ser entendida como uma entidade moral, na qual as decisões empresariais são compreendidas para além do nível individual, o que faz surgir uma ideia de responsabilidade corporativa. A revisão e análise da literatura revela a importância de se ter um comportamento socialmente responsável como estratégia de legitimação e sobrevivência das empresas (MARTÍNEZ; FERNÁNDEZ; FERNÁNDEZ, 2016).

Em 1997, Elkington lançou um livro intitulado “*Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*”, no qual ele apresenta o conceito de *Triple Bottom Line (TBL)*, que seriam os tripés da sustentabilidade. Tal conceito é formado pelos fundamentos correspondentes aos pilares econômico, ambiental e social. A dimensão social se refere às pessoas, incluindo as relações com os *stakeholders*, desde os acionistas, colaboradores, clientes e consumidores até os membros da comunidade, que são afetados pelo comportamento da organização. Na dimensão ambiental, incluem-se os efeitos da organização sobre o planeta e na econômica o lucro e saúde financeira da organização (FRIZON; EUGÉNICO; FALCÃO, 2022). De acordo com Munck, *et al.* (2013), as ações organizacionais somente serão consideradas sustentáveis quando atenderem, efetivamente, esses três pilares.

Loviscek (2021) cita Elkington (1998) para explicar que o livro denota que o desenvolvimento sustentável depende principalmente da formação de parcerias de longa data, compartilhamento de conhecimento e modelos de negócios sustentáveis. Kantabutra (2021) também revela que a visão e valores organizacionais de sustentabilidade acabam

levando os membros dessa organização a realizar práticas de sustentabilidade corporativa, que por sua vez sucede em melhores resultados relacionados ao TBL e à satisfação das partes interessadas, o que, conseqüentemente, aumenta o valor de marca. Nesse sentido, o valor de participar de iniciativas voluntárias em sustentabilidade é entendido com os ganhos intangíveis que essas experiências proporcionam, como reputação e compartilhamento de experiências na comunidade empresarial (DUDA *et al.*, 2022).

Vale ressaltar, que apesar de já ser reconhecido que a cultura organizacional é importante para garantir a sustentabilidade corporativa, a maioria dos modelos existentes de cultura organizacional não tem uma orientação voltada para a sustentabilidade (KANTABUTRA, 2021).

Ademais, uma série de fatores indicam que o modelo linear *take, make, dispose* (extrair, fabricar, descartar) está sendo cada vez mais desafiado pelo próprio contexto em que opera (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2012). Tal fato chama atenção para o conceito de economia circular, a qual consiste em um modelo de desenvolvimento sustentável que assegura maior eficiência dos recursos e maior bem-estar das populações (COTEC, 2016). Segundo Barboza *et al.* (2022), as organizações que procuram implementar uma economia circular devem nutrir, compartilhar e comunicar a todo o seu ambiente de negócios um conjunto de valores que se adeque ao seu ecossistema corporativo.

Dada essas discussões, as empresas ficaram mais alertas quanto aos seus modelos de gestão, que antes focavam somente na parte econômica. Assim, entende-se que as estratégias que consideram critérios de sustentabilidade, conseguem criar valor a longo prazo, dado que tal comportamento desperta interesse de clientes e investidores (DUDA *et al.*, 2022).

Ademais, para que pudesse ser mensurado o quanto as empresas estariam alinhadas à essas práticas foram criadas alguns indicadores ao longo da história (DUDA *et al.*, 2022). De acordo com Cristófalo *et al.* (2016), o primeiro índice a surgir foi o *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI), em 1999, nos Estados Unidos. Já na América Latina, o índice pioneiro de sustentabilidade foi originado na Bolsa de Valores de São Paulo, em 2005, e ficou conhecido por Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).

Uma ferramenta mais atual bastante presente nas discussões sobre o uso de indicadores de sustentabilidade nas organizações é as diretrizes GRI (*Global Reporting Initiative*), que se encontra em mais de 40 países no mundo e é composta por

representantes de diversos setores da sociedade, como empresas, organizações não governamentais, peritos, agências governamentais, entre outros. (HOURNEAUX JUNIOR; HRDLICKA; KRUGLIANSKAS, 2011). A GRI foi fundada em Boston, EUA, em 1997, e tinha por objetivo ser o primeiro mecanismo de responsabilização para assegurar que as empresas aderissem aos princípios de conduta ambiental responsável, sendo então ampliado para incluir questões sociais, econômicas e de governança (GRI, 2022). Em 2016, a GRI deixou de fornecer diretrizes e passou a determinar os primeiros padrões globais para relatórios de sustentabilidade – os Padrões GRI. (GRI, 2022).

Galleli, Sutter e Lennan (2015) citam, por sua vez, que até 2014, ao consultarem as bases de dados da GRI, haviam sido encontrados mais de 18 mil relatórios publicados nos mais diversos setores. Até a época, somente no setor de têxteis e vestuários eram 181 relatórios, mostrando que a indústria adere à essa ferramenta cada vez mais ao longo dos anos. As autoras ainda citam Elkington (1999) para explicar que esse crescimento no volume de relatórios não necessariamente significa que as organizações estão mais sustentáveis ou alinhadas com os três pilares da sustentabilidade, mas que estão em busca, mesmo que aos poucos, de caminhos mais alinhados à essas dimensões.

Outro termo que tem ganhado grande visibilidade, especialmente no mercado financeiro, é a sigla em inglês ESG (*environmental, social and governance*), que corresponde às práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização. O termo foi criado em 2004, e advém de uma provocação feita pelo secretário-geral da ONU, Kofi Annan, a 50 CEOs de grandes instituições financeiras, sobre como integrar esses três fatores no mercado de capitais (PACTO GLOBAL, 2022). As informações ESG são fundamentais para a tomada de decisões dos investidores, sendo que seus critérios estão relacionados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

2.3 SUSTENTABILIDADE NO BRASIL

No Brasil, até a década de 70, não havia de fato uma política ambiental. Na época, houve intervenções públicas em áreas como a saúde e habitação, que consistiam em estratégias e diretrizes para proteger o meio físico e biológico da nação, assim como os seus grupos sociais (PIGA; MANSANO, 2015). O que pode ser pontuado como política ambiental explícita do governo brasileiro, ocorreu com a criação da Secretaria de Estado de Meio Ambiente em 1973 (ACSELRAD, 2001 apud PIGA; MANSANO, 2015).

Em se tratando mais especificamente da última década no país, *Zorzo et al. (2022)*, realizou uma pesquisa para responder como o país vem avançando em relação aos objetivos estabelecidos em 2015 para com a Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU). Segundo os autores, a Agenda tem por objetivo combater diversos problemas mundiais, que são traduzidos por meio dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. A Agenda 2030 é formada por 17 enfoques, os quais podem ser mensurados por indicadores que avaliam a evolução do país, como pode ser visto a seguir:



Figura 1: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Fonte: Grupo de Trabalho da Sociedade Civil para a Agenda 2030 (2021).

A análise dos autores *Zorzo, et al. (2022)*, mostrou pequenos avanços até agora ou até mesmo retrocessos nos indicadores avaliados, o que deixa claro que ainda há muito o que se fazer para que o país possa evoluir.

O Relatório Luz (RL, 2022, p.4), realizado pelo Grupo de Trabalho da Sociedade Civil para a Agenda 2030, reafirma esse cenário negativo no Brasil:

[...] mostra um país sob uma realidade gravíssima. Num contexto de crise sanitária e climática de ordem global, o aumento da pobreza, da fome, da perda de biodiversidade e da qualidade de vida no Brasil são aqui apresentados com dados que indicam, de forma irrefutável, uma sociedade adoecida não apenas pelos efeitos devastadores da pandemia da Covid-19, mas, também, pelo crescimento das desigualdades (RL, 2022, p.4).

O Relatório apresenta que o Brasil não avançou em 80,35% das 168 metas analisadas para implementação dos 17 ODS, e que em diversas outras metas sequer há dados disponíveis para avaliação (RL, 2022).

2.4 A INDÚSTRIA DA MODA

Cordeiro *et al.* (2013) afirma que o conceito de moda iniciou a se fixar no fim da Idade Média e começo da Renascença, quando ocorreu um vasto crescimento urbano e a burguesia, classe social que vinha surgindo, encontrou no vestuário uma forma de se assemelhar aos nobres. Nesse sentido, a moda passou a ser ligada a status, poder e diferenciação (LIPOVETSKY, 1989 apud CORDEIRO *et al.*, 2013).

Com a Revolução Industrial, a moda passa a ser realmente um sistema, dado que pela primeira vez na história tem as condições para se autossustentar e autoalimentar, estabelecendo a competição e estimulando a inovação (CALANCA, 2008 apud FELDMAN; KARAM JUNIOR, 2020). No Brasil, paralelamente as mudanças sociais vivenciadas nos países da Europa e América do Norte decorrente das revoluções industriais, se via um quadro estático, que se deu devido ao ingresso tardio no mundo industrializado, prolongação da escravidão e pouca qualidade dos produtos fabricados nacionalmente. Foi apenas na década de 1950, com o governo de Juscelino Kubitschek, que de fato começaria a indústria brasileira, ganhando aos poucos o espaço que antes era ocupado pelo produto agrícola (VOLPI, 2007 apud CORDEIRO *et al.*, 2013).

Vale ressaltar que, conforme Prado Junior (1976), apesar da agricultura e mineração estarem em primeiro plano no Brasil, a indústria têxtil também tinha sua importância, provendo os mercados locais rurais com pequenas manufaturas de tecidos e vestuários. Nessa época, os responsáveis pela fiação acabavam sendo os escravos e mulheres da casa e esse cenário representava um traço importante e característico da vida social e econômica da colônia.

Pode-se ainda acrescentar, que durante a Segunda Guerra Mundial, muitas dessas confecções eram subsidiadas e organizadas pelos governos para aumentar sua produtividade, produzindo peças destinadas à batalha. A partir dos anos 1950, após duas guerras mundiais, ocorre uma revolução na história do vestuário. Passa-se, então, a ser elaborada, o que ficou conhecido por “*prêt-à-porter*” ou “*ready to wear*” (ou seja, pronto para usar), exigindo uma cadeia industrial que produzisse em curtos períodos (FELDMAN; KARAM JUNIOR, 2020).

Segundo Fleury e Oliveira (2021), a industrialização em ascensão e a comercialização de peças em grande escala criadas por um *designer*, deixa a moda mais acessível e capaz de estabelecer preços mais competitivos. Para os autores, o consumo nesse sistema de

moda, alinhado ao surgimento da sociedade moderna ganha força, visto que valoriza o novo, o transitório e o individual.

De 1990 em diante, com a rápida integração dos mercados, ocorreu um intenso comércio internacional, no qual as empresas tiveram que desenvolver novas estratégias como forma de manter e conquistar mercados (GEREFFI; MEMEDOVIC, 2003 apud GALLELI; SUTTER; LENNAN, 2015). Para Sapper (2018, p. 689) “O século XX extrapola o impulso consumidor para o desejo, pois as mercadorias passaram a ser revestidas de mensagens e signos”. A autora cita Lipovetsky (1989, p.171) que diz que “Jamais se consome um objeto por ele mesmo ou por seu valor de uso, mas sim em razão de seu ‘valor de troca signo’, isto é, em razão do prestígio, do status, da posição social que confere”.

Tudo isso, forma as bases do que hoje é conhecido por *fast-fashion*. Segundo Cietta (2010) citado por Massaro (2021), esse sistema recebeu tal denominação pela aproximação com o *fast-food*, o qual remete a produtos que apresentam baixa qualidade e são fabricados em uma velocidade alta. Para Solino *et.al.* (2015) os negócios de *fast-fashion*, têm a capacidade de reagir às tendências do mercado e de melhorar os tempos de resposta ao consumidor.

Com o objetivo de minimizar os custos e ampliar os lucros, as roupas do *fast-fashion* são, em grande parte, artigos de baixa qualidade, possuindo um ciclo de vida rápido (CASTRO; MARTINS; FERREIRA, 2019). Todavia, por oferecer produtos de maneira massificada, ele geralmente é enxergado de forma negativa, podendo ser culpado de causar uma padronização no modo de vestir da população.

Esta análise simplista desconsidera a natureza híbrida da moda e seu caráter cultural, visto que os produtos de moda possuem significado, sentido e valor condizentes com o contexto onde estão inseridos. Com a maior percepção e demanda de instrumentos de autoexpressão pelo consumidor brasileiro, causadas principalmente pelo momento socioeconômico e cultural do país, o *fast-fashion* possibilita com que todas as camadas da população tenham acesso à moda como produto industrial e como instrumento (NUNES; SILVEIRA, 2016, p.68).

Sapper (2018) conclui que o *fast-fashion* carrega dois traços: o primeiro é uma evolução quanto à logística, com uma rede ampla de fornecedores e agilidade de produção, e o segundo seria um retrocesso quanto aos modos de consumo e a intensificação do efêmero, no qual prevalece uma cultura que não se preocupa com o comportamento sustentável. Segundo a autora, “o lado retrógrado do *fast fashion* nada

mais é que um espelho da massa da sociedade, que apesar de mais informada, ainda não colocou em prática atitudes mais éticas e se deixa levar pelos desejos de consumo”.

Em suma, é possível dizer que a indústria têxtil, independente da época, tem um importante significado na dimensão social, cultural, econômica e política, a ponto de influenciar costumes e tendências (FUJITA; JORENTE, 2015).

Tal como outras indústrias que produzem bens de consumo, a indústria da moda é responsável por gerar impactos negativos no meio ambiente (MESACASA; SORGATTO, 2020). Esse impacto é decorrente dos rápidos ciclos de tendências de moda que procuram produzir continuamente novas coleções e de empresas que sentem a necessidade de substituir seus itens em um ritmo frenético (SOUZA *et al.*, 2021).

Segundo o The World Bank (2019):

- Cerca de 20% da água residual de todo o mundo é advinda do tratamento e tingimento de tecidos;
- Todos os anos, a indústria da moda usa 93 bilhões de metros cúbicos de água (o que seria suficiente para atender às necessidades de consumo de cinco milhões de pessoa);
- 87% do total de fibras utilizadas para confecções é incinerado ou descartado em aterros;
- A indústria da moda é responsável por 10% das emissões globais anuais de carbono, o que corresponde a mais do que todos os voos internacionais e transporte marítimo juntos;

O cenário contemporâneo expande a percepção de que a preservação do meio ambiente é condição para a sustentabilidade dos negócios, o que faz com que as empresas passem a integrar novas práticas como centro de suas estratégias e modelos de negócio (HELOANI, 2005). Dessa maneira, com base em Rech e Souza (2009), para além de melhorarem a captação de matérias-primas, as organizações precisam reinventar a sua própria forma de fazer, dedicando-se aos três pilares: ser socialmente justo, ambientalmente equilibrado e economicamente próspero.

Para GWILT (2014) citado por Perini (2018), esses três pilares independem do tamanho da organização ou da sua gama de produtos. Para a autora, o pilar social seria a manufatura, que deve assegurar os direitos e condições trabalhistas; o segundo pilar (meio ambiente) busca a estabilidade ecológica; e o último procura contribuir com a economia,

por meio da viabilidade econômica de quaisquer envolvidos nos processos até o final do ciclo de vida do produto.

Torna-se relevante, então, a sustentabilidade em todas as etapas da criação de uma coleção de moda, desde a concepção da peça, os fornecedores e durabilidade dos produtos; elaboração dos moldes e costura e na manufatura; também na distribuição e menor consumo de energia; nas vendas do varejo e possibilidades de uso, conserto ou reaproveitamento das peças; até o descarte, reuso ou reciclagem (GWILT, 2014 apud PERINI, 2018).

Nesse sentido, diante de todos os critérios para um produto ser considerado sustentável, a sustentabilidade pode ser considerada uma das maiores instigações à moda, com barreiras que ainda precisam ser superadas (MOURA; ALMEIDA, 2013 apud BREVE; GONZAGA; MENDES, 2018).

2.6 A INDÚSTRIA DA MODA E AS PREOCUPAÇÕES COM A ECOLOGIA E A SUSTENTABILIDADE

A partir de 1990, fica perceptível uma maior movimentação da indústria da moda para aderir à sustentabilidade como estratégia de diferenciação. Várias iniciativas surgiram, conectando moda e sustentabilidade, que foram traduzidas em expressões como: “moda ética”, “moda consciente”, “moda verde”, “*ecofashion*”, “*ecomoda*”, “*green fashion*” e “*ethical clothing*” (GALLELI; SUTTER; LENNAN, 2015).

Em contrapartida ao *fast-fashion*, passa-se a ver um movimento que estimula um estilo de vida mais lento e saudável, o chamado *slow fashion*. Berlim (2021) argumenta que o *slow fashion* está inserido em um contexto que questiona a lógica capitalista, a velocidade e os processos de massificação e padronização do consumo de moda. Esse conceito, segundo Massaro (2021), mobiliza a ideia de vida, colocando-a no centro, como norteadora das decisões que vão desde o nascimento até o descarte e a transformação final da roupa criada.

Esse movimento propõe práticas limpas na produção de fibras e tecidos, preços justos, minimização do consumo, novos modelos de negócios, resgate de técnicas tradicionais artesanais e o respeito às culturas locais. Portanto, uma escolha de “qualidade ao invés de quantidade” (BERLIM, 2021). Nesse contexto, a autora menciona Fletcher (2010), para explicar que o *slow* não é o oposto do *fast*, mas sim uma conduta distinta,

em que *designers*, consumidores e varejistas são mais conscientes acerca dos impactos nos trabalhadores, nas comunidades e nos ecossistemas.

Apesar de durante a pandemia da COVID-19 o *slow fashion* ter aparecido como uma alternativa mercadológica e ideológica apropriada ao momento (BERLIM, 2021), esse consumidor mais consciente e que preza pelo bem-estar social e ambiental, não é fruto do “novo normal”, mas vem manifestando-se lentamente, por meio de um processo muito mais longo e complexo (ZANZI *et.al.*, 2021).

Galleli, Sutter e Lennan (2015), concluíram que a sustentabilidade na moda ainda é incipiente. Tendo em vista as numerosas subcontratações no setor e os expansivos usos de recursos naturais, as autoras acreditam que “poucos setores são tão desafiados por iniciativas sustentáveis como o segmento da moda”.

Ainda, Ferronato e Franzato (2015) entendem que o ser humano apenas muda o que tem controle, e que por isso, as conexões que existem na moda devem ser conhecidas por todos os autores, para que esses possam compreender e agir sobre os problemas. O designer é visto como o ator central desse sistema, apresentando como propósito integrar na concepção dos produtos de moda a visão do lado econômico, social e ambiental (MESACASA; SORGATTO, 2020).

Tendo em vista tudo isso, a tendência é que as empresas percebam, aos poucos, a indispensabilidade de avaliar o impacto futuro de suas ações atuais. Dessa maneira,

É possível que, num futuro próximo, a adoção de posturas mais sustentáveis pelas organizações seja algo obrigatório. Talvez por questões legais, pelo movimento da concorrência ou pelo aumento da consciência ambiental dos mercados. Enquanto isso não acontece, conseguirão uma vantagem competitiva aquelas que não fecharem os olhos para a urgência em se tratar do assunto (SCHIOCHET, 2019, p.78).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho é uma revisão bibliométrica, que procurou identificar as produções científicas realizadas em periódicos nacionais entre 2007 e o primeiro semestre de 2022, acerca da sustentabilidade na indústria da moda. Segundo Spinak (1998), a bibliometria busca realizar um estudo quantitativo das produções, de modo a identificar as tendências e conhecimentos nas diferentes disciplinas.

De acordo com Chueke e Amatucci (2015), três leis regem esse tipo de estudo, as quais nortearam este estudo:

Leis	Medida	Critério	Objetivo principal
Lei de Bradford	Grau de atração do periódico	Reputação do periódico	Identificar os periódicos mais relevantes e que dão maior vazão a um tema específico
Lei de Zipf	Frequência de palavras-chave	Lista ordenada	Estimar os temas mais recorrentes relacionados a um campo de conhecimento
Lei de Lotka	Produtividade autor	Tamanho-frequência	Levantar o impacto da produção de um autor numa área de conhecimento

Quadro 1: Leis da bibliometria
Fonte: Chueke e Amatucci (2015).

A fim de atingir o objetivo estabelecido, realizou-se pesquisas nas plataformas Spell da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (Anpad) e no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Para tal, foram utilizadas as seguintes expressões para pesquisa: Moda sustentável; Moda circular; Slow Fashion; Fast Fashion; Sustentabilidade na moda. Com a opção de pesquisa avançada buscou-se também, simultaneamente, pelas duas expressões: Indústria da moda e Sustentabilidade. Cabe citar que na plataforma Spell, os termos foram pesquisados no campo “Resumo”.

Diante dos artigos encontrados, foi realizada uma triagem inicial, por meio da leitura dos títulos e resumos, em que se retirou artigos repetidos ou que por problemas técnicos do site da revista, não conseguiram ser abertos para visualização. Ainda, eliminou-se publicações que não se relacionavam com o tema definido, seja por não focarem especificamente em organizações da indústria da moda ou por não abordarem o aspecto da sustentabilidade nesse segmento. A seguir, o Quadro 2 - Expressões x Produções encontradas, apresenta a relação entre as expressões pesquisadas e a

quantidade de produções encontradas, juntamente com o número resultante da primeira filtragem:

Expressões pesquisadas	Número de produções encontradas
Sustentabilidade na moda	12
Moda Sustentável	34
Moda Circular	5
Slow Fashion	25
Fast Fashion	97
Indústria da moda E Sustentabilidade	32
Total	205
Primeira filtragem	43

Quadro 2: Expressões x Produções encontradas

Fonte: Dados da pesquisa.

Em particular no Portal Capes, que contempla uma vasta gama de artigos, foram adicionadas aspas nas expressões pesquisadas, concomitantemente com o filtro “Português”, para que pudessem ser filtradas publicações com os específicos termos procurados, e assim possibilitando que fossem encontradas produções que se enquadrassem devidamente no tema, de modo a contribuir para que este trabalho conseguisse atingir o objetivo proposto.

Em ambas as bases de dados não foram utilizados filtros de área de publicação, de maneira que pudesse se entender as investigações para além do campo da Administração. Ainda, não se trabalhou com a classificação dos periódicos segundo o Qualis CAPES, uma vez que esses estão em processo de reavaliação e, neste caso, as avaliações estariam obsoletas.

Após a filtragem, restaram 43 artigos, que vão dos anos de 2007 ao primeiro semestre de 2022 e serão utilizados neste trabalho. A justificativa da pesquisa ser composta por trabalhos a partir de 2007, se dá porque nesse período começa a se ver

algumas publicações acerca do tema, podendo assim, captar melhor a evolução do assunto nos últimos quinze anos. Diante disso, com todos os artigos reunidos, elaborou-se uma tabela no Microsoft Excel com a organização dos dados de cada uma das produções, separando-os por título, ano de publicação, periódicos, autores, tipo de abordagem, resumo e autores citados, de modo a montar as tabelas com cada dado obtido e organizado, que foram analisados.

Utilizou-se também a ferramenta “WordArt” para a realização das nuvens de palavras referentes às palavras-chaves e resumos dos artigos, com o intuito de identificar as principais expressões utilizadas no período estudado.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Na Figura 2 – Total de artigos por ano, é ilustrada a produção anual dos 43 artigos, juntamente com a linha de tendência ao longo dos anos de 2007 até o primeiro semestre de 2022. É possível identificar que nos anos 2009, 2010, 2011 e 2014 não houve nenhuma produção encontrada. Apesar disso, ocorreu um crescimento a partir de 2015 até 2021, resultando em 38 publicações, que representam 88,4% do total. Ademais, entre esse mesmo período (2015 a 2021) identifica-se uma média anual de produção de 5 artigos.

Ainda, vê-se que de 2015 para 2021 houve um crescimento de 200% na quantidade de trabalhos publicados. A análise revela também que, em apenas 2021, foram publicados mais trabalhos do que os somados de 2007 a 2015.

Até a metade de 2022 não foram encontradas produções que acompanhassem o crescimento do tema registrado nos sete anos anteriores. Todavia, até o final do ano, entretanto, a tendência de crescimento acerca do tema ainda poderá ser verificada.

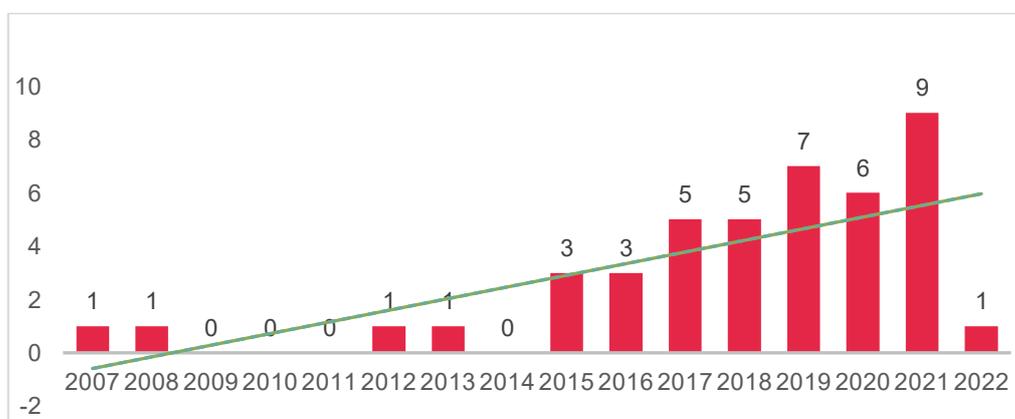


Figura 2: Produções anuais

Fonte: Dados da pesquisa.

A Figura 3 – Frequência de autores por publicação, ilustra a distribuição do número de autores por publicação. Pode-se constatar que 33% das produções da amostra, ou seja, 14 dos 43 estudos, foram realizados por 2 autores. Aqueles referentes à um autor, três autores ou quatro autores, ficaram praticamente iguais entre si em quantidade. É válido revelar também que nenhuma das produções analisadas neste estudo apresentaram mais do que quatro autores trabalhando em conjunto.

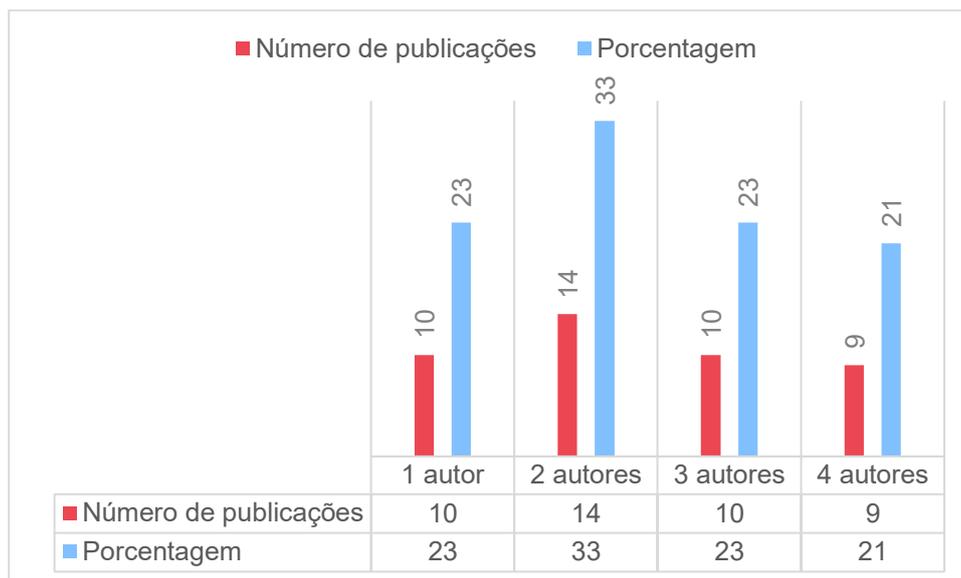


Figura 3: Frequência de autores por publicação

Fonte: Dados da pesquisa.

A Figura 4 – Publicações por periódicos, essa análise é realizada ao se identificar os periódicos que mais apresentaram publicações acerca do tema no decorrer desses anos. Ao todo, encontrou-se produções em 27 periódicos, porém apenas os seis apresentados na figura contavam com mais de um artigo publicado. Dessa maneira, constata-se que mais de 51,2% do total de publicações estava em apenas seis periódicos, o que mostra que o impacto do tema se dá em uma menor quantidade de periódicos.

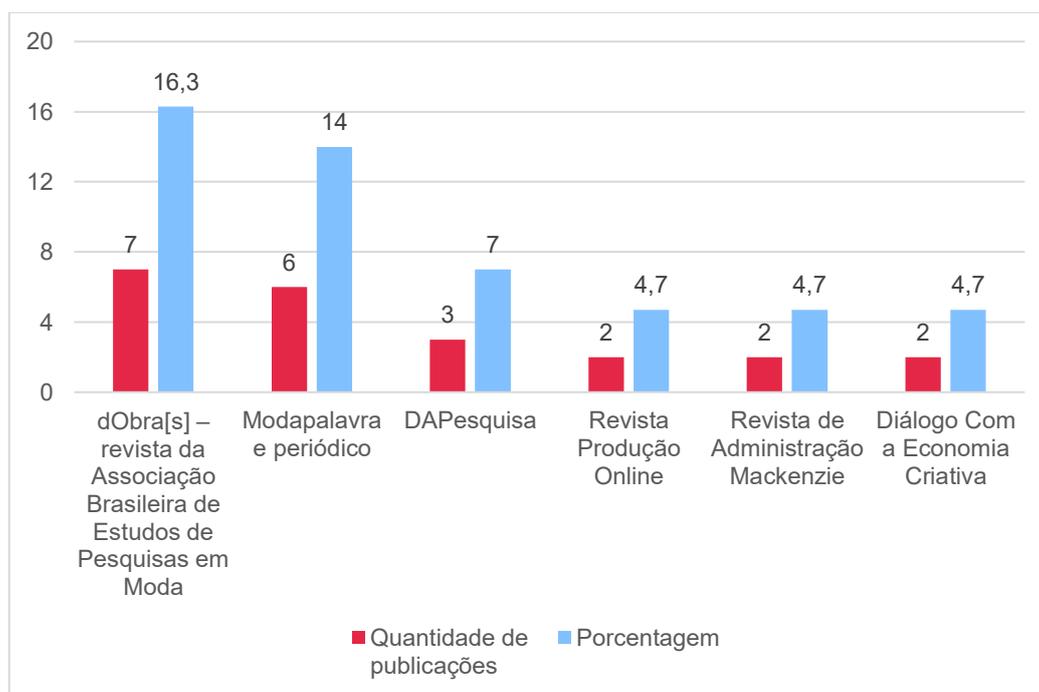


Figura 4: Publicações nos seis principais periódicos

Fonte: Dados da pesquisa.

Os dois periódicos que mais se destacaram foram a Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, com sete trabalhos, e Modapalavra e periódico, com seis, estando ambas inseridas na área de moda. Aplicando a lei de Bradford nessa análise, verifica-se a concentração de artigos em poucos periódicos, o que sugere que essas seis revistas são mais relevantes em quantidade de trabalhos e dão maior vazão ao tema.

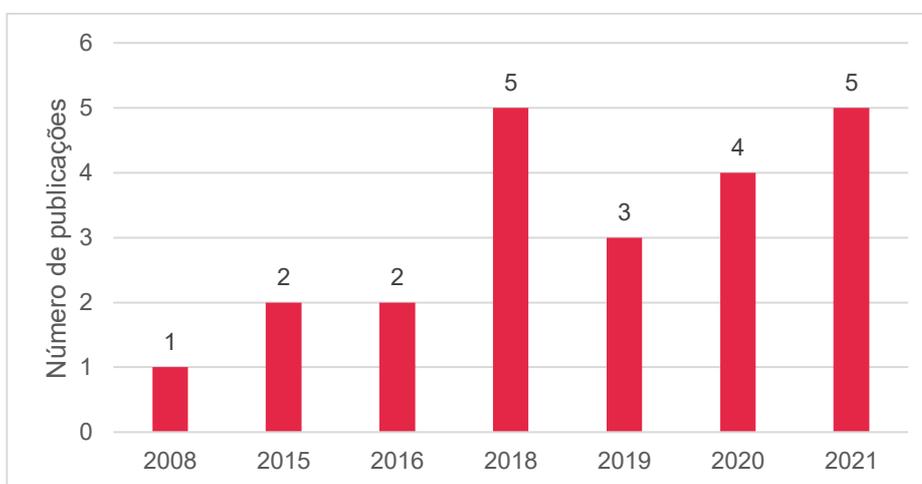


Figura 5: Número de publicações por ano nos seis principais periódicos
Fonte Dados da pesquisa.

Na Figura 5 - Número de publicações por ano nos seis principais periódicos, observa-se que, os anos com maior quantidade de trabalhos nos principais periódicos citados na Figura 4, foram 2018 e 2021, ambos com cinco artigos cada. Dos cinco publicados em 2021, todos foram veiculados à Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda. Ainda, todos os artigos publicados em 2018, foram veiculados aos periódicos que dão maior vazão para o tema.

Na Figura 6 – Produções por autor, estão listadas as três únicas pesquisadoras, dentre os 101 autores, com mais de uma publicação no tema. Mariana Bassi Sutter e Rita de Cássia Lopes Moro tiveram seus dois trabalhos publicados em anos consecutivos, Mariana (2015;2016) e Rita (2016;2017). Ademais, Rita de Cássia Lopes Moro e Francisca Dantas Mendes produziram conjuntamente, no ano de 2016, um estudo de caso a respeito do “Design com foco na redução dos resíduos sólidos”. As autoras identificaram que é possível a redução de resíduos, por meio de técnicas do *design*, além do fato de que as máquinas de malharia retilínea automáticas conseguem criar peças semiacabadas, as quais reduzem a geração de resíduos no processo de fabricação.

Os dados, ao serem analisados utilizando-se os elementos da lei de Lotka, apontam que cada uma das três estudiosas representa (com suas duas produções), 4,7% do total, o que demonstra o baixo impacto por autor nessa área de conhecimento durante o período. Seguindo com a análise, observou-se que duas das autoras que mais produziram, tiveram suas produções publicadas em duas das revistas que também tiveram maior visibilidade sobre o tema, como ocorreu com a Francisca Dantas, em 2018, pela Modapalavra e periódico; e a Mariana Bassi, em 2016, pela Revista de Administração Mackenzie.

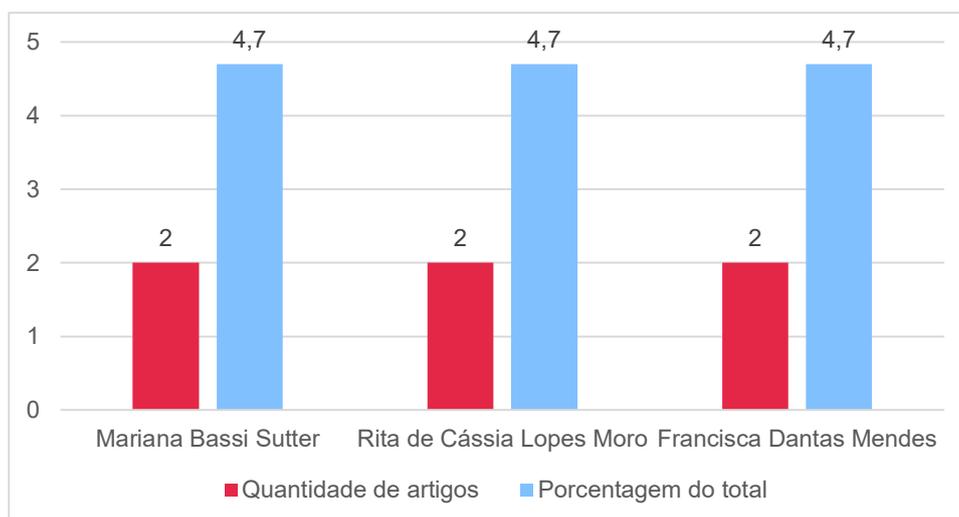


Figura 6: Principais pesquisadoras do tema
Fonte: Dados da pesquisa.

De modo a realizar a compreensão e análise dos temas, elaborou-se uma nuvem de palavras, apresentada na Figura 7, a partir dos resumos de cada um dos artigos utilizados neste trabalho.



Figura 7: Nuvem de Palavras dos resumos
Fonte: Dados da pesquisa.

A fim de clarificar a análise, foram retiradas conjunções e palavras que remetessem a própria produção do artigo, por exemplo, “resultado”, “pesquisa”, “artigo”, “estudo”, “bibliográfica”, além daquelas que remetem ao próprio tema, tais quais “sustentabilidade”, “fashion”, “moda”, “sustentável” e “indústria”. Partiu-se da recorrência mínima de seis repetições de cada palavra, chegando-se as principais expressões que sintetizam o tema ao longo dos anos analisados, com destaque para: consumo, produto, consumidor, design, mercado, slow e desenvolvimento.

Com o intuito de identificar as principais expressões empregadas nos anos com maior número de publicações, realizou-se outra nuvem de palavras composta pelas palavras-chave dos artigos de 2019, 2020 e 2021, como observado na Figura 8.



Figura 8: Nuvem de Palavras-chave dos artigos de 2019 a 2021

Fonte: Dados da pesquisa.

Novamente, foram eliminadas conjunções e palavras que remetem ao próprio tema, como “sustentabilidade”, “fashion”, “moda”, “sustentável” e “indústria”. Tendo por base a Lei de Zipf, é possível constatar as principais expressões que sumarizam o tema nesses três anos, cabendo citar as mais notáveis: consumo, economia, slow, design, ambiente, circular e desenvolvimento.

Ademais, na Figura 9 – Abordagens de pesquisa, é possível averiguar a quantidade de publicações por tipos de abordagens de pesquisa. Essa análise foi realizada com o propósito de compreender ainda mais como esse tema tem evoluído ao longo dos anos.

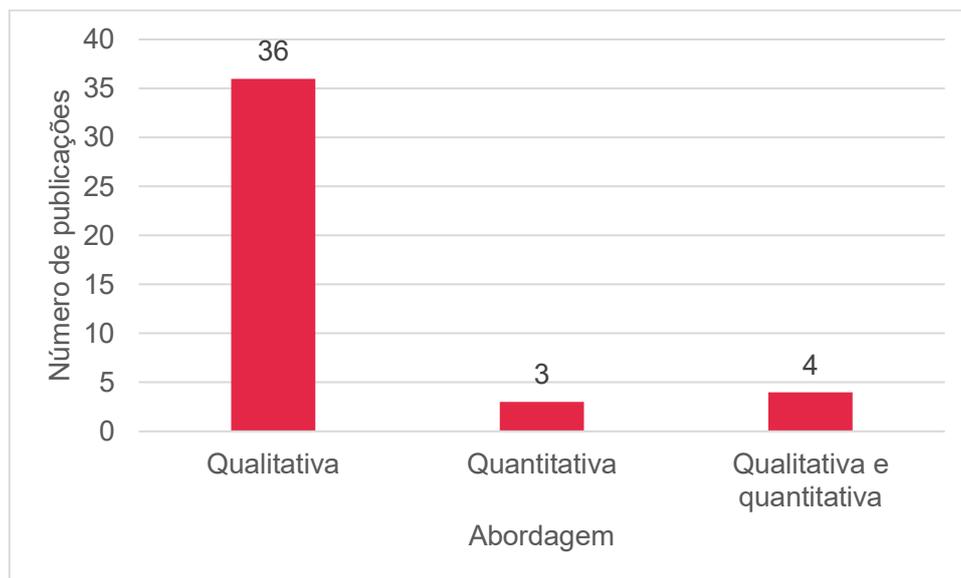


Figura 9: Abordagens de pesquisa

Fonte: Dados da pesquisa.

Foi possível observar que os trabalhos são, majoritariamente, de natureza qualitativa. Apenas sete deles, contando com as pesquisas de dupla abordagem, apresentam caráter quantitativo. Esse fator, somando-se as análises dos objetivos de pesquisa de cada trabalho, nos elucida que o tema ainda está em desenvolvimento no Brasil, com análises e explorações acerca de conceitos e aplicações.

A Figura 10 – Autores mais citados, representa a quantidade de artigos, dentre os analisados, que esses pesquisadores foram citados

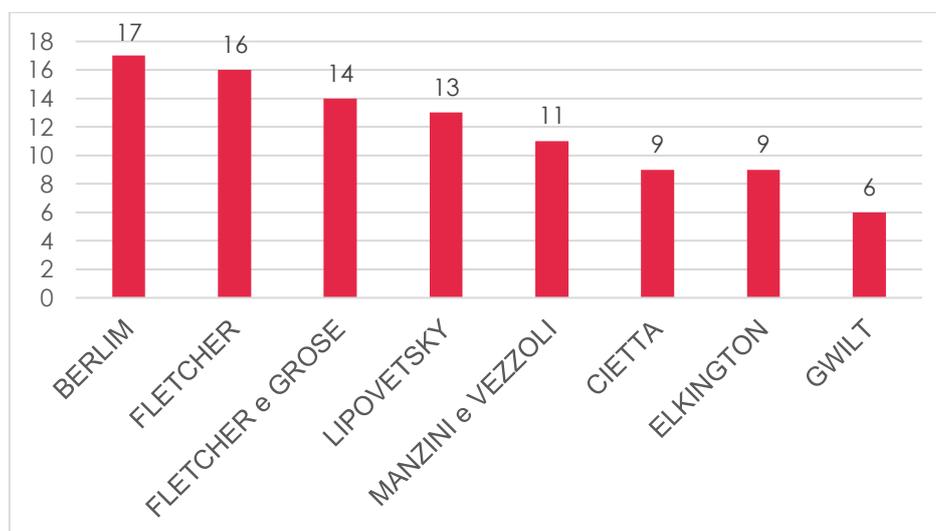


Figura 10: Autores mais citados

Fonte: Dados da pesquisa.

Cabe salientar, que as referências analisadas não correspondem, necessariamente, à apenas um trabalho, mas sim a mais de uma pesquisa do mesmo autor. Como pode ser visto, Lilyan Berlim foi a mais referida, estando presente em quase 40% dos trabalhos investigados. Dentre suas publicações citadas, a mais recorrente foi o livro “Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária” de 2012. Ainda, averigua-se que desde 2015 a autora vem sendo citada anualmente, ao menos uma vez, não tendo sido mencionada apenas no ano de 2020.

Outra figura importante foi Kate Fletcher, que somando-se às citações do seu livro junto à Lynda Grose, pode ser considerada, definitivamente, uma autora influente neste tema. Dentre as 43 pesquisas aqui estudadas, seus livros estão presentes em pelo menos 65% dessas, com grande destaque para a obra “*Fashion & Sustainability: Design for Change*”, na qual a autora examina como a sustentabilidade tem a habilidade para transformar o sistema de moda. Tal como Berlim, a autora vem sendo citada anualmente, desde 2015.

O filósofo francês Gilles Lipovetsky também foi um nome bastante presente nos trabalhos, sendo mencionado desde 2012 e mantendo presença nos trabalhos após dez anos sucedidos. Com suas obras que abordam o efêmero, a hipermodernidade e até o mercado de luxo, o autor se mantém contemporâneo e relevante em suas discussões.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise das produções sobre sustentabilidade na indústria da moda, dos anos de 2007 ao primeiro semestre de 2022, revela que o tema desperta interesse em diversos periódicos, mas se concentra em apenas alguns deles. Apesar de não ser um assunto recente, tem se tornado alvo de mais pesquisas a partir de 2018, sendo considerada uma temática que tem muito que amadurecer e pode expandir vastamente seus horizontes de pesquisa.

Este trabalho conseguiu apresentar a evolução no campo de investigações sobre sustentabilidade na indústria da moda, tendo ainda elucidado em seu referencial teórico os principais acontecimentos que marcaram a história da sustentabilidade, incluso aspectos organizacionais e brasileiros, além de episódios da história da indústria da moda e as preocupações desse sistema com a sustentabilidade e ecologia.

O cenário estudado se mostra em constante transformação, com modificações no modo de enxergar e agir tanto por parte das empresas, como dos *stakeholders*. Mesmo lento e com um vasto caminho pela frente, novas alternativas têm sido propostas como forma de enfrentar os problemas até então vivenciados no sistema de moda. O que deve ser lembrado é a necessidade da garantia dos fundamentos da sustentabilidade, com ações que levem em consideração não somente aspectos econômicos, mas ambientais e sociais.

Nesse sentido, entende-se como de suma importância um olhar mais atento para o aspecto social e humano no que diz respeito à complexidade da indústria da moda. Por meio da análise do documentário “O custo verdadeiro”, Oliveira e Ayrosa (2019), conseguiram analisar os discursos nas defesas do segmento de *fast fashion*, trazendo importantes reflexões acerca dos impactos e violências dos envolvidos nos processos de produção, como o trabalho análogo à escravidão ou condições indignas de trabalho, as quais inúmeras pessoas frequentemente suportam. Tal pesquisa, abre oportunidades para mais estudos que abordem os elementos voltados as políticas públicas, que devem ir além do seu papel regulador. Vê-se que é importante entender como a nação tem se portado em relação às dificuldades no cenário da indústria da moda, seja na sua atuação na conscientização, ou na garantia dos direitos fundamentais humanos e ambientais.

Esta pesquisa apresenta limitações e dentre têm-se a questão de a base de dados ser restrita a periódicos nacionais, que faz com que não se capture como os pesquisadores internacionais estão vendo este problema. Assim sendo, como sugestão de pesquisas futuras, seria oportuno a realização de uma pesquisa bibliográfica abrangendo os

periódicos internacionais e com um isto fazer um estudo comparativo sobre as diferentes visões sobre o assunto. Outra sugestão é um estudo longitudinal sobre o tema, com o intuito de capturar as ações ao longo do tempo. Também, cabe a realização de pesquisas voltadas a análise da agenda dos eventos internacionais de meio ambiente e indústria da moda, de forma a avaliar como e em qual intensidade o tema em questão está sendo apresentado.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, A. L.V. Indicadores de sustentabilidade empresarial no Brasil: uma avaliação do relatório do CEBDS. *Revista Ibero americana de Economia Ecológica*, v. 5, p. 75-93, 2011

BERLIM, L. G. Contribuições para a construção do conceito Slow Fashion: um novo olhar sobre a possibilidade da leveza sustentável. **dObras** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], n. 32, p. 130–151, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1370. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1370>. Acesso em: 27 jul. 2022.

BREVE, D. G.; GONZAGA, L. da S.; MENDES, F. D. Sustentabilidade como uma Tendência no Mercado da Moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 11, n. 22, p. 311-331, 2018. DOI: 10.5965/1982615x11222018311. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/11859>. Acesso em: 5 ago. 2022.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. Editora Blucher, 3ª edição. São Paulo – SP, 2008.

Chueke, G. V., & Amatucci, M. (2015). O que é bibliometria? Uma introdução ao fórum. *InternexT – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, 10(2), 1-5.

COTEC. **Economia circular**. 2022. Disponível em: https://cotecportugal.pt/wp-content/uploads/2020/02/20161122_EC_Booklet_Exposi%C3%A7%C3%A3o-1.pdf. Acesso em: 31 out. 2022.

COMPANHIA AMBIENTAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Conferência de Estocolmo**. 2022. Disponível em: <https://cetesb.sp.gov.br/proclima/conferencias-internacionais-sobre-o-meio-ambiente/estocolmo/>. Acesso em: 10 out. 2022.

CONEXÃO AMBIENTAL. **Agenda 21**. 2018. Disponível: <https://www.conexaoambiental.pr.gov.br/Pagina/Agenda-21>. Acesso em: 10 out. 2022.

CORDEIRO, A. T.; BATISTA, M. M.; SILVA, M. A. P.; PEREIRA, G. D. F. Consumidora consciente?! Paradoxos do discurso do consumo sustentável de moda. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 12, n. 3, p. 1-22, 2013.

CRISTÓFALO, RG; AKAKI, AS; ABE, TC; MORANO, RS; MIRAGLIA, SGK Sustentabilidade e o mercado: estudo do desempenho de empresas financeiras que estudou o índice de sustentabilidade empresarial (SE). **Revista de Gestão**, v. 23, n. 4, pág. 286-297, 2016.

DUDA, E.D., DA SILVA, D.J., LAGIOIA, U.C., & SANTOS, M.A. (2022). CULTURA SUSTENTÁVEL RIMA COM BOM DESEMPENHO? UM ESTUDO DAS EMPRESAS LISTADAS NO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE). *Revista de Gestão Social e Ambiental*.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Towards the circular economy: Economic and business rationale for an accelerated transition**. 2012. Disponível em: <https://emf.thirdlight.com/file/24/xTyQj3oxiYNMO1xTFs9xT5LF3C/Towards%20the%20circular%20economy%20Vol%201%3A%20an%20economic%20and%20business%20rationale%20for%20an%20accelerated%20transition.pdf>. Acesso em: 31 out. 2022.

FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, RJ, v. 42, n. 1, p. 7 a 34, 2008. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/6623>. Acesso em: 11 out. 2022.

FELDMAN, V. .; JUNIOR, D. K. . A Revolução Industrial e a produção de roupas. **Revista Ágora**, [S. l.], n. 30, p. 261–271, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/agora/article/view/28612>. Acesso em: 6 out. 2022.

FERRONATO, P. B.; FRANZATO. C. “Open Design e Slow Fashion Para Sustentabilidade Do Sistema Mod. **Modapalavra e-Periódico**, 2015.

FLEURY, F. G.; OLIVEIRA, M. M. de. Fast-Slow: o paradoxo do cenário têxtil-confeção-moda. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 32, p. 20–40, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1365. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1365>. Acesso em: 27 jul. 2022.

FRIZON, J. A.; EUGÊNIO, T.; FALCÃO, A. S. Vale a pena as organizações terem práticas de gestão socialmente responsáveis?. **Revista de Administração de Empresas**, v. 62, n. 5, p. 1-21, 2022.

FUJITA, M.; JORENTE, M. J. V. A Indústria Têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 8, n. 15, p. 153 - 174, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/5893>. Acesso em: 6 out. 2022.

GALLELI, B.; SUTTER, M. B.; LENNAN, M. L. F. M. Perspectivas para a Sustentabilidade na Oferta de Moda Brasileira no Mercado Internacional. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 9, n. 3, p. 45-62, 2015.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (2008) *Sustainability Reporting Guidelines*, 2022. Disponível em <http://www.globalreporting.org> . Acesso em: 4 out. 2022

HELOANI, R. Sustentabilidade e bons negócios. **Revista Eletrônica RAE Executivo**, São Paulo, n. 1, 2005.

HOURNEAUX JUNIOR, Flavio; HRDLICKA, Hermann Atila ; KRUGLIANSKAS, I. **Environmental Indicators of the Industrial Companies in São Paulo**. Em: *Advances in Cleaner Production Initiatives and Challenges for a Sustainable World*, v. 3, p. 1-15, 2011.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **História – Rio-92**. 2009. Disponível em:

https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2303:catid=28&Itemid . Acesso em: 10 out. 2022.

KANTABUTRA, S. Exploring relationships among sustainability organizational culture components at a leading asian industrial conglomerate. *Sustainability*, 13 (4). 2021.

LAVAGNINI BARBOZA, L.; BERTASSINI, A. C. .; GEROLAMO, M. C. .; OMETTO, A. R. . Valores organizacionais como suporte para a economia circular e sustentabilidade. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, [S. l.], v. 62, n. 5, p. e2021-0331, 2022. DOI: 10.1590/S0034-759020220509. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/85958>. Acesso em: 28 out. 2022.

LOVISCEK, V. Triple bottom line toward a holistic framework for sustainability: a systematic review. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 25, n. 3, p. 1-11, 2021.

MASSARO, T. Relações entre moda, sustentabilidade e vida: a “roupa viva” de Flavia Aranha. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 32, p. 88-113, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1368. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1368>. Acesso em: 26 jul. 2022.

MARTÍNEZ, J., FERNÁNDEZ, M., FERNÁNDEZ, P. M. Corporate social responsibility: Evolution through institutional and stakeholder perspectives. *European Journal of Management and Business Economics*. 2016.

MESACASA, A.; SORGATTO, P. Estratégias de design para o desenvolvimento de produtos de moda na perspectiva da sustentabilidade. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 15, p. 01-22, 2020. DOI: 10.5965/1808312915252020e0033. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/17901>. Acesso em: 5 ago. 2022.

MOTTA, Sérgio Luis Stirbolov; ROSSI, Georgio Bedinelli. A influência do fator ecológico na decisão de compra de bens de conveniência: um estudo exploratório na cidade de São Paulo. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, vol. 38, n. 1, pp. 46-57, 2003.

MULIM, L.; SUAREZ, M. Aberta, Irreverente e do Bem: Uma Investigação dos Discursos Slow Fashion a partir do Caso Dobra. **Revista ADM.MADE**, v. 24, n. 2, pág. 65-80, 2020.

MUNCK, L.; BANSI, A. C.; GALLELI-DIAS, B.; CELLA-DE-OLIVEIRA, F. A. Em busca da sustentabilidade organizacional: a proposição de um framework. **Revista Alcance**, v. 20, n. 4 (Out-Dez), p. 460-477, 2013.

MUNCK, L.; SOUZA, R. B. Gestão por competências e sustentabilidade empresarial: em busca de um quadro de análise. **Gestão e Sociedade**, v. 3, n. 6, p. 254-287, 2009.

NUNES, M. P.; SILVEIRA, G. A. Análise das Motivações do Consumidor de Fast-Fashion. **Revista de Administração IMED**, v. 6, n. 1, p. 56-71, 2016.

OLIVEIRA, R. C. A.; AYROSA, E. A. T. O Custo Verdadeiro: Análise dos Objetos Discursivos nas Falas de Defesa da Moda Rápida. **Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 9, n. 2, p. 90-112, 2019.

O que é a Rio +10?.2022. Publicado por Greenpeace Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=n571OuUI7a0>. Acesso em: 10 out. 2022.

O que é a Rio +20?.2022. Publicado por Greenpeace Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=J-FMwTFtcM4>. Acesso em: 10 out. 2022.

OSORIO, L. A. R.; LOBATO, M. O.; CASTILLO, X. A. Debates on sustainable development: towards a holistic view of reality. *Environment, Development and Sustainability*, v.7, p.501-518; 2005.

PACTO GLOBAL. ESG. 2022. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/pg/esg> . Acesso em: 6 de out. 2022.

PERINI, A. “Cenários Futuros Para o Desenvolvimento De Coleção De Moda Slow: Estudo De Caso Brisa Slow Fashion.” **Modapalavra e-Periódico**, v. 11, n. 22, 2018.

PIGA, T. R.; MANSANO, S. R. V. SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL E HISTÓRIA: Uma Análise Crítica. **Perspectivas Contemporâneas**, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 174–195, 2015. Disponível em: <https://revista2.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas/article/view/1856>. Acesso em: 3 out. 2022.

PRADO JUNIOR., Caio da Silva. Brasil contemporâneo. São Paulo: Brasiliense, 1973. História econômica do Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1976.

RANSBURG B.; VÁGÁSI M. Concepts and standards for the corporate internalization of sustainable development. *Periodica Polytechnica Social Management Sciences*, v.15, n.2, p.43-51, 2007.

RECH, S. R.; SOUZA, K. R. Ecoluxo e sustentabilidade: um novo comportamento do consumidor. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 4, n. 6, p. 602-608, 2018. DOI: 10.5965/1808312904062009602. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14232>. Acesso em: 5 out. 2022.

SAPPER, S. L. Consumo: a engrenagem do fast fashion. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 6, n. 8, p. 687-703, 2018. DOI: 10.5965/1808312906082011687. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14043>. Acesso em: 27 jul. 2022.

Schiochet, R.O. O impacto do ecodesign no processo de desenvolvimento de produtos/The impact of ecodesign on the product development process', **Revista FOCO**, 12(1), p.63, 2019. Disponível: <https://link.gale.com/apps/doc/A688320937/AONE?u=capes&sid=bookmark-AONE&xid=7130176c>. Acesso em 05 ago 2022.

SOCIEDADE CIVIL DA AGENDA 2030 DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. VI **Relatório luz da sociedade civil da agenda 2030 de desenvolvimento sustentável**, 2022. Disponível em: https://brasilnaagenda2030.files.wordpress.com/2022/06/rl_2022-completoweb-30_06_01.pdf. Acesso em: 5 out.2022.

SOLINO, L. J. S.; GONZÁLEZ, M. O. A.; SIQUEIRA, M. E. M.; NASCIMENTO, W. A. Fast-fashion: uma revisão bibliográfica sistemática e agenda de pesquisa. **Revista Produção Online**, [S. l.], v. 15, n. 3, p. 1021–1041, 2015. DOI: 10.14488/1676-1901.v15i3.1947. Disponível em: <https://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/1947>. Acesso em: 27 jul. 2022.

SOUZA, T. C. V. de; RIBEIRO, R. A. C.; AYRES, E.; VIANA, F. C. A sustentabilidade na indústria da moda e o ressurgimento dos corantes naturais: desafios e possibilidades no século XXI. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 32, p. 66–87, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1367. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1367>. Acesso em: 5 ago. 2022.

SPINAK, E. Indicadores cientímetricos. **Ciência da Informação**, [S. l.], v. 27, n. 2, 1998. DOI: 10.18225/ci.inf.v27i2.795. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/795>. Acesso em: 5 ago. 2022.

THE WORLD BANK. **How Much Do Our Wardrobes Cost to the Environment?**. 2019. Disponível em: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medioambiente#:~:text=Every%20year%20the%20fashion%20industry,disposed%20of%20in%20a%20landfill>. Acesso em 5 out. 2022.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED). **Our common future**. Oxford: Oxford University Press, 1987.

ZANZI, .; SILVEIRA, .; DA ROSA, .; SCHULTE, . K. PARA ALÉM DO OTIMISMO: A SUSTENTABILIDADE NA MODA DURANTE A PANDEMIA. **MIX Sustentável**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 19–28, 2021. DOI: 10.29183/2447-3073.MIX2022.v8.n1.19-28. Disponível em: <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/mixsustentavel/article/view/4684>. Acesso em: 26 jul. 2022.

ZORZO, F. B.; LAZZARI, F.; SEVERO, E. A.; GUIMARÃES, J. C. F. Desenvolvimento sustentável e agenda 2030: uma análise dos indicadores brasileiros . **Gestão e Desenvolvimento**, v. 19, n. 2, p. 160-182, 2022.

APÊNDICE: PRODUÇÕES UTILIZADAS NA BIBLIOMETRIA

BERLIM, L. G. Contribuições para a construção do conceito Slow Fashion: um novo olhar sobre a possibilidade da leveza sustentável. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 32, p. 130–151, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1370. Disponível em:

<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1370>. Acesso em: 27 jul. 2022.

BREVE, D. G.; GONZAGA, L. da S.; MENDES, F. D. Sustentabilidade como uma Tendência no Mercado da Moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 11, n. 22, p. 311-331, 2018. DOI: 10.5965/1982615x11222018311. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/11859>. Acesso em: 5 ago. 2022.

CALVI, G. C.; FURLAN, A. P.; LINKE, P. P. Moda E Sustentabilidade: O Que Pensam Futuros Profissionais Da Área De Design. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 12, n. 26, p. 146-170, 2019. DOI: 10.5965/1982615x12262019146. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/14317>. Acesso em: 26 jul. 2022.

CARVALHO DE ALMEIDA, M. Marketing socioambiental e moda sustentável da empresa Da Tribu. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, [S. l.], v. 13, n. 21, 2017. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/ccsa/article/view/2102>. Acesso em: 5 ago. 2022.

CARVALHO, YA; SIQUEIRA, R.; SCAFUTO, I.; SILVA, LF Utilização do Método AHP para a Priorização dos Critérios da Seleção de Lojistas em um Projeto de Marketplace Sustentável. **International Journal of Professional Business Review**, São Paulo (SP), v. 4, n. 2, pág. 114–123, 2019. DOI: 10.26668/businessreview/2019.v4i2.170. Disponível em: <https://openaccessojb.emnuvens.com.br/JBReview/article/view/170>. Acesso em: 27 jul. 2022.

CORDEIRO, A. T.; BATISTA, M. M.; SILVA, M. A. P.; PEREIRA, G. D. F. Consumidora consciente?! Paradoxos do discurso do consumo sustentável de moda. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 12, n. 3, p. 1-22, 2013.

DE CASTRO, M. S. F.; MARTINS, J. C. de O.; FERREIRA, K. P. M. A resistência na moda através do tempo: movimento punk e slow fashion. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 12, n. 25, p. 165–183, 2019. DOI: 10.26563/dobras.v11i25.859. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/859>. Acesso em: 26 jul. 2022.

DE LIMA, P; DUPONT, M. A impressão 3D no mercado de moda: Sustentabilidade e desenvolvimento. **Diálogo Com a Economia Criativa**. v. 3, n. 8, p. 102, 2018.

FERRONATO, P. B.; FRANZATO. C. “Open Design e Slow Fashion Para Sustentabilidade Do Sistema Mod. **Modapalavra e-Periódico**, 2015.

FLEURY, F. G.; OLIVEIRA, M. M. de. Fast-Slow: o paradoxo do cenário têxtil-confecção-moda. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de**

Pesquisas em Moda, [S. l.], n. 32, p. 20–40, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1365. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1365>. Acesso em: 27 jul. 2022.

GALLELI, B.; SUTTER, M. B.; LENNAN, M. L. F. M. Perspectivas para a Sustentabilidade na Oferta de Moda Brasileira no Mercado Internacional. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 9, n. 3, p. 45-62, 2015.

GAMMAL ZEITUNE, L. J. Moda sustentável: um estudo qualitativo com jovens empreendedores desse setor. **Diálogo com a Economia Criativa**, [S. l.], v. 4, n. 10, p. 78–96, 2019. DOI: 10.22398/2525-2828.41078-96. Disponível em: <https://dialogo.homologacao.emnuvens.com.br/revistadcec-rj/article/view/176>. Acesso em: 5 ago. 2022.

GENTILE, A. P.; MORO, R. de C. L.; MENDES, F. D. Design com foco na redução dos resíduos sólidos: um estudo de caso em malharia retilínea. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 9, n. 17, p. 334-358, 2016. DOI: 10.5965/1982615x09172016334. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/1982615x09172016334>. Acesso em: 5 ago. 2022.

LEAO, W. C.; GONÇALVES, M. F.; POLETTO, J. M. C. Logística reversa: uma proposta para microempresas de confecções localizadas no bairro Alto Paraná no município de Redenção-PA. **Revista Produção Online**, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 705–719, 2020. DOI: 10.14488/1676-1901.v20i2.3828. Disponível em: <https://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/3828>. Acesso em: 5 ago. 2022.

LIMA, B. L.; VAN DER LINDEN, J. C. de S.; RÜTHSCHILLING, E. A. Estratégias de design para pós-produção de produtos de moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 13, n. 27, p. 12-43, 2020. DOI: 10.5965/1982615x13272019012. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/15390>. Acesso em: 5 ago. 2022.

LIMA, M. C. de; VAZ, S. R. A.; BARBOSA, T. F. de C.; OLIVEIRA, V. F. de. O consumo de produtos de moda baseado na vertente da sustentabilidade ambiental. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 13, n. 21, p. 025-042, 2018. DOI: 10.5965/1808312913212018025. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/1808312913212018025>. Acesso em: 27 jul. 2022.

LUCIETTI, T. J.; RAMOS, M. de S.; SORATTO, R. B.; TRIERWEILLER, A. C. Upcycling no segmento da moda: estudo de caso na recollection lab. **Revista Ciências Sociais em Perspectiva**, [S. l.], v. 16, n. 31, p. 203, 2017. DOI: 10.48075/revistacsp.v16i31.17378. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/ccsaemperspectiva/article/view/190>. Acesso em: 27 jul. 2022.

MASSARO, T. Relações entre moda, sustentabilidade e vida: a “roupa viva” de Flavia Aranha. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em**

Moda, [S. l.], n. 32, p. 88–113, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1368. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1368>. Acesso em: 26 jul. 2022.

MCCRACKEN, G. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 1, p. 99-115, 2007.

MESACASA, A.; SORGATTO, P. Estratégias de design para o desenvolvimento de produtos de moda na perspectiva da sustentabilidade. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 15, p. 01-22, 2020. DOI: 10.5965/1808312915252020e0033. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/17901>. Acesso em: 5 ago. 2022.

MIRRIONE, H. Contemporâneo: mercado verde. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 48–50, 2008. DOI: 10.26563/dobras.v2i2.377. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/377>. Acesso em: 5 ago. 2022.

MORO, R. C. L.; CASTRO, P. H.; NASCIMENTO, P. T. S.; MELLO, A. M. Design for Environment no Desenvolvimento de Produtos de Moda. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR**, v. 4, n. 2, p. 91-108, 2017.

MULIM, L.; SUAREZ, M. Aberta, Irreverente e do Bem: Uma Investigação dos Discursos Slow Fashion a partir do Caso Dobra. **Revista ADM.MADE**, v. 24, n. 2, pág. 65-80, 2020.

NISHIMURA, M. D. L.; GONTIJO, L. A. Vestuário Sustentável. **Pensamento & Realidade**, v. 32, n. 2, p. 110-121, 2017.

NUNES, M. P.; SILVEIRA, G. A. Análise das Motivações do Consumidor de Fast-Fashion. **Revista de Administração IMED**, v. 6, n. 1, p. 56-71, 2016.

OLIVEIRA, R. C. A.; AYROSA, E. A. T. O Custo Verdadeiro: Análise dos Objetos Discursivos nas Falas de Defesa da Moda Rápida. **Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 9, n. 2, p. 90-112, 2019.

OLIVEIRA, V. M.; ARAÚJO, A. C. M.; BARBOSA, A. P. A.; CORREIA, S.?. N. Ecoinovação, upcycling e slow fashion para produção e consumo sustentável: o caso da Think Blue – RJ. **Reunir: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 11, n. 1, p. 41-55, 2021.

ORTIZ, R. D.; GREINER, C. Atravessamentos entre Moda e Arte em busca da Sustentabilidade: um experimento com Fernanda Yamamoto. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 32, p. 114–128, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1369. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1369>. Acesso em: 27 jul. 2022.

OSTERMANN, C.; NASCIMENTO, L. S. Consumo Sustentável de Moda sob a Ótica da Economia Circular: Uma Agenda para Pesquisas Futuras. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, v. 12, n. 2, p. 166-184, 2021.

PERINI, A. “Cenários Futuros Para o Desenvolvimento De Coleção De Moda Slow: Estudo De Caso Brisa Slow Fashion.” **Modapalavra e-Periódico**, v. 11, n. 22, 2018.

SANTOS, A. C. M. Z; SOUZA, A.C A.A. Moda e inovação social: estudo de caso em uma comunidade criativa. **Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul**. 2021. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/17313>. Acesso em: 5 ago. 2022.

SAPPER, S. L. Consumo: a engrenagem do fast fashion. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 6, n. 8, p. 687-703, 2018. DOI: 10.5965/1808312906082011687. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14043>. Acesso em: 27 jul. 2022.

Schiochet, R.O. O impacto do ecodesign no processo de desenvolvimento de produtos/The impact of ecodesign on the product development process', **Revista FOCO**, 12(1), p.63, 2019. Disponível: <https://link.gale.com/apps/doc/A688320937/AONE?u=capex&sid=bookmark-AONE&xid=7130176c>. Acesso em 05 ago 2022.

SILVA, J. P. N. da; LUCCHESI, K. S. D. Vestuário ecológico: um estudo comparado de inovação de marcas brasileiras e portuguesas. **Revista Vianna Sapiens**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 22, 2017. DOI: 10.31994/rvs.v8i2.239. Disponível em: <https://www.viannasapiens.com.br/revista/article/view/239>. Acesso em: 5 ago. 2022.

SOBREIRA,?. MC; SILVA, CRM; ROMERO, CBA Perfil do Slow: Estudo das Orientações ao Consumo de Slow Fashion. **InternexT - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 15, n. 3, pág. 103-127, 2020.

SOLINO, L. J. S.; GONZÁLEZ, M. O. A.; SIQUEIRA, M. E. M.; NASCIMENTO, W. A. Fast-fashion: uma revisão bibliográfica sistemática e agenda de pesquisa. **Revista Produção Online**, [S. l.], v. 15, n. 3, p. 1021–1041, 2015. DOI: 10.14488/1676-1901.v15i3.1947. Disponível em: <https://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/1947>. Acesso em: 27 jul. 2022.

SOUZA, T. C. V. de; RIBEIRO, R. A. C.; AYRES, E.; VIANA, F. C. A sustentabilidade na indústria da moda e o ressurgimento dos corantes naturais: desafios e possibilidades no século XXI. **dObras[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 32, p. 66–87, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1367. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1367>. Acesso em: 5 ago. 2022.

SUTTER, M.A. et al. Diferenciação e competitividade da oferta de moda brasileira no mercado internacional. RAM. **Revista de Administração Mackenzie** [online]. 2016, v. 17, n. 1, pp. 165-196. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n1p165-196>>. Acesso em: 5 ago. 2022

TAKAMITSU, HT; GOBBO JUNIOR, JA Veja Agora Compre Agora: Desafios e Oportunidades no Desenvolvimento de Novos Produtos de Moda Sustentáveis do Mercado de Luxo na Era das Mídias Sociais. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 11, n. 2, pág. 197-215, 2019.

TEIXEIRA, G.; CASTILLO, L. Medição do impacto ambiental dos processos de produção de uma indústria de vestuário de medio porte. **GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 10, n. 1, p. 195-210, 2012.

TROIANI, L.; SEHNEM, S.; CARVALHO, L. Moda sustentável: uma análise sob a perspectiva do ensino de boas práticas de sustentabilidade e economia circular. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 20, n. 1, p. 62-76, 2022.

ZANZI, .; SILVEIRA, .; DA ROSA, .; SCHULTE, . K. PARA ALÉM DO OTIMISMO: A SUSTENTABILIDADE NA MODA DURANTE A PANDEMIA. **MIX Sustentável**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 19–28, 2021. DOI: 10.29183/2447-3073.MIX2022.v8.n1.19-28. Disponível em: <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/mixsustentavel/article/view/4684>. Acesso em: 26 jul. 2022.