

## A DIMENSÃO DE GÊNERO NAS CADEIAS GLOBAIS DE VALOR (CGV) DA INDÚSTRIA *FAST FASHION*: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A ÍNDIA<sup>1</sup>

**GODOI, Izabella de<sup>2</sup>**

**Resumo:** A indústria do vestuário é um dos principais setores a adotar uma dimensão global e incorporar países em desenvolvimento, tendo se expandido rapidamente desde a década de 1970 para territórios onde havia maiores oportunidades de produção e baixo custo, por meio de subcontratações. Tal modificação desencadeou o fenômeno das Cadeias Globais de Valor (CGV) no setor do vestuário, tendo grandes impactos no cenário global – principalmente quando se trata de países em desenvolvimento, haja vista que abriga a oportunidade de *upgrading* na cadeia em que está inserido e, conseqüentemente, o desenvolvimento do país. Considerando que cerca de 85% dos trabalhadores da indústria são mulheres, ao todo são cerca de 30 milhões de trabalhadoras, e, ao fim e ao cabo, apesar de as CGV promoverem oportunidades a essas mulheres – já que geram emprego para as que antes não o tinham –, a oportunidade de *upgrading* vislumbrada pelos países em desenvolvimento transforma-se apenas em fornecer mão de obra barata frente a leis trabalhistas flexíveis ou inexistentes, fortalecendo a estrutura de gênero do local. Portanto, o presente artigo dedica-se a compreender o fenômeno das Cadeias Globais de Valor na indústria *Fast Fashion* assim como a dimensão de gênero e suas repercussões na indústria e vivência dessas mulheres na Índia.

**Palavras-chave:** Cadeias Globais de Valor, Fast Fashion, Desigualdade de gênero, Índia.

**Abstract:** The garment industry is one of the major sectors taking on a global dimension and incorporating developing countries, having expanded rapidly since the 1970s to territories where there were greater production opportunities and lower costs through subcontracting. Such a change has triggered the phenomenon of the Global Value Chains (CGD) in the garment sector, with major impacts on the global scenario - especially when it comes to developing countries, given that it offers the opportunity for upgrading in the chain in which it is inserted and, consequently, the development of the country. Considering that around 85% of industry workers are women, in all there are about 30 million workers, and, in the end, although the CGVs promote opportunities for these women - since they generate jobs for - the opportunity for upgrading envisaged by developing countries is only to provide cheap labor against flexible or non-existent labor laws, strengthening the local gender structure. Therefore, the present article is devoted to understanding the phenomenon of the Global Chains of Value in the Fast Fashion industry as well as the gender dimension and its repercussions on the industry and the experience of these women in India.

**Keywords:** Global Value Chains, Fast Fashion, gender inequality, India.

### Introdução

A indústria do vestuário é um dos principais setores a adotar uma dimensão global e a

---

<sup>1</sup> Artigo científico apresentado ao Instituto de Economia e Relações Internacionais como Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção de grau de Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Federal de Uberlândia, sob orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Paula Macedo de Avellar.

<sup>2</sup> Graduanda em Relações Internacionais pela Universidade Federal de Uberlândia.

incorporar países em desenvolvimento, tendo se expandido rapidamente desde a década de 1970. A partir de então, a produção foi deslocada necessariamente para territórios onde havia maiores oportunidades de produção e baixo custo, o que geralmente acontece por meio de subcontratações. Tal deslocamento de atividades desencadeou o fenômeno das Cadeias Globais de Valor (CGV) no setor do vestuário, tendo grandes impactos no cenário global – principalmente quando se trata de países em desenvolvimento, haja vista que abriga a oportunidade de *upgrading* na cadeia em que está inserido e, conseqüentemente, o desenvolvimento do país (BENTO, 2008; DATAMONITOR, 2009).

Por CGV entende-se uma gama completa de atividades que as empresas e os trabalhadores realizam para fabricar um produto. Ela engloba tanto atividades pertencentes a cadeias de fornecimento de uma indústria, como o uso de atividades intangíveis que adicionam valor ao produto, mas não alteram, crucialmente, o produto em si (HERMIDA, 2016).

As Cadeias Globais de Valor (CGV) da indústria *Fast Fashion* – “moda rápida”, em tradução literal – referem-se à ramificação da indústria do vestuário onde a produção é constante, com coleções semanais e/ou diárias, levando ao consumidor final as últimas tendências rapidamente e com custo baixíssimo. Elas são orientadas pelo comprador, e a indústria estrutura-se em um tripé composto por baixo custo de produção, rápido escoamento da distribuição e preços atrativos (TANJI, 2016).

De acordo com o documentário “*The True Cost*” (2014), cerca de 85% dos trabalhadores da indústria são mulheres, totalizando cerca de 30 milhões de trabalhadoras. Ao fim e ao cabo, apesar de as CGV promoverem oportunidades a essas mulheres – já que geram emprego para as que antes não o tinham –, a possibilidade de *upgrading* vislumbrada pelos países em desenvolvimento transforma-se apenas em fornecer mão de obra frente a leis trabalhistas flexíveis ou inexistentes, fortalecendo a estrutura de gênero do local.

Uma outra evidência importante refere-se ao fato de que apenas 14% das 50 maiores marcas da indústria da moda são lideradas por mulheres. Não há mulheres entre os 10 CEOs mais bem pagos da indústria, e a situação na linha de produção é ainda mais desigual e patriarcal.

Dessa forma, valendo-se do aporte feminista, especificamente no que tange às Relações Internacionais – que, em última instância, propõe a análise do papel da mulher no sistema internacional –, é importante pautar a interseccionalidade da teoria. Usualmente, não é feito o questionamento sobre as condições de trabalho das mulheres responsáveis pela produção de roupas de todo o planeta; mulheres que têm diariamente seus direitos violados, trabalhando em condições subumanas, sofrendo abusos e sendo silenciadas (CRENSHAW, 2015). Tampouco

é comum a utilização da sistematização de Cadeias Globais de Valor (GVC approach) nessa temática. Nesse sentido, pretende-se, neste trabalho, compreender como a fragmentação da produção e o estabelecimento de Cadeias Globais de Valor da indústria Fast Fashion na Índia reforçam a estrutura de gênero e promovem sua maior desigualdade.

Em primeiro momento, a pesquisa é conduzida por revisão bibliográfica, seguida de metodologia qualitativa, por meio da observação. O método de abordagem é o exploratório, considerando que a dimensão de gênero nas Cadeias Globais de Valor ainda é pouco pesquisada, carecendo a área de estudos. Ademais, o método de procedimento é o estudo de caso, dada a pretensão de analisar a dimensão de gênero específica da Índia. As informações quantitativas utilizadas no estudo são retiradas da base de dados “*Trade in Value Added (TiVA)*”, elaborada pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) referentes ao período dos anos 2000.

Assim, o trabalho está organizado em três seções, além desta Introdução e das Considerações Finais. A seção 1 desdobra-se em captar os aspectos teóricos que perfazem as Cadeias Globais de Valor, além de compreender a organização industrial, governança e *upgrading* econômico da indústria *Fast Fashion*. Logo após, a seção 2 dedica-se a compreender a dimensão de gênero, desde o entendimento de patriarcado, até a atuação das Cadeias Globais de Valor como estrutura de gênero. Por fim, a seção 3 trata do estudo de caso indiano, apresentando dados quantitativos da indústria e pontuando oportunidades de *upgrading*.

## **1. Cadeias Globais de Valor da Indústria Fast Fashion**

Esta seção tem como objetivo a compreensão dos aspectos teóricos acerca das Cadeias Globais de Valor e sua ocorrência na indústria do vestuário e, por consequência, *Fast Fashion*. Para isso, encontra-se dividida em dois subtópicos: o primeiro tem por finalidade a compreensão do aporte teórico das Cadeias Globais de Valor, minuciando especialmente a vertente denominada *GVC approach*; em seguida, discute-se a organização industrial, governança e *upgrading* econômico da indústria *Fast Fashion*.

### *1.1. Cadeias Globais de Valor: fundamentação teórica e elementos conceituais*

O processo entendido teoricamente como fragmentação da produção pode ser descrito como:

[...] um processo de combinação de serviços e atividades produtivas, que pode ser realizado por uma única empresa, geralmente transnacional, ou por diferentes firmas estrangeiras; e que, consolida-se por meio da aquisição, via importações de insumos, peças e componentes necessários para a manufatura do produto final. Portanto, há necessariamente um processo de internacionalização da produção de um bem, em que diversos países participam em níveis e estágios distintos (HERMIDA, 2016, p. 47).

Já a fragmentação internacional da produção é caracterizada quando há a realização do *offshoring*, seja *outsourcing* internacional – a produção de uma empresa ou parte da produção é realocada para outras firmas não filiadas à matriz em outro país –, e/ou *insourcing* internacional – caracterizado pela realocação da produção para outro país dentro de um único grupo empresarial (HERMIDA, 2016).

Ainda que a fragmentação internacional da produção seja compreendida como sinônimo das Cadeias Globais de Valor (CGV), Hermida (2016) ressalta que em estudos empíricos entende-se a fragmentação como uma pré-condição para a origem dos sistemas de produção globais. Desse modo, no que concerne ao estudo das Cadeias Globais de Valor, tem-se que se dedica a compreender como e por que elas surgem, além de investigar suas principais características e efeitos. Cabe mencionar a existência de diferentes métodos de análise, ou seja, o fenômeno das Cadeias Globais de Valor é estudado tanto por sociólogos, como economistas, geógrafos, estatísticos e outros grupos.

A esse respeito, Hermida (2016) identifica as quatro principais vertentes de estudo: (1) Economistas que partem de uma abordagem macroeconômica do fenômeno, buscando empiricamente novos meios de aferir a fragmentação da produção e as Cadeias Globais de Valor; (2) Organizações Internacionais Não Governamentais que têm por objetivo a compreensão do comércio no contexto das Cadeias Globais de Valor para, ao fim e ao cabo, fazer recomendações a favor da liberalização comercial; (3) Agências de estatísticas que têm por finalidade um método de avaliação comercial microeconômica por meio das CGV; e, por fim, (4) o grupo determinado “*GVC approach*”, o qual, por meio das CGV, busca compreender as oportunidades de desenvolvimento das economias emergentes, concebendo as CGV como uma gama completa de atividades que as empresas e os trabalhadores realizam para fabricar um produto, desde a sua concepção até o seu uso e as suas repercussões.

As Cadeias Globais de Valor englobam tanto atividades pertencentes a cadeias de fornecimento de uma indústria, quanto o uso de atividades intangíveis que adicionam valor ao produto, mas não alteram, crucialmente, o produto em si (HERMIDA, 2016; GEREFFI;

FERNANDEZ-STARK, 2011). A linha de análise denominada *GVC approach* oferece uma perspectiva holística das Cadeias Globais de Valor, haja vista que fornece meios de análise a partir do topo das CGV – observando como as empresas líderes coordenam suas redes de afiliados e fornecedores –, assim como de baixo para cima – verificando de que modo as decisões de negócios impactam a trajetória de *upgrading* econômico e social em países específicos (GEREFFI; FERNANDEZ-STARK, 2011).

Ademais, Gereffi e Fernandez-Stark (2011) argumentam que há quatro dimensões de análise no que concerne ao *GVC approach*: (1) Estrutura Input-Output, que, ao compreender uma cadeia como representante de todo o processo de entrada e saída ao longo da fabricação de um produto ou serviço, é capaz de mapear o valor adicionado nos diversos estágios da cadeia e, por consequência, os retornos que cada um dos atores inseridos na cadeia obtiveram. Ademais, busca identificar as características e as dinâmicas específicas do setor em questão; (2) Âmbito geográfico, que tem por objetivo a identificação das empresas líderes de cada um dos segmentos da Cadeia Global de Valor a fim de determinar qual é o nível de cada um dos países em questão; (3) Governança, que permite conceber como a cadeia em análise é controlada e coordenada, bem como quais atores possuem mais ou menos poderes que os demais; e, por fim, (4) Contexto institucional, identificando como as condições e políticas – seja em nível local, nacional ou internacional – moldam a globalização em cada estágio da Cadeia Global de Valor.

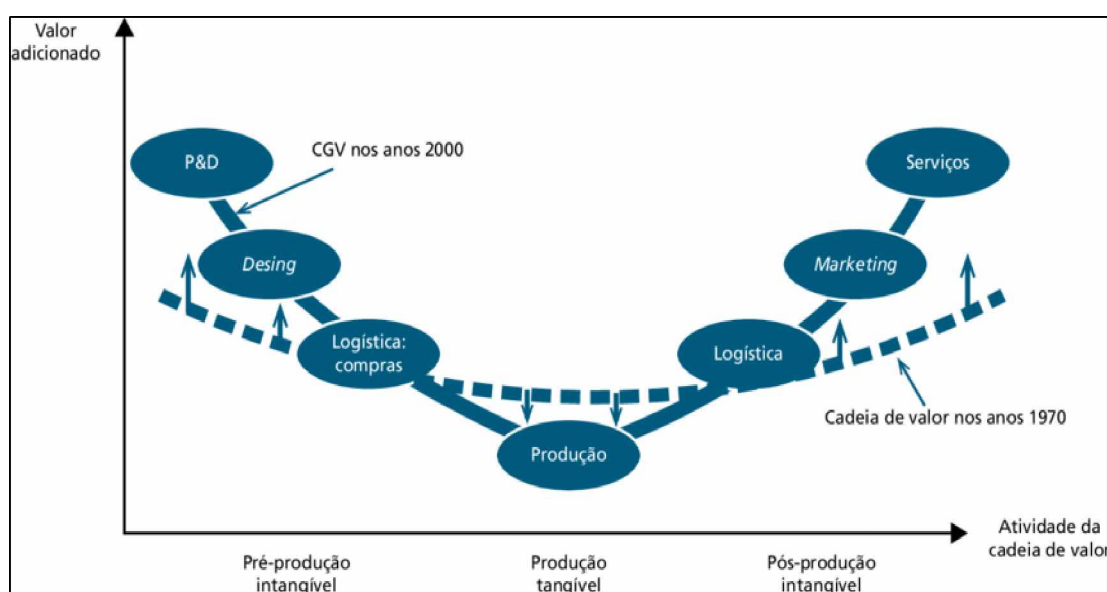
Ao se tratar do meio de análise de baixo para cima, o conceito de *upgrading* é fundamental para a compreensão, já que se concentra nas estratégias usadas por países, regiões e outras partes econômicas interessadas para manter ou melhorar suas posições na economia global. O *upgrading* econômico é definido como empresas, países ou regiões que se deslocam para atividades de maior valor nas CGV para aumentar os benefícios de participação na produção global.

Indo além, é possível elencar ao menos nove principais meios de *upgrading*, sendo eles (1) *Upgrading* de processos, que modifica o sistema produtivo tornando-o mais eficiente; (2) *Upgrading* de produto, elevando o valor agregado dos produtos, ou transacionando para a produção de itens com maior valor agregado; (3) *Upgrading* de funções, o que implica adquirir novas funções, aumentando seu grau de habilidade; (4) *Upgrading* intersetorial, diversificando a produção em setores semelhantes ao que já atua; (5) *Upgrading* intrasetorial, ou seja, criação de junções antes e depois do processo produtivo principal; (6) *Upgrading* social, promovendo melhora das condições sociais no âmbito da Cadeia Global de Valor, como melhora das leis trabalhistas; (7) *Upgrading* institucional, propiciando o aperfeiçoamento dos atores locais de

modo a otimizar o seu engajamento; (8) *Upgrading* de mercado, diversificação que concerne ao mercado, aos produtos e às localizações geográficas; (9) *Upgrading* no sistema de articulação da cadeia, ou seja, estabelecimento de ligações no processo produtivo antecedente, reduzindo a dependência de importações (GEREFF; FERNANDEZ-STARK, 2011; HERMIDA, 2016).

Outro aspecto relevante diz respeito à curva que relaciona os tipos de atividades desenvolvidas ao longo da cadeia com a amplitude do valor adicionado na CGV, conhecida por "curva sorridente".

Figura 1 – Curva Sorridente - valor adicionado ao longo da CGV



Fonte: OECD/WTO (2013).

De acordo com Hermida (2016, p. 88),

[...] as etapas a montante podem ser caracterizadas pela produção de matérias primas brutas que agregam pouco valor e estão mais ao centro da “curva sorridente” ou também por ativos de conhecimento como P&D, design e construção de marcas, dentre outros serviços pré-montagem que agregam maior valor no processo produtivo. As etapas intermediárias mais a jusante são aquelas relacionadas à montagem dos produtos e aquelas relacionadas ao fornecimento de serviços (pós-vendas ou atendimento ao cliente). De acordo com a “curva sorridente”, as pontas das cadeias proporcionam maior valor adicionado, já que os países são tanto detentores dos insumos e intangíveis a montante, ou dos serviços intangíveis a jusante. O próprio relatório da OECD/WTO (2013, p.29) aponta que o local onde o país se encontra nas cadeias pode afetar o grau em que elas serão beneficiadas das CGV: atividades com P&D e design e certos serviços tendem a criar mais valor que a montagem.

Ou seja, no caso da indústria do vestuário, embora a Índia e os países asiáticos tenham uma alta participação no estágio de produção, o valor agregado por eles é pouco representativo, uma vez que o valor em si é agregado pelas atividades como design, localizado nos EUA e na Europa. No próximo subtópico, é apresentado com maior detalhamento o funcionamento da indústria *Fast Fashion* em um ambiente de CGVs.

### *1.2. Indústria Fast Fashion: estrutura, organização industrial, governança e upgrading econômico*

A indústria do vestuário é um dos principais setores a adotar uma dimensão global e incorporar países em desenvolvimento, tendo se expandido rapidamente desde a década de 1970. Na atualidade, pode ser considerada uma indústria global de trilhões de dólares que fornece emprego a dezenas de milhões de trabalhadores em alguns dos países menos desenvolvidos do mundo (DATAMONITOR, 2009). Estão incluídas nessa atividade econômica a produção de itens femininos, masculinos e infantis, como blusas, saias, tops, camisetas, roupas de banho, calças jeans, casacos, sapatos, roupas íntimas e pijamas.

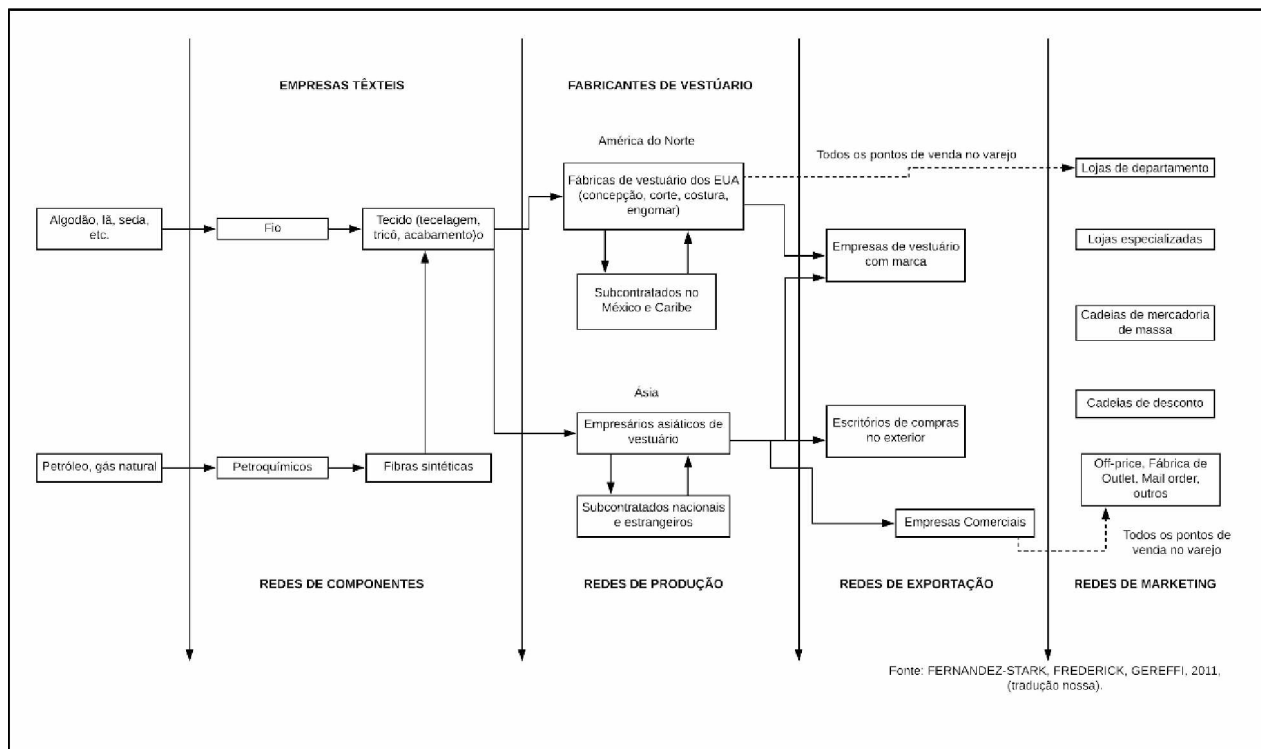
Por certo, a produção da indústria do vestuário é considerada um trampolim para o desenvolvimento econômico e ponto de partida para países envolvidos na industrialização orientada para exportações, pois o setor é intensivo em mão de obra e apresenta baixos custos fixos (GEREFFI; MEMEDOVIC, 2003). Uma comprovação disso está no fato de que países de baixa renda respondem por três quartos das exportações mundiais da indústria do vestuário (OIT, 2005).

A indústria do vestuário é uma cadeia de *commodities* impulsionada pelo comprador, marcada por assimetrias de poder entre os fornecedores e os compradores globais de produtos finais de vestuário (figura 2). Diferentemente das cadeias controladas pelo produtor, onde os lucros vêm de escala, volume e avanços tecnológicos, na Cadeia Global de Valor do vestuário, os lucros advêm de combinações de pesquisa, design, vendas, marketing e serviços financeiros de alto valor que permitem aos varejistas, designers e profissionais de marketing atuarem como intermediários estratégicos na conexão de fábricas e comerciantes no exterior com nichos de produtos em seus principais mercados consumidores (GEREFFI; MEMEDOVIC, 2003). Os compradores globais determinam o que deve ser produzido, onde, por quem e a que preço.

Na maioria dos casos, as empresas líderes terceirizam a fabricação para uma rede global de fabricantes contratados em países em desenvolvimento que oferecem as taxas mais

competitivas. Empresas líderes incluem varejistas e proprietários de marcas e, normalmente, estão sediadas nos principais mercados – Europa, Japão e Estados Unidos. Essas empresas tendem a realizar as atividades mais valiosas na cadeia de valor do vestuário – design, marca e marketing de produtos – e, geralmente, terceirizam o processo de fabricação para uma rede global de fornecedores. Como todas as indústrias globais, a cadeia de valor do vestuário depende de padrões internacionais para coordenar as atividades dos fornecedores. Dessa forma, a maioria das empresas líderes implementaram padrões privados e códigos de conduta baseados em custo, qualidade e pontualidade (BARTLEY, 2005; GEREFFI et al., 2001).

Figura 2 – A Cadeia Global de Valor da indústria têxtil



Fonte: Fernandez-Stark; Frederick; Gereffi (2011 – tradução da autora).

É importante ressaltar a presença durante alguns anos do sistema de cotas iniciado com o Acordo de Longo Prazo sobre Comércio Internacional de Têxteis e Substitutos de Algodão sob os auspícios do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT) em 1962, estendido para incluir outros materiais sob o Acordo Multi Fibra (MFA), implementado em 1974 (OIT, 2005). O MFA foi criado para proteger as economias desenvolvidas das importações baratas do mundo em desenvolvimento e governou o comércio mundial de têxteis e vestuário nos 30 anos subsequentes. Diversos países em desenvolvimento – e os países menos desenvolvidos, em particular – beneficiaram-se dessa estrutura comercial que lhes forneceu cotas para importações isentas de impostos e protegeram o crescimento de suas nascentes indústrias de vestuário contra concorrentes de baixo custo, como a China. Esse acordo foi extinto entre 1995 e 2005, pois o comércio de produtos têxteis foi colocado sob a alçada do Acordo da Organização Mundial do Comércio sobre Têxteis e Vestuário (ATC) (FERNANDEZ-STARK; FREDERICK; GEREFFI, 2011).

Após o encerramento do acordo, ocorreu um crescimento do fluxo na geografia global da produção e comércio de peças de vestuário, havendo uma reestruturação das estratégias das empresas. Tais mudanças trouxeram outros fatores-chave na competitividade do país para a

linha de frente, incluindo custos trabalhistas, produtividade e competências gerenciais e institucionais.

Nesse sentido, países de baixo custo, como Bangladesh, China e Índia, emergiram como líderes nos segmentos de menor valor agregado da cadeia de valor. Como resultado, as habilidades da força de trabalho tornaram-se elementos cada vez mais importantes para os países em desenvolvimento manterem e atualizarem suas posições na cadeia global de valor do vestuário (FERNANDEZ-STARK; FREDERICK; GEREFFI, 2011).

A Cadeia de Valor do setor do vestuário está organizada em torno de cinco segmentos principais: (1) fornecimento de matérias-primas, incluindo fibras naturais e sintéticas; (2) fornecimento de componentes, como fios e tecidos fabricados por empresas têxteis; 3) redes de produção constituídas por fábricas de vestuário, incluindo os seus subcontratantes nacionais e estrangeiros; (4) canais de exportação estabelecidos por intermediários de comércio; e (5) redes de marketing no varejo. Com o passar do tempo, ocorreram mudanças contínuas na localização dos países e regiões exportadores de vestuário mais significativos, bem como em seus principais mercados finais (GEREFFI; FREDERICK, 2010; GEREFFI; MEMEDOVIC, 2003).

A partir da perspectiva do *GVC approach*, é possível investigar a indústria do vestuário com maior nitidez, compreendendo os pontos de oportunidade de *upgrading*. Ademais, pode-se identificar os pontos da estrutura que reforçam o papel inferior desempenhado por países que ocupam a fase de produção, como apresentado através da curva sorridente, pois demonstra, por exemplo, o baixo valor agregado em atividades como produção, ao passo que design e marketing desempenham atividades mais lucrativas. Na seção a seguir, será incorporado outro elemento à análise, a dimensão de gênero nas Cadeias Globais de Valor, conferindo maior complexidade à discussão.

## **2. A Dimensão de Gênero nas Cadeias Globais de Valor**

Esta seção, em seu primeiro momento, desdobra-se em entender a definição de gênero e esmiuçar as raízes das desigualdades de gênero, pautadas pela compreensão da estrutura patriarcal. Em seguida, dedica-se a captar as diferentes ramificações existentes para a teoria denominada feminista, tendo como ponto de partida as Relações Internacionais. Na subseção seguinte, é feita a convergência entre Cadeias Globais de Valor e gênero, analisando de que forma as CVG podem operar enquanto estrutura.

## 2.1. Considerações teóricas

Gênero é uma identidade socioeconômica crucial e as normas e papéis de gênero prevalecem nos lares, nas comunidades e na economia, mas está interligado a outras identidades socioeconômicas, como idade, status, classe de renda, nível educacional e de habilidades, nacionalidade, etnia. Portanto, as mulheres, como um grupo, compartilham oportunidades e limitações semelhantes, mas a extensão, a articulação e as consequências podem ser bastante diferentes para diferentes grupos de mulheres em relação a sua origem material, educacional ou étnica (BAMBER, STARITZ, 2016).

De acordo com Becker (1999), as estruturas sociais e os indivíduos criam e reproduzem desigualdades ligadas a sexo, raça, classe, religião, etnia, dentre outras. A autora, a partir da contribuição de Allan Johnson, pontua que o patriarcado é uma estrutura social dominada por homens, identificada por homens, sendo a desconfiança masculina e o medo de outros homens a sua principal força motriz.

A cultura patriarcal valoriza o controle e a dominação porque esse controle e essa dominação de outros homens garantem a própria segurança deles. Dessa forma, embora pareça permear a existência de homens e mulheres, o patriarcado é pautado entorno dos homens. A opressão sofrida por mulheres é um resultado secundário do fenômeno. Ainda que as mulheres não sejam o foco, um sistema social identificado, controlado e centrado no homem inevitavelmente valorizará a masculinidade e os traços masculinos em detrimento das características femininas.

Por conseguinte, homens e mulheres são encorajados a considerar mulheres como seres inferiores e adequados para satisfazer as necessidades masculinas. Conforme mencionado anteriormente, raça, classe, religião e etnia são opressões que coexistem frente ao patriarcado, sendo necessário ressaltar que, assim como os homens, as mulheres, a depender de sua posição social e como esta é valorizada, podem exercer opressão a outras mulheres (BECKER, 1999).

Becker (1999) acrescenta que não basta pautar o debate feminista atual somente em as mulheres terem mais espaço na sociedade, uma vez que, nessa situação, as mulheres que obtêm sucesso são identificadas em um padrão centrado na masculinidade, e, ao invés de confrontar o patriarcado, contribuem para a manutenção de seu *status quo*. A autora pontua, também, que, apesar de mulheres, assim como homens, serem encorajadas a acolher os valores e as perspectivas patriarcais, o patriarcado é um sistema instável e passível de resistência. Apesar disso, demonstra-se bastante maleável em resposta às resistências. De acordo com Becker, "as estruturas sociais patriarcais têm sido tribais, monárquicas e totalitárias; ditatorial e

democrática; nômade, feudal, capitalista e socialista; religiosas e ateus; primitiva e pós-moderna; tolerante e repressora da pornografia". (BECKER, 1999, p. 26).

No que concerne aos estudos feministas, gênero pode ser compreendido como um conjunto de características variáveis, mas social e culturalmente construídas, como poder, autonomia, racionalidade, atividade e público, que são estereotipicamente associados à masculinidade, e seus opostos – fraqueza, dependência, conexão, emocionalidade, passividade e privado –, associados à feminilidade.

Tickner (2001) pontua evidências que sugerem que mulheres e homens atribuem um valor mais positivo a essas características masculinas que denotam uma espécie de masculinidade hegemônica. Eles servem para apoiar o poder masculino e a subordinação feminina e, também, reforçam o poder dos grupos dominantes, uma vez que as minorias frequentemente foram caracterizadas como deficientes nessas características. Na verdade, existe uma hierarquia de masculinidades em que o gênero interage com a classe e a raça (TICKNER, 2001).

Para Tickner (2001), a principal preocupação da teoria feminista é explicar a subordinação das mulheres, ou a assimetria injustificada entre as posições sociais e econômicas das mulheres e dos homens, buscando prescrições para acabar com ela. Feministas podem ser definidas como aquelas que acreditam que as mulheres não devem ser prejudicadas pelo gênero e têm de ser reconhecidas como tendo a dignidade humana igual à dos homens, além da oportunidade de viver vidas livremente escolhidas, como os homens. No entanto, há divergências no ponto em que elas acreditam constituir a subordinação das mulheres, bem como a forma de explicá-la e superá-la (TICKNER, 2001). As visões que serão detalhadas a seguir são o feminismo liberal, o crítico, o radical, o socialista e o pós-moderno.

No tocante ao feminismo liberal, Tickner aponta que as mulheres deveriam ter a mesma chance de desenvolver suas capacidades racionais como homens, pontuando que a discriminação priva as mulheres dos direitos iguais para prosseguir o seu interesse próprio racional. As feministas liberais acreditam que esses impedimentos ao exercício, por parte das mulheres, de suas capacidades racionais completas podem ser eliminados pela remoção de obstáculos legais e outros que negaram os mesmos direitos e oportunidades que os homens.

Quando essas barreiras legais são removidas, as mulheres podem começar a se mover para a igualdade total. Ao contrário da tradição liberal clássica, que defende um Estado mínimo, a maioria das feministas liberais acredita que o Estado é a autoridade apropriada para fazer valer os direitos das mulheres. Embora possa praticar discriminação na prática, o Estado é capaz de se tornar o árbitro neutro necessário para assegurar a igualdade das mulheres. Em contrapartida,

as críticas ao feminismo liberal alegam que a remoção de barreiras legais não acaba com a discriminação contra a mulher na vida pública ou privada. Além disso, sugerem que a ênfase liberal no individualismo e na racionalidade promove valores masculinos, que privilegiam a mente sobre o corpo e o individualismo em relação aos relacionamentos (TICKNER, 2001).

Dessa forma, o feminismo radical, que emergiu dos movimentos políticos dos anos 1960 e 1970, afirma que a denominada opressão feminina é muito profunda para ser eliminada pela remoção de barreiras legais. As feministas radicais acreditam que a opressão das mulheres é a primeira, a mais profunda e a mais difundida forma de opressão humana, alegando que as mulheres são oprimidas por causa do patriarcado ou de um sistema predominante de dominação masculina, enraizado na desigualdade biológica entre os sexos e nos papéis reprodutivos das mulheres, que as atribui ao lar para cuidar de homens e crianças.

Ao contrário das liberais, as feministas radicais não endossaram a ideia de que as mulheres deveriam aspirar a serem iguais aos homens. Em vez disso, elas devem celebrar as virtudes únicas das mulheres, que, em sociedades patriarcais, são desvalorizadas (TICKNER, 2001).

Reagindo contra o essencialismo do feminismo radical e a noção de um patriarcado indiferenciado, o feminismo socialista procurou as diferenças na existência material masculina e feminina como motivo para a opressão das mulheres. As feministas socialistas alegam que o patriarcado possui uma base material que se expressa no controle dos homens sobre a força de trabalho das mulheres. Enquanto Marx afirmou que os modos de produção capitalistas eram responsáveis pela opressão dos trabalhadores, essas feministas analisaram modos de reprodução como fontes primárias de opressão feminina (TICKNER, 2001).

O pós-modernismo feminista, por sua vez, critica o ponto de vista feminista por estar excessivamente comprometido com uma visão essencialista das mulheres. Ao invés de fundamentar o feminismo nas experiências das mulheres, o feminismo pós-moderno examina o gênero como fonte de poder e hierarquia para entender melhor como essas hierarquias são construídas socialmente e mantidas. O pós-modernismo produziu a tendência de mudar os conceitos teóricos centrais da estrutura para o discurso. Assim, o pós-modernismo feminista desconstrói e critica em vez de prescrever, tentando problematizar entidades como a mulher, a verdade e o conhecimento (TICKNER, 2001).

Adentrando a questões mais aplicadas, Tickner aborda as perspectivas feministas na economia globalizada. Para tanto, pontua que a ênfase na globalização da produção e finanças esconde as grandes desigualdades, haja vista que, embora existam enormes diferenças no status socioeconômico das mulheres, dependendo de sua raça, classe, nacionalidade e localização

geográfica, as mulheres compartilham certa semelhança, pois estão desproporcionalmente localizadas no fundo da escala socioeconômica em todas as sociedades. Tal afirmativa mostra-se concreta ao observarmos que as mulheres recebem em média três quartos dos ganhos dos homens, apesar de trabalharem mais horas (TICKNER, 2001).

Ademais, segundo a autora, estudos sugerem que a nova divisão internacional do trabalho teve efeitos significativos sobre as mulheres. Mesmo em áreas do mundo onde o crescimento econômico tem sido rápido, o progresso econômico não foi complementado por melhorias na posição das mulheres. As mulheres que trabalham no setor salarial são geralmente as mais mal pagas, além de constituírem um número desproporcional de pessoas que trabalham no setor informal ou em agricultura de subsistência, áreas da economia que, muitas vezes, são ignoradas pela análise econômica convencional (TICKNER, 2001).

Dessa forma, a contribuição feminista está em, ao invés de tentar entender as condições necessárias para a estabilidade no sistema internacional, compreender as causas das várias inseguranças econômicas das mulheres e investigar as condições em que podem ser atenuadas. Enquanto os neorrealistas e os neoliberais afirmam que os Estados estão promovendo seus próprios interesses na economia global, eles se preocupam menos em como essas recompensas são distribuídas internamente. Em vez de levar o Estado como dado, as feministas procuram entender como as políticas e as estruturas no nível do Estado, em suas interações com a economia global, têm efeitos diferenciais sobre os indivíduos. A criação de relações de poder de gênero visíveis é capaz de ajudar a entender como as mulheres e os homens podem ser recompensados diferencialmente, pois o Estado busca ganhos da economia global (TICKNER, 2001).

Portanto, é crucial, frente ao exposto, pautar a interseccionalidade, ou seja, como diferentes formas de discriminação podem interagir e se sobrepor, e por que é necessário que a teoria leve em conta as necessidades das mulheres de diversas origens quando consideram questões sociais a serem defendidas. Isso porque, usualmente, não é feito o questionamento sobre a vida e as condições de trabalho das mulheres responsáveis pela produção das roupas de todo o planeta, num cenário em que tais mulheres têm diariamente seus direitos violados, trabalham em condições subumanas, sofrem abusos e são silenciadas (CRENSHAW, 2015). De acordo com Galhera e Veiga (2017),

[...] mulheres trabalhadoras mais precarizadas provavelmente serão não brancas, informais, sem papeles, jovens, de zonas rurais, com baixa escolaridade, e do Sul Global. Essas mulheres pouco participam de instâncias de decisão e poder sobre seus próprios futuros, sejam empresas, governos,

estados, ou até mesmo sindicatos e associações profissionais (GALHERA E VEIGA, 2017, p. 147).

De acordo com Bamber e Staritz (2016), no que diz respeito à economia em geral, as CGVs são estruturas de gênero devido às diferenças estruturais entre as posições e os papéis das mulheres e dos homens no lar, na comunidade, no mercado de trabalho e na economia, enraizadas na estrutura social, em normas e papéis. Embora haja alternâncias importantes entre os países, elas existem em todas as sociedades.

As CGVs estão inseridas e interagem com essas normas e relações sociais e de gênero, podendo modificá-las, atenuá-las ou reforçá-las. Essas situações podem ocorrer por meio de práticas de empresas líderes em atividades como recrutamento, promoção, desenvolvimento de habilidades, transferência de conhecimento, aquisições, condições de trabalho e possibilidades de combinar trabalho e vida familiar (BAMBER; STARITZ, 2016).

Segundo a UNCTAD (2015), as mulheres tendem a se concentrar em um número limitado de setores – como a produção de alimentos, vestuário, serviços domésticos e outros serviços sociais – em comparação com os homens, que estão mais uniformemente distribuídos em uma série maior de posições e atividades produtivas. Para além, mulheres tendem a ocupar posições e atividades diferentes dentro do mesmo setor que os homens, o que leva a uma segregação profissional por gênero, sendo ainda mais propensas a atuarem em formas de trabalho de baixo valor agregado e em condições precárias, como é a indústria do vestuário.

Vale ressaltar, também, que a resposta das mulheres às oportunidades potenciais em novas áreas econômicas é esvaziada por limitações de tempo, haja vista a responsabilidade primária não remunerada de trabalho doméstico, cuidado infantil e reprodutivo. Nos países onde há dados disponíveis, as mulheres gastam mais do que o dobro do número de horas que os homens em trabalho doméstico não remunerado e cuidados em média (FERRANT et al., 2014).

Ademais, mulheres também têm desvantagem de acesso a recursos produtivos básicos – como terra, crédito, educação, infraestrutura, serviços públicos, informações –, o que as limita a acessar novos incentivos econômicos. Apesar de em países em desenvolvimento homens e mulheres sofrerem restrições nesses aspectos, o gênero interage com outras desigualdades socioeconômicas para exacerbar a desvantagem das mulheres, levando a restrições intensificadas por gênero (BAMBER; STARITZ, 2016).

Por causa dessas estruturas de gênero, mulheres e homens estão inseridos em diferentes estágios das CGVs como trabalhadores, gerentes, produtores e empreendedores. As relações de gênero fundamentam esse envolvimento e influenciam o funcionamento das CGVs e os

processos de atualização. Assim, a expansão das CGVs tem diferentes impactos sobre homens e mulheres, e eles podem não estar em uma posição igual para aproveitar as oportunidades das CGVs.

De fato, o comércio teve um impacto considerável no aumento das oportunidades de emprego para mulheres como trabalhadoras em setores voltados para a exportação, sendo inclusive o primeiro emprego. No entanto, as mulheres estão frequentemente concentradas em setores e tipos específicos de empregos. As demandas por mão de obra barata e flexível em indústrias voltadas para a exportação, como a do vestuário, muitas vezes levaram a salários baixos e a condições de trabalho precárias nesses empregos femininos. As mulheres, como produtoras e empreendedoras, têm sido menos capazes de se beneficiarem de novas oportunidades de exportação devido a restrições intensificadas por gênero, particularmente em termos de acesso a treinamento e habilidades, crédito, insumos e redes (BAMBER; STARITZ, 2016).

Desigualdades baseadas em gênero, por sua vez, também impactam nas relações comerciais e nos resultados, pois as desigualdades de gênero influenciam os padrões de alocação de recursos e as vantagens competitivas dos países. A desigualdade de gênero pode ser uma fonte de competitividade nas exportações, já que a segregação de empregos por gênero tende a manter os salários das mulheres artificialmente baixos no mercado de trabalho, e esse hiato salarial por gênero pode tornar-se um estímulo para o crescimento das exportações em setores que competem com base em baixos custos.

Nesse contexto, as CGVs aproveitam as relações de gênero existentes, utilizando mão de obra feminina para produzir produtos de baixo custo – mas, frequentemente, de alta qualidade –, com alta flexibilidade para os mercados de exportação. Assim, em setores intensivos em mão de obra, incluindo manufatura, certos tipos de serviços e agricultura não tradicional, o rápido crescimento da capacidade de exportação em muitos países em desenvolvimento tem sido associado a um aumento na demanda por mão de obra feminina e sua exploração (BAMBER; STARITZ, 2016).

Portanto, é extremamente necessário compreender os aspectos teóricos que versam sobre o gênero e o papel das mulheres em sociedade, a fim de que seja possível, na próxima seção, conceber as particularidades de gênero no caso indiano, assim como relacionar especificamente a questão de gênero às CGV da indústria *Fast Fashion*.

### **3. Estudo de Caso: Índia**

A terceira seção tem como objetivo analisar o caso indiano e, para isso, subdivide a análise em três momentos. O primeiro apresenta a base de dados *Trade in Value Added* (TiVA) – elemento imprescindível para a caracterização das CGV – e expõe os dados da CGV da indústria do vestuário na Índia e a sua participação ao longo dos anos 2000. Em seguida, tem-se a subseção dedicada à compreensão do gênero e à vivência das mulheres atuantes do setor de vestuário especificamente. Ao fim e ao cabo, apresenta-se o levantamento de pontos para *upgrading* econômico.

### 3.1. A Cadeia Global de Valor da Indústria Fast Fashion na Índia

Para a determinação das CGV, um instrumento importante é a base de dados *Trade in Value Added* (TiVA). Trata-se de uma iniciativa conjunta entre OCDE e OMC que tem por objetivo permitir um melhor rastreamento das redes globais de produção e cadeias de suprimento do que é possível com as estatísticas comerciais convencionais, uma vez que o banco de dados contém uma série de indicadores que medem o conteúdo de valor agregado dos fluxos de comércio internacional e demanda final. Os indicadores são derivados da versão 2016 do banco de dados de entrada-saída entre países (ICIO) da OCDE – o ICIO foi construído a partir de várias fontes de dados nacionais e internacionais, todas agrupadas e equilibradas sob restrições baseadas em contas nacionais oficiais, por atividade econômica e principais agregados das Contas Nacionais (OCDE, 2018).

As variáveis selecionadas são: a) EXGR\_DVASH, ou seja, a participação doméstica de valor agregado nas exportações brutas (*Domestic value added share of gross exports*), representado na tabela abaixo por DV, onde, para a indústria doméstica *i* no país *c*, EXGR\_DVASH (*c*, *i*) é definida como valor agregado doméstico nas exportações brutas – inclui o valor adicionado gerado pela indústria exportadora durante seus processos de produção, bem como qualquer valor adicionado proveniente de fornecedores domésticos a montante incorporados nas exportações; e b) EXGR\_FVASH, participação estrangeira no valor agregado das exportações brutas (*Foreign value added share of gross exports*), representado por FV, para a indústria doméstica *i* no país *c*, EXGR\_FVASH (*c*, *i*) é definida como valor acrescentado estrangeiro incorporado nas exportações brutas – reflete o valor dos bens e serviços intermediários importados incorporados nas exportações de uma indústria doméstica. O valor agregado pode vir de qualquer indústria estrangeira a montante na cadeia de produção (HERMIDA, 2017; OCDE, 2018).

Dessa forma, levando em consideração a indústria do vestuário desde a concepção, passando pela produção e indo até a distribuição, foram selecionados os seguintes países/grupos: China, Coreia do Sul, Europa, Estados Unidos, Índia, Indonésia e Tailândia. Foram selecionados tais países pela sua relevância econômica para esse setor, Estados Unidos e Europa por serem o país/continente de origem de inúmeras marcas de *Fast Fashion*, e Índia, China, Coreia do Sul, Tailândia e Indonésia por despontarem no globo como principais produtores de têxteis.

Tabela 1 – Decomposição do valor adicionado nas exportações do setor de vestuário da Índia e economias selecionadas (%)

| <b><u>Decomposição do valor adicionado nas exportações do setor de vestuário da Índia e economias selecionadas (%)</u></b> |    |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>País</b>                                                                                                                |    | <b>2000</b> | <b>2001</b> | <b>2002</b> | <b>2003</b> | <b>2004</b> | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> |
| <b>KOR:<br/>Coreia</b>                                                                                                     | DV | 76,1        | 75,7        | 76,3        | 74,7        | 71,2        | 73,0        | 72,2        | 70,7        | 63,8        | 67,3        | 63,6        | 64,7        |
|                                                                                                                            | VS | 24,0        | 24,3        | 23,7        | 25,3        | 28,8        | 27,1        | 27,8        | 29,3        | 36,2        | 32,7        | 36,5        | 35,3        |
| <b>USA:<br/>Estados Unidos</b>                                                                                             | DV | 82,2        | 82,7        | 83,1        | 81,2        | 82,2        | 80,5        | 80,2        | 81,6        | 81,8        | 85,4        | 83,5        | 81,7        |
|                                                                                                                            | VS | 17,8        | 17,3        | 16,9        | 18,8        | 17,8        | 19,5        | 19,8        | 18,4        | 18,2        | 14,6        | 16,5        | 18,3        |
| <b>CHN:<br/>China</b>                                                                                                      | DV | 63,0        | 63,7        | 63,2        | 66,0        | 68,1        | 69,1        | 71,4        | 73,6        | 74,7        | 76,0        | 73,6        | 73,5        |
|                                                                                                                            | VS | 37,0        | 36,3        | 36,8        | 34,0        | 31,9        | 30,9        | 28,6        | 26,4        | 25,3        | 24,0        | 26,4        | 26,5        |
| <b>IND:<br/>Índia</b>                                                                                                      | DV | 90,4        | 89,1        | 88,2        | 87,8        | 85,3        | 85,0        | 84,0        | 84,5        | 81,3        | 83,5        | 81,3        | 80,2        |
|                                                                                                                            | VS | 9,6         | 10,9        | 11,8        | 12,2        | 14,7        | 15,0        | 16,0        | 15,5        | 18,7        | 16,5        | 18,7        | 19,8        |
| <b>IDN:<br/>Indonésia</b>                                                                                                  | DV | 76,6        | 79,4        | 84,7        | 84,8        | 82,2        | 79,9        | 82,8        | 83,2        | 80,8        | 85,2        | 83,9        | 81,8        |
|                                                                                                                            | VS | 23,4        | 20,6        | 15,3        | 15,2        | 17,9        | 20,1        | 17,2        | 16,8        | 19,2        | 14,8        | 16,1        | 18,3        |
| <b>THA:<br/>Tailândia</b>                                                                                                  | DV | 78,3        | 77,5        | 78,2        | 78,9        | 76,8        | 75,2        | 75,7        | 77,3        | 74,6        | 78,7        | 77,3        | 74,1        |
|                                                                                                                            | VS | 21,7        | 22,5        | 21,8        | 21,1        | 23,2        | 24,8        | 24,3        | 22,7        | 25,4        | 21,3        | 22,7        | 25,9        |
| <b>ZEUR:<br/>Europa</b>                                                                                                    | DV | 74,7        | 74,6        | 74,9        | 74,6        | 74,2        | 73,1        | 71,8        | 71,7        | 71,7        | 73,6        | 71,5        | 69,9        |
|                                                                                                                            | VS | 25,3        | 25,4        | 25,1        | 25,4        | 25,8        | 26,9        | 28,2        | 28,3        | 28,3        | 26,4        | 28,6        | 30,1        |

Fonte: A autora a partir de OECD-WTO, Trade in Value Added (TiVA) Database (2018).

Primeiramente, observa-se que as economias asiáticas produzem a maior parte daquilo que exportam dentro de seus próprios territórios. No caso indiano, em especial, apesar do item DV apresentar queda ao longo do tempo, ele ainda apresenta valor elevado, ou seja, afirma a centralidade da produção do vestuário em território indiano. Já a respeito de FV, a Índia demonstra crescente aumento e, por consequência, evidencia sua maior inserção externa e crescimento na fragmentação internacional da produção.

Outra decomposição necessária, de acordo com a tabela 2, versa sobre o valor adicionado doméstico nas exportações conforme o destino. Ou seja, o valor adicionado diretamente através da produção de produtos finais; adicionado indiretamente por meio da produção de intermediários; e, por fim, aquele que é matéria doméstica intermediária reimportado e reinserido na produção doméstica para ser novamente exportado.

Coreia do Sul, Indonésia e Tailândia apresentaram uma maior parcela de produtos domésticos finais nas próprias exportações brutas (diretamente consumidos pelos países importadores). Já a Índia e a China apresentam crescimento considerável no valor adicionado indireto via produção de intermediários domésticos.

Tabela 2 – Decomposição do valor adicionado doméstico nas exportações domésticas (em US\$ milhões) 2001, 2006, 2011

| <b>Decomposição do valor adicionado doméstico nas exportações domésticas (em US\$ milhões) 2001, 2006, 2011</b> |             |                     |            |            |                |                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------|------------|------------|----------------|----------------|
|                                                                                                                 | KOR: Coreia | USA: Estados Unidos | CHN: China | IND: Índia | IDN: Indonésia | THA: Tailândia |
| <b>2001</b>                                                                                                     |             |                     |            |            |                |                |
| <b>Direto</b>                                                                                                   | 5.266,4     | 6.261,4             | 13.012,5   | 2.527,3    | 2.932,3        | 2.160,6        |
| <b>Indireto</b>                                                                                                 | 4.448,9     | 7.568,2             | 15.616,6   | 5.087,2    | 1.966,9        | 1.326,7        |
| <b>Reimportado</b>                                                                                              | 31,2        | 153,2               | 213,1      | 2,1        | 5,8            | 2,4            |
| <b>2006</b>                                                                                                     |             |                     |            |            |                |                |
| <b>Direto</b>                                                                                                   | 3.532,4     | 6.610,9             | 29.693,6   | 4.088,7    | 3.432,8        | 2.552,5        |
| <b>Indireto</b>                                                                                                 | 3.451,0     | 7.673,4             | 52.025,7   | 8.410,4    | 2.608,3        | 1.500,7        |
| <b>Reimportado</b>                                                                                              | 24,4        | 136,6               | 700,5      | 9,3        | 8,6            | 3,7            |
| <b>2011</b>                                                                                                     |             |                     |            |            |                |                |
| <b>Direto</b>                                                                                                   | 4.113,8     | 8.155,7             | 46.424,7   | 5.778,9    | 4.981,2        | 2.981,3        |
| <b>Indireto</b>                                                                                                 | 4.404,3     | 7.372,6             | 100.009,1  | 12.978,8   | 3.864,9        | 1.677,2        |
| <b>Reimportado</b>                                                                                              | 38,9        | 140,5               | 1.349,1    | 26,3       | 25,1           | 4,9            |

Fonte: A autora a partir de OECD-WTO, Trade in Value Added (TiVA) Database (2018).

Dessa forma, com a decomposição dos dados, é possível afirmar a intensificação da participação indiana no processo de fragmentação da produção do setor do vestuário, assim como o crescimento tardio de sua participação no que concerne ao valor adicionado diretamente, através da produção de produtos finais. Portanto, a seção compreende o funcionamento das Cadeias Globais de Valor no que diz respeito ao setor do vestuário, detalhando especificamente a inserção da Índia na fragmentação internacional da produção e sua interação com a CVG como um todo. Na próxima subseção, será abordada a dimensão de gênero no caso indiano.

### 3.2. Dimensões de gênero da indústria da moda da Índia

De acordo com o PNUD (2017), a Índia ocupa a posição 134 de 187 países no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Já no Índice de Desigualdade de Gênero (GII), ocupa a posição 129 de 146. Em relação ao Índice de Participação política, econômica e poder sobre

recursos econômicos, o crescimento observado de 1996 para 2006 é demasiadamente pequeno (PNUD, 2017).

Da mesma forma, o *National Family Health Survey* da Índia revela que o status das mulheres indianas é assustadoramente baixo: quase 35% das mulheres estão desnutridas; em 2011, somente 65,46% das mulheres eram alfabetizadas e apenas 33% participavam da força de trabalho; 44% das mulheres casadas não tomavam decisões relacionadas aos cuidados de saúde próprios, e apenas 19% usavam contraceptivos modernos. De acordo com o Departamento Nacional de Registros Criminais – 2013 (NCRB), em 2011, 99.000 mulheres foram vítimas de crueldade pelo marido e por parentes. Vários estudos documentaram a diferença de gênero em investimento na infância na Índia, incluindo vacinação, aleitamento materno, cuidado médico, comida e nutrição, vestuário e despesas médicas. Essa lacuna deixa lactentes do sexo feminino em risco de consequências adversas para a saúde, incluindo desnutrição, desperdício, nanismo, morbidade e mortalidade (CHAUDHURI, 2013).

Tabela 3 – Dados Socioeconômicos da Índia

|                                                                                   | Ano<br>2001    | Ano<br>2011    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|
| <b>Indicadores Demográficos</b>                                                   |                |                |
| População Total (em bilhões):                                                     | 1,028          | 1,21           |
| Proporção de Sexo (mulheres por 1000 homens)                                      | 933            | 940            |
| Razão do Sexo da Criança                                                          | 927            | 914            |
| <b>Indicadores Econômicos</b>                                                     | <b>2005-06</b> | <b>2010</b>    |
| Produto Interno Bruto (em US \$) (milhões)                                        | 834035         | 1727111        |
|                                                                                   | <b>2005-06</b> | <b>2009-10</b> |
| Contribuição da agricultura para o PIB (%)                                        |                | 14,62          |
| Contribuição da Indústria para o PIB (%)                                          |                | 20,16          |
| Contribuição dos Serviços para o PIB (%)                                          |                | 65,22          |
| RNB per capita (US \$ atuais)                                                     | 2280           | 3550           |
| Taxa de Crescimento do PIB (%)                                                    | 9,5            | 8              |
|                                                                                   | <b>2004-05</b> | <b>2009-10</b> |
| Taxa de população de trabalhadores do sexo masculino (status principal usual) (%) | 53,6           | 53,8           |
| Taxa de população por trabalhador Taxa feminina (status principal usual) (%)      | 21,5           | 18             |
|                                                                                   | <b>2005</b>    | <b>2010</b>    |
| Inflação, Preços ao Consumidor (% anual)                                          | 4,25           | 11,99          |
| <b>Indicadores de Desenvolvimento Humano</b>                                      | <b>2000</b>    | <b>2011</b>    |
| Valor do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)                                   | 0,461          | 0,547          |
| Classificação em HDI (de 187)                                                     |                | 134            |
| Índice de Desenvolvimento Humano Ajustado pela Desigualdade                       |                | 0.392          |
| Perda no IDH devido a Desigualdades (%)                                           |                | 28,7           |

|                                                       | 2001   | 2016  |
|-------------------------------------------------------|--------|-------|
| Índice de Desigualdade de Gênero (GII)                | 0,5531 | 0,617 |
| GII Rank (de 146)                                     |        | 87    |
|                                                       | 1996   | 2006  |
| Medida de Empoderamento de Gênero (GEM)               | 0,416  | 0,497 |
|                                                       | 2001   | 2011  |
| Taxa de Alfabetização (%)                             | 64,8   | 74,04 |
| Taxa de Alfabetização Masculina (%)                   | 75,3   | 82,14 |
| Taxa de Alfabetização Feminina (%)                    | 53,7   | 65,46 |
| Expectativa de Vida no Nascimento (em Anos)           | 63,3   | 65,4  |
| Indicadores Relacionados à Gênero                     | 1996   | 2006  |
| Índice de Desenvolvimento Relacionado ao Gênero (IDG) | 0,514  | 0,59  |
| Índice de "Participação política e poder de decisão"  | 0,573  | 0,625 |
| Índice de "participação econômica e poder de decisão" | 0,443  | 0,546 |
| Índice de "Poder sobre recursos econômicos"           | 0,231  | 0,319 |

Fonte: PNUD (2018).

Atualmente, a Ásia é responsável por 73% dos volumes totais de têxteis produzidos no mundo, com destaque, por ordem, para: China, Índia, Paquistão, Coreia do Sul, Taiwan, Indonésia, Malásia, Tailândia e Bangladesh (ABIT, 2018). A partir disso, foi notada uma melhora no desempenho do emprego, bem como a redução da pobreza. No entanto, quando se trata de mulheres, o aumento da participação da força de trabalho feminino e a distribuição desigual do emprego com mulheres foi concentrada em trabalho informal, casual e de baixa qualidade. De acordo com Kelkar e Yunxian (2007), o setor do vestuário é a maior indústria da Índia, respondendo por quase 20% de toda a produção industrial, com emprego de 35 milhões de trabalhadores, o que corresponde a 12% a 16% do total das receitas de exportação. No relatório de Global Gender Gap Report (2016), a Índia ocupou a 87ª posição no ranking global geral. Quando observado a luz apenas do ranking que versa a participação econômica e oportunidades, o Estado indiano passa a ocupar a posição 136ª, assim como a posição 113ª em questões educacionais, 142ª em saúde e sobrevivência, e por fim, 9ª posição ao se tratar de representatividade política, demonstrando a complexidade de gênero abarcada no Estado indiano, que se reflete no problema de pesquisa aqui proposto. (GGG, 2016).

No tocante às trabalhadoras indianas do setor do vestuário, a grande maioria são mulheres jovens, migrantes de áreas rurais, procurando a independência da pressão do

casamento arranjado e da opressão patriarcal e em busca de conexões com o mundo moderno trabalhando nas fábricas. Segundo Kelkar e Yunxian (2007), o movimento de mulheres, acadêmicas feministas, outros pesquisadores e numerosas organizações da sociedade civil na Índia expressaram profunda insatisfação com as atuais políticas de emprego, por não incorporarem as preocupações das mulheres ou ignorar as relações de gênero da desigualdade. Eles apontaram dois aspectos do processo de globalização: aumento da participação da força de trabalho, um processo descrito como “a feminização do trabalho”, e a distribuição desigual do emprego, com mulheres concentradas em trabalho de baixa qualidade, casual e informal.

A Índia tem sido apreciada pela relativa implementação das leis trabalhistas. Mas a própria implementação dessas leis – por exemplo, a provisão de benefícios de maternidade, creches para bebês de mulheres trabalhadoras, salas de descanso separadas para mulheres empregadas, intervalos para amamentação – vai contra o emprego de mulheres no setor organizado. As mulheres desse setor geralmente são empregadas como trabalhadoras temporárias, casuais ou contratadas.

Um número muito grande de mulheres no setor não organizado da Índia está fora das instalações da fábrica em unidades subcontratadas ou como trabalhadoras domiciliares, haja vista que, desse modo, reduzem-se as despesas gerais na construção de infraestrutura e serviços para os trabalhadores; dá-se aos empregadores a liberdade de usar ou não os trabalhadores como e quando necessário; não se fornece espaço para trabalhadores dispersos sindicalizarem-se e negociarem por melhores condições de emprego; e economiza-se o pagamento de benefícios previdenciários aos trabalhadores (KELKAR; YUNXIAN, 2007).

Ainda de acordo com Kelkar e Yunxian (2007), mesmo que as leis trabalhistas determinem a quantidade de horas-extras permitidas, as trabalhadoras são obrigadas a cumprirem longas jornadas de trabalho a fim de obterem salários mais altos e empregos estáveis, chegando a realizarem, semanalmente, de 10 a 28 horas adicionais na jornada de trabalho.

Indo além, segundo dados no documentário “*The True Cost*” (2014), as trabalhadoras da indústria ganham em média 3 dólares por dia, ao passo que a indústria do vestuário movimenta cerca de 3 trilhões de dólares anualmente. Vale ressaltar, ainda, que 1 a cada 6 pessoas no mundo trabalha para algum setor da indústria da moda, configurando-se, então, como a indústria mais dependente de trabalho do mundo.

Sendo assim, é possível notar as peculiaridades da Índia no que concerne ao gênero, essencialmente na indústria do vestuário, uma vez que é composta massivamente por mulheres que estão primeiramente subordinadas a essa estrutura de gênero do país, reforçada pelo setor

onde está empregada. Partindo desse ponto, a próxima subseção detalhará quais os meios possíveis para alcançar *upgrading* dada a condição já exposta.

### 3.3. A indústria da moda e o *upgrading* econômico na Índia

No que diz respeito ao emprego na Índia, em 2017 a Organização Internacional do Trabalho apontou que, na relação percentual entre emprego e população, as mulheres representavam 26,1% da estatística, ao passo que os homens correspondiam a 76,2%. No mesmo caminho, ao observar a divisão de emprego por setor econômico, o setor industrial que abriga a indústria do vestuário perfaz 23,8% dos empregos, enquanto o setor agrícola emprega 42,7% dos trabalhadores, e o setor de serviços, 33,5%. Outro índice notável é o de ganhos mensais médios dos empregados, medido via percentual anualmente: enquanto a média global alcançou 1,7% de aumento em 2015, a Índia, em 2012, apresentou crescimento de somente 1% (ILO, 2017).

Tabela 4 – Indicadores relativos a trabalho na Índia – 2017

|       |                                                                   | Ano         |           |          |
|-------|-------------------------------------------------------------------|-------------|-----------|----------|
|       | Indicadores Relacionados à Trabalho                               | Total       | Homens    | Mulheres |
| Mundo | Relação emprego-população (%)                                     | 3274898     | 866068    | 735432   |
| Índia |                                                                   | 51.9        | 76.2      | 26.1     |
|       |                                                                   | Agricultura | Indústria | Serviços |
| Mundo | Emprego por setor (%)                                             | 26.5        | 22.5      | 51.1     |
| Índia |                                                                   | 42.7        | 23.8      | 33.5     |
| Mundo | Ganhos mensais médios reais dos empregados, crescimento anual (%) | 2015        | 1,7       |          |
| Índia |                                                                   | 2012        | 1         |          |

Fonte: A autora a partir de ILOSTAT- International Labour Organization, 2017.

De acordo com o artigo de Svarer, Meiers e Rothmeier (2017), é possível delimitar três áreas em específico em que as empresas da indústria do vestuário podem atuar de modo a impactar positivamente o empoderamento econômico de mulheres. Esses pontos são: 1. Apoiar, incentivar e investir em outros atores, como ONGs, parceiros de negócios e principais interessados, para acelerar o empoderamento das mulheres; 2. Fazer alterações que estão dentro do controle direto da empresa, o que inclui políticas, práticas, comunicações e investimentos da empresa que afetam as mulheres ao longo da cadeia de valor; e 3. Defender e compartilhar conhecimento e expertise com o governo e outras partes interessadas, para impulsionar a mudança de políticas e a transformação em toda a indústria.

O empoderamento econômico das mulheres é sobre a capacidade de as mulheres escolherem se querem trabalhar, quanto trabalhar e como gastar ou economizar sua renda. Ademais, requer a convergência de fatores econômicos e não econômicos, incluindo segurança, liberdade, e oportunidade de ser ouvida no trabalho e na sociedade. A partir disso, as autoras indicam três pontos de melhoria que contribuirão imensamente para o *upgrading* econômico das mulheres: 1. Combate à informalidade; 2. Ir mais longe para acabar com a violência; e, por fim, 3. Juntar-se aos esforços globais para reconhecer a necessidade de cuidados infantis (SVARER; MEIERS; ROTHMEIER, 2017).

O trabalho formal, regular e assalariado tem o poder de transformar a realidade de mulheres em todo o mundo, principalmente no setor do vestuário, pois, na maior parte das vezes, trata-se de seu primeiro emprego. Apesar do potencial em trazer milhões de mulheres para o mercado de trabalho formal, a forte característica de subcontratações para atender às demandas de *Fast Fashion* resulta em alto grau de informalidade, o que, em escala global, representa de 50% a 80% de todo o setor do vestuário. Sem as garantias de um trabalho formal, como um simples contrato de trabalho, tais mulheres ficam suscetíveis a empregos e condições de trabalho degradantes, com longas horas de jornada, trabalho instável, aumento do risco de violência e assédio, maus-tratos nas negociações salariais, falta de acesso a benefícios e exclusão da representação sindical. Ademais, combater a informalidade reduz casos de escravidão moderna e práticas semelhantes à escravidão, que ocorrem mais facilmente dentro da força de trabalho informal (SVARER; MEIERS; ROTHMEIER, 2017).

É do interesse de todas as empresas do setor de vestuário buscar transparência dentro de sua cadeia de suprimentos para assegurar que os padrões sejam mantidos e que a empresa possa prevenir e corrigir violações. São ações como a do movimento Fashion Revolution, com a elaboração de um Índice de Transparência da Moda, classificando anualmente as 100 maiores marcas e revendedores globais de moda através de o quanto as marcas compartilham sobre suas políticas, práticas e impactos sociais e ambientais. Tal conduta gera o dever por parte das marcas em prestar contas aos seus consumidores e, frente a divergências, promover mudanças (SVARER; MEIERS; ROTHMEIER, 2017).

Em algumas regiões da Índia, existem iniciativas destinadas a organizar trabalhadores informais e promover a formalidade no setor do vestuário, apresentando uma frente única de negociações, de modo a garantir que benefícios do emprego formal cheguem a pequenas unidades e também a trabalhadoras em domicílio. Outra iniciativa que aumenta a transparência no pagamento dos salários, segurança social, contribuições e direitos e, potencialmente reduzir

a violência e o assédio no local de trabalho, é a introdução dos pagamentos através de contas bancárias (SVARER; MEIERS; ROTHMEIER, 2017).

Embora não seja possível pautar o empoderamento econômico das mulheres diante de ameaças físicas, violência ou assédio, a realidade das trabalhadoras do setor do vestuário confronta-se frequentemente com tais situações, e, na maior parte dos casos, as mulheres não têm acesso aos mecanismos de justiça, o que limita sua capacidade de reivindicar seus direitos e buscar indenizações e restituições. Em inúmeras fábricas onde as autoras realizaram o estudo, a violência contra a mulher só é reconhecida em situações de estupro e agressões, excluindo-se quaisquer outras formas de assédio físico, mental ou verbal (SVARER; MEIERS; ROTHMEIER, 2017).

As empresas podem atuar junto a representantes em suas subcontratadas de modo a fornecer treinamento para gerentes de linha e supervisores, elucidando o que constitui assédio e violência, e transmitir, em termos inequívocos, que esses atos não são aceitáveis dentro ou fora das paredes da fábrica, além de constituir linhas anônimas para relatar incidentes de violência e assédio. Ademais, podem promover treinamentos incluindo fornecedores, supervisores, sindicatos e organizações para identificar a ocorrência de violência e/ou assédio, além de mobilizar homens, tornando possível a compreensão dos papéis imbuídos a homens e mulheres pelo patriarcado, e como isso afeta na vida de cada um deles. Por fim, as empresas podem e devem colaborar com organizações que prestam serviços jurídicos e de saúde diretamente às vítimas de violência (SVARER; MEIERS; ROTHMEIER, 2017).

Um bom ponto de partida para apoiar mulheres a entrar e permanecer na força de trabalho é oferecer serviços seguros, viáveis, opções de cuidados infantis de qualidade, sendo os resultados dessas ações evidenciados na redução de absenteísmo, licença médica e rotatividade. Por exemplo, na Índia, o “*The Factories Act*” de 1947 estabelece uma série de expectativas para as fábricas com 30 ou mais mulheres empregadas, incluindo puericultura nas instalações da fábrica. Entretanto, apenas uma pequena porcentagem de fábricas cumpre com a exigência. As autoras ressaltam que, durante as entrevistas realizadas, foi evidenciado que a falta de assistência infantil é uma razão importante pela qual as mulheres deixam a indústria do vestuário ou adentram ao trabalho informal e domiciliar. Diante dessa constatação, as empresas podem atuar garantindo o cumprimento obrigatório de cuidados infantis, investindo em creches comunitárias (SVARER; MEIERS; ROTHMEIER, 2017).

Levando em consideração as medidas que estão ao alcance das empresas, é possível mensurar a capacidade que está embutida sob o poder delas, de forma a modificar de maneira sem igual a vida das mulheres trabalhadoras da indústria do vestuário. A chave para a efetivação

está, além das políticas públicas colocadas pelos Estados, no empenho das empresas subcontratadas, na consciência e na movimentação dos consumidores. Nas considerações finais deste texto, serão esquematizados tais pontos.

### **Considerações Finais**

Este trabalho buscou compreender como as novas configurações de comércio e produção no setor do vestuário – fragmentação da produção e as Cadeias Globais de Valor – interagem com a dimensão de gênero, especialmente no território indiano, que possui inúmeras particularidades.

A primeira seção desdobrou-se no entendimento da fragmentação da produção e, posteriormente, das Cadeias Globais de Valor – uma gama completa de atividades que as empresas e os trabalhadores realizam para produzir um bem. Englobando tanto atividades pertencentes a cadeias de fornecimento de uma indústria, quanto o uso de atividades intangíveis que adicionam valor ao produto, mas não alteram, crucialmente, o produto em si – e, em particular, a perspectiva do GVC approach, pois verifica de que modo as decisões de negócios impactam a trajetória de *upgrading* econômico e social em países específicos. Em seguida, a seção apresentou o setor da indústria do vestuário, *Fast Fashion*, e explanou sobre a sua estrutura, organização industrial e dinâmica.

Nesse sentido, a segunda seção buscou compreender os aspectos mais básicos no que diz respeito a gênero, passando pelas vertentes existentes e apresentando a dimensão de gênero nas Cadeias Globais de Valor, e como os elementos interagem entre si.

A análise da terceira seção utilizou os dados estimados da base de dados proveniente da OCDE, a *Trade in Value Added* (TiVA), para decompor os dados indianos do setor do vestuário e mensurar seu valor agregado ao longo da Cadeia Global de Valor. Posteriormente, foram apresentados dados socioeconômicos e de gênero na Índia, que trazem à luz a realidade das trabalhadoras do setor, além da última subseção, que levanta as possibilidades de *upgrading* por parte das empresas.

Portanto, dado o exposto ao longo deste estudo, tem-se a assertividade da atuação indiana nas CVGs e seu papel enquanto estrutura de gênero para além de sua atuação vinculada a *upgrading*. Desse modo, a atuação de empresas, Estados, Organizações Internacionais e consumidores é imprescindível para a alteração do cenário de opressão e desigualdade de gênero, principalmente no caso indiano.

Com relação às empresas, verifica-se que já existem algumas que valorizam seus trabalhadores e fornecem condições palatáveis de trabalho, como, por exemplo, creches dentro das empresas para que as funcionárias que possuem filhos tenham tranquilidade. Já a respeito dos Estados, é dever de todos, enquanto signatários da Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU, garantir condições dignas de trabalho, onde ninguém trabalhe em condições análogas à escravidão, como no episódio ocorrido em Bangladesh, no edifício Rana Plaza, onde cerca de 1.127 pessoas morreram após o prédio desabar – há relatos de sobreviventes de que os supervisores foram avisados inúmeras vezes que o prédio possuía rachaduras importantes –, onde funcionava mais uma entre as dezenas de fábricas locais, com a cadeia de lojas britânica Primark como um de seus principais clientes.

No tocante à atuação das Organizações Internacionais, o exemplo da ONG *Fashion Revolution* é apropriado, uma vez que atua através da conscientização dos consumidores com o mote “*Who made my clothes?*”, em português “Quem fez as minhas roupas?”. Ou seja, instiga o consumidor a repensar a origem de suas roupas disponíveis em lojas especializadas em *Fast Fashion*, com preços baixos, considerando que, em alguma parte do processo, alguém paga pelo preço de se ter a seu alcance peças que variam entre US\$1 e US\$50.

Além disso, o movimento *Fashion Revolution* lança anualmente em nível global e também nacional – em países selecionados, incluindo o Brasil – o Índice da Transparência, uma análise das 100 maiores marcas e revendedoras globais de moda classificadas de acordo com o quanto elas compartilham sobre suas políticas, práticas e impactos sociais e ambientais. Esse índice não tem caráter punitivo ou vexatório, seu objetivo é apresentar para os consumidores quais marcas têm transparência em seu processo produtivo e, por consequência, garantir, principalmente, seguridade no impacto social e ambiental, da mesma forma que pontua quais empresas não o fazem e coloca nas mãos dos consumidores a possibilidade de questionar quanto à transparência e decidir se irá consumir ou não as peças.

Por fim, sobre a atuação dos consumidores, o ponto crucial está na interseccionalidade, posto que, se são majoritariamente mulheres que consomem e movimentam essa indústria, a tomada de consciência da realidade de outras mulheres de todo o globo é vital. É necessário, sim, falar sobre o direito de andar nas ruas sozinha e com segurança, o direito ao aborto legal e seguro, assim como o direito de usar a roupa que bem entender, mas também é necessário olhar para além de nossas demandas e dar suporte às mulheres que ainda são privadas dos direitos mais básicos.

## Referências

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL – ABIT. **O Poder da Moda**. Disponível em: <[http://www.abit.org.br/conteudo/links/Poder\\_moda-cartilhabx.pdf](http://www.abit.org.br/conteudo/links/Poder_moda-cartilhabx.pdf)>. Acesso em: 29 mai. 2017.
- AZMEH, S.; NADVI, K. Asian firms and the restructuring of global value chains. **International Business Review**, v. 23, 2014. p. 708-717.
- BARTLEY, T. Corporate Accountability and the Privatization of Labor Standards: Struggles over Codes of Conduct in the Apparel Industry. In: PRECHEL, H. (Ed.). **Politics and the Corporation**, V. 14, p. 211–244, Bingley, U.K.: Emerald, 2005.
- BECKER, M. Patriarchy and Inequality: Towards a Substantive Feminism. **The University of Chicago Legal Forum**, 1999. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/1UvZHIBZ8WD90Q5m6E4tA-u7HsCtb2Ie-/view>> Acesso em: 02 mar. 2018.
- BEMEBER, P.; STARITZ, C. The Gender Dimensions of Global Value Chains. **International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD)**, Genebra, set. 2016. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/1edd0ADU7Emu5\\_ymGY9xnVIIbQ51WvZJl/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1edd0ADU7Emu5_ymGY9xnVIIbQ51WvZJl/view?usp=sharing)> Acesso em: 29 jan. 2018.
- BENTO, C. F. **Dinâmica da moda**: um estudo sobre a cadeia produtiva da moda. 2008. 78p. Dissertação (Graduação em Ciências Econômicas) – Curso de Graduação em Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <[www.tcc.bu.ufsc.br](http://www.tcc.bu.ufsc.br)>. Acesso em: 6 de fevereiro de 2018.
- CHAUDHURI, S. A Life Course Model of Human Rights Realization, Female Empowerment, and Gender Inequality in India. **World Development**, v. 52, p. 55-70, 2013. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/16TvjiK\\_1\\_237qWMzh2sXn\\_rghoqINoXB/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/16TvjiK_1_237qWMzh2sXn_rghoqINoXB/view?usp=sharing)> Acesso em: 04 abr. 2018.
- CIARNIENE, R.; VIENAZINDIENE, M. Agility and responsiveness managing fashion supply chain. **Procedia Social and Behavioral Sciences**, v. 150, 2014. p. 1012-1019.
- COLERATO, M. A desigualdade de gênero que parece passar despercebida na moda. **Modifica**, 15 out. 2016. Disponível em: <<http://www.modifica.com.br/desigualdade-genero-moda/#.Ws4VP4jwbIU>> Acesso em: 02 fev. 2018.
- COLERATO, M. Nós precisamos falar sobre as mulheres por trás das nossas roupas. **Modifica**, 08 mar. 2016. Disponível em: <<http://www.modifica.com.br/moda-e-feminismo-dia-das-mulheres/#.Ws33QojwbIU>> Acesso em: 04 mar. 2018.
- CRENSHAW, K. (2015). Why intersectionality can't wait. **Washington Post**, 24 set. 2015. Disponível em: <[https://www.washingtonpost.com/news/in-theory/wp/2015/09/24/why-intersectionality-cant-wait/?noredirect=on&utm\\_term=.f5358a5e30c1](https://www.washingtonpost.com/news/in-theory/wp/2015/09/24/why-intersectionality-cant-wait/?noredirect=on&utm_term=.f5358a5e30c1)>. Acesso em: 14 mar. 2018.

DATAMONITOR. **Global Apparel Retail (Report)**. New York, NY: Datamonitor, 2009.

FERNANDEZ-STARK, K.; FREDERICK, S.; GEREFFI, G. **The Apparel Global Value Chain**: economic upgrading and workforce development. Duke: Center on Globalization, Governance and Competitiveness, 2011. Disponível em:  
<<https://drive.google.com/file/d/1YmETFyyCHS9CSefgjGbQJf9g3-cIKspt/view?usp=sharing>> Acesso em: 20 abr. 2018.

GEREFFI, G. FERNANDEZ-STARK, K. **Global Value Chain Analysis**: A primer. Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC) Duke University Durham, North Carolina, USA. 2011.

GEREFFI, G.; GARCIA-JOHNSON, R.; SASSER, E. The NGO-industrial complex. **Foreign Policy**, 2001.

GEREFFI, G.; MEMEDOVIC, O. **The Global Apparel Value Chain**: What Prospects for Upgrading for Developing Countries (Report). Vienna, Austria: United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), 2003.

HERMIDA, C. C. **Padrão de especialização comercial e crescimento econômico**: uma análise sobre o Brasil no contexto da fragmentação da produção e das cadeias globais de valor. Tese de Doutorado. Instituto de Economia e Relações Internacionais. Uberlândia, 2016. p. 289

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION – ILO. **Key indicators of the labour market (KILM)**. Disponível em:  
<[http://www.ilo.org/ilostat/faces/wcnaveDefaultSelection;ILOSTATCOOKIE=PvAdh2sTdN N8EthDTu73Wgl4uq254qYrDa4e9Ai6oBrDNWzPBk\\_2!-82771033?\\_afLoop=534876523994671&\\_afWindowMode=0&\\_afWindowId=null#!%40%40%3F\\_afWindowId%3Dnull%26\\_afLoop%3D534876523994671%26\\_afWindowMode%3D0%26\\_adf.ctrl-state%3D3xj4wf8z1\\_4](http://www.ilo.org/ilostat/faces/wcnaveDefaultSelection;ILOSTATCOOKIE=PvAdh2sTdN N8EthDTu73Wgl4uq254qYrDa4e9Ai6oBrDNWzPBk_2!-82771033?_afLoop=534876523994671&_afWindowMode=0&_afWindowId=null#!%40%40%3F_afWindowId%3Dnull%26_afLoop%3D534876523994671%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3D3xj4wf8z1_4)> Acesso em: 20 fev. 2018.

JOHNSON, R. M. LVMH, boosting women. **Business Off Fashion**, 03 mai. 2015. Disponível em: <<https://www.businessofffashion.com/articles/intelligence/lvmh-boosting-women>> Acesso em: 31 jan. 2018.

KELLAR, G.; YUNXIAN, W. The gender question and decent work: an analysis of apparel industry workers in China and India. **The Indian Journal of Labour Economics**, v. 50, n. 3, 2007. Disponível em:  
<<https://drive.google.com/file/d/1joGufCan3ql27VIF65Fp4b46RwK02Ow0/view?usp=sharing>> Acesso em: 08 jan. 2018.

MODEFICA. Mulheres imigrantes na costura. **Modifica**, 03 ago. 2017. Disponível em:  
<<http://www.modifica.com.br/mulheres-imigrantes-costura-sao-paulo/#.Ws33OYjwbIU>> Acesso em: 10 abr. 2018.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION DEVELOPMENT – OECD. **Employee compensation by activity**. Disponível em:

<<https://data.oecd.org/earnwage/employee-compensation-by-activity.htm>> Acesso em: 24 mar. 2018.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION DEVELOPMENT – OECD. **Stat.** Disponível em: <<https://stats.oecd.org/>> Acesso em: 22 fev. 2018.

PHELAN, H. Revealed: the top 10 highest paid CEOs in fashion. **Fashionista**, 30 jul. 2012. Disponível em: <<https://fashionista.com/2012/07/revealed-the-top-10-highest-paid-ceos-in-fashion#2>> Acesso em: 24 fev. 2018.

SCOTT, J. Gender: na useful category for historical analyses. **Gender and the politics of history**. New York, Columbia University Press, 1989. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0ByPIdh8EL4VDZ3NJRDlhSEIURTA/view>> Acesso em: 02 abr. 2018.

TANJI, T. Escravos da moda: os bastidores nada bonitos da indústria fashion. **Revista Galileu**, jun. 2016. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2016/06/escravos-da-moda-os-bastidores-nada-bonitos-da-industria-fashion.html>>. Acesso em: 6 fev. 2018.

THE TRUE COST. Direção: Andrew Morgan. País: Estados Unidos. Patio Theater, 2014. 1 filme. (92 min), son., color.

THE WORLD ECONOMIC FORUM. **The Global Gender Gap Report**. Geneva, 2016.

TICKNER, J. A. **Gendering World Politics**: issues and approaches in the post-Cold War era. Columbia University Press. New York, 2001. p. 211.

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME – UNDP. **India Factsheet**. Economic and human development indicators. Disponível em: <[http://www.in.undp.org/content/dam/india/docs/india\\_factsheet\\_economic\\_n\\_hdi.pdf](http://www.in.undp.org/content/dam/india/docs/india_factsheet_economic_n_hdi.pdf)> Acesso em: 20 fev. 2018.

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME – UNDP. **India Factsheet**. Gender and social exclusion indicators. Disponível em: <[http://www.in.undp.org/content/dam/india/docs/india\\_factsheet\\_gender\\_n\\_social\\_exclusion\\_indicators.pdf](http://www.in.undp.org/content/dam/india/docs/india_factsheet_gender_n_social_exclusion_indicators.pdf)> Acesso em: 20 fev. 2018.

VEIGA, J. P. C.; GALHERA, K. M. **Ação coletiva transnacional na cadeia de confecção do vestuário e a questão de gênero**. Sociologias, Porto Alegre, v. 19, n. 45, p. 142-174, Aug. 2017.

WICKER, A. The big life of conscious consumerism, and what it means for you. **Ecocult**, 04 jan. 2016. Disponível em: <<https://ecocult.com/the-big-lie-of-conscious-consumerism-and-what-it-means-for-you/>> Acesso em: 11 mar. 2018.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Global Gender Gap Report**. Disponível em: <<http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/>>. Acesso em: 11 jun. 2017.