

A Comunicação da Responsabilidade Social da Empresa no Ramo Têxtil: uma revisão sistemática

AGNES AKEMI YAHIRO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL (UFMS)

ROSAMARIA C. MOURA-LEITE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL (UFMS)

A Comunicação da Responsabilidade Social da Empresa no Ramo Têxtil: uma revisão sistemática

1 Introdução

O ramo têxtil emprega mais de 33 milhões de pessoas ao redor do mundo e pode ser dividido em quatro segmentos: produção de fibras e fios, produção de tecidos, confecções e varejo (Fashion United, 2018). Esses segmentos compõem uma extensa cadeia de valor que é pouco estudada com profundidade (Turker & Altuntas, 2014), e que é acusada de negligências ambientais (Kozlowski, Searcy & Bardecki, 2015), sociais, trabalhistas e de direitos humanos, como o emprego de trabalho infantil, abusos dos direitos humanos e medidas inadequadas de saúde e segurança, entre outras externalidades negativas sociais (Islam & Deegan, 2008 e Laudal, 2010).

Devido a essas externalidades negativas, o ramo têxtil sofre pressão de suas diversas partes interessadas, que exigem o exercício claro e efetivo de práticas de Responsabilidade Social da Empresa (RSE). Essas práticas de RSE desenvolvidas devem ser comunicadas, para que fomentem uma maior transparência na cadeia de valor (Fulton & Lee, 2013), e incrementem o relacionamento entre as empresas (Kozlowski et al., 2015).

White, Nielsen e Valentini (2017), buscou revisar de forma quantitativa e qualitativa os estudos relativos à sustentabilidade da RSE nos segmentos de confecções e varejo, com foco no vestuário. Em relação especificamente à comunicação da RSE, o estudo encontrou pouca literatura. Tendo em conta os resultados dos referidos autores, observa-se a necessidade de um estudo que realize uma revisão sistemática com foco específico na comunicação da RSE de todos os segmentos do ramo têxtil, e que ofereça uma discussão mais detalhada dos artigos encontrados.

A revisão sistemática é valiosa e tem como propósito determinar as informações já estudadas relativos a um assunto e promover o entendimento do tema de forma dinâmica (Conforto, Amaral & Silva, 2011 e Silva & Teixeira, 2012). Portanto, uma revisão sistemática sobre a comunicação do ramo têxtil é relevante, pois identifica os avanços e sinaliza as limitações e lacunas que deveriam ser analisadas por pesquisas futuras.

2 Problema de Pesquisa e Objetivo

A questão de pesquisa deste estudo é: *O que revelam os estudos que analisaram a comunicação da responsabilidade social das empresas do ramo têxtil?*

Para responder ao problema de pesquisa, serão replicadas às seguintes perguntas: *Quais são as principais características das amostras analisadas pelos estudos? Quais são as teorias adotadas pelos estudos? E quais são os principais resultados dos estudos?*

O objetivo principal deste estudo é entender a comunicação da RSE no ramo têxtil por meio das pesquisas, que trataram a respeito do tema publicadas nos últimos dez anos, a partir de uma revisão sistemática.

O presente artigo está organizado da seguinte forma: primeiramente, a fundamentação teórica aborda a comunicação da RSE e a RSE no ramo têxtil; em seguida é apresentada a metodologia utilizada na pesquisa; posteriormente, são apresentados os principais resultados; e direcionamentos para pesquisas futuras; e por fim, as conclusões e limitações da pesquisa.

3 Fundamentação teórica

A RSE carrega em si um conceito amplo que abrange questões que vão desde a conformidade legal, filantropia e investimento na comunidade até a sustentabilidade ambiental, direitos e bem-estar dos trabalhadores, relações de mercado, corrupção e governança corporativa (White et al., 2017).

Para o entendimento da RSE, o estudo de Garriga e Melé (2004) classifica as principais teorias de RSE, relacionadas a economia, política, integração social e ética, como resultado os autores obtiveram quatro grandes grupos e visões da RSE: instrumental, política, integrativa e ética. A visão instrumental considera a RSE uma estratégia de vantagem competitiva. A visão política entende que a RSE está atrelada ao poder social. Já de acordo com a visão integrativa, a empresa deve responder aos problemas da sociedade. Por fim, a visão ética, entende que a RSE deve ser incorporada nas empresas como uma obrigação ética.

A comunicação da RSE é o processo de comunicar os efeitos sociais e ambientais das ações econômicas das organizações aos seus grupos de interesses (Gray, Owen & Maunders, 1987). Além disso, a comunicação da RSE tem se tornado cada vez mais importante, como um canal para demonstrar e documentar o que as empresas, não apenas divulgam, mas praticam (White et al., 2017).

A comunicação através de relatórios de sustentabilidade, segundo o Global Reporting Initiative [GRI] (2013, p.3) “ajudam as organizações a definir metas, medir o desempenho e gerenciar mudanças para tornar suas operações mais sustentáveis”. Um relatório de sustentabilidade transparente transmite informações sobre os impactos de uma organização - sejam eles positivos ou negativos - relativos ao meio ambiente, a sociedade e a economia (Kozlowski et al., 2015).

Turker e Altuntas (2014) enfatiza a importância das organizações comunicarem suas iniciativas de forma adequada, visto que ao comunicarem podem obter diversos benefícios como: atração de consumidores; incrementar a motivação de colaboradores; melhorar o valor da marca; e desenvolver boa reputação.

As empresas que compõem as indústrias do ramo têxtil são acusadas de diversas negligências ambientais, sociais, trabalhistas e de direitos humanos. Estudos apontam o uso de produtos químicos perigosos, uso excessivo de recursos não renováveis, e não tratamento adequado aos resíduos gerados (Kozlowski et al. 2015; Brennan & Merkl-Davies, 2014). Além disso, pesquisas apontam as questões sociais, entre elas destacam-se: o emprego de trabalho infantil, abusos dos direitos humanos, e medidas inadequadas de saúde e segurança (Islam e Deegan, 2008; Kamal & Deegan, 2013; Ma, Lee & Goerlitz, 2016; Laudal, 2010).

Especificamente a indústria de *fast-fashion* também é alvo de outras críticas, dado que seu negócio enfatiza a produção de “roupas baratas que devem ser usadas um número limitado de vezes” (Fulton & Lee, 2010), para tanto, promove o uso de materiais e fabricação de menor qualidade, o que acelera a obsolescência dos produtos (Kozlowski et al., 2015). O estudo de Na¹ e Na² (2015), investigou a sustentabilidade na indústria têxtil e de moda coreana e concluiu que o vestuário feminino é a categoria mais difícil de aplicar estratégias ecológicas, pois a maioria dos consumidores coloca *designs* e estilos antes de fatores ecológicos na produção de roupas.

A indústria de *fast-fashion* promove que consumidores usufruam dos seus produtos inconscientes dos efeitos negativos gerados pela sua produção e pela rápida mudança das tendências da moda. (Kozlowski et al., 2015). Portanto, dado as diversas externalidades negativas anteriormente mencionadas, o ramo têxtil sofre pressão de várias partes interessadas quanto às práticas de RSE, portanto, a comunicação da RSE assume um papel fundamental.

4 Metodologia

A revisão sistemática é reconhecida por ser metódica, transparente e replicável e pode ser resumida como a coleta, compreensão e análise de um conjunto de artigos científicos com o propósito de criar uma base teórico-científica, também entendida como estado da arte, de um determinado tópico ou assunto que se busca compreender (Levy & Ellis, 2006; Conforto et al., 2011). Silva e Teixeira (2012), afirmam que a análise da literatura já existente é valiosa, pois esclarece o campo de desenvolvimento atualizado e promove o entendimento de forma

dinâmica. A metodologia deste estudo é baseada no modelo *RBS Roadmap*, elaborado por Conforto et al. (2011).

O objetivo deste estudo é entender a comunicação da RSE no ramo têxtil por meio das pesquisas que trataram sobre o tema publicado nos últimos dez anos, a partir de uma revisão sistemática. As fontes primárias para nortear a escolha das bases e das palavras-chaves foram realizadas a partir da consulta de artigos relevantes sobre o tema com um especialista na área e também por meio de uma análise exploratória no Periódico Capes, portal que conta com um acervo de mais de 53 mil títulos com texto completo e 129 bases referenciais.

Os artigos base, indicados pelo especialista na temática, permitiu o levantamento das palavras-chave, de forma inicial, separadas por dois eixos, eixo da divulgação: “CSR disclosure” e “Sustainability reporting” e eixo do ramo têxtil: “textile”, “apparel industry”, “fashion industry”.

Para seleção das bases de dados foi feita uma análise exploratória no Periódico Capes com as palavras-chaves em pares de acordo com os eixos. Os artigos que eram aderentes ao tema, levaram a seleção das bases. Foram lidos os títulos, palavras-chaves e resumo de todos os artigos encontrados nas primeiras duas páginas. A partir dessa análise foram selecionadas as seguintes bases: Emerald, Web of Science, Wiley Online Library, Scopus e Science Direct.

Em seguida foi realizado o processamento, que consiste na busca, análise dos resultados e documentação dos artigos que forem encontrados (Conforto et al. 2011). Em todas as bases de dados selecionadas, a expressão de busca padrão utilizada nesta revisão sistemática foi (“CSR disclosure” OR “sustainability reporting”) AND (textile OR “apparel industry” OR “fashion industry”). Para a busca, delimitou-se o período de janeiro de 2008 a dezembro de 2017 e o tipo de documento *articles*. Ao analisar os artigos levantados pelas bases, percebeu-se a necessidade de inserir uma nova palavra-chave no eixo da divulgação, “CSR communication” e foi feita uma busca complementar dessa palavra-chave com o jogo de palavras do eixo do ramo têxtil.

Todos os artigos encontrados, foram baixados em maio e junho de 2018 no formato BibTex de suas bases, e armazenados no *Software StArt - State of the Art through Systematic Review*, ferramenta que auxiliou na classificação de relevância dos artigos, por meio da leitura e identificação de títulos, resumos e palavras-chave alinhados à proposta temática do trabalho.

Os artigos que abordavam o ramo têxtil e a comunicação de suas práticas de responsabilidade social foram incluídos na amostra. O ramo têxtil, para este estudo, abrange as empresas produtoras de fios e fibras, fabricação de tecidos, confecções e as varejistas de vestuário. Os critérios de exclusão foram: a) artigos que abordam a responsabilidade social, mas não a comunicação; b) artigos que abordam quanto a comunicação da RSE, mas não tem o ramo têxtil como objeto; c) artigos que têm o ramo têxtil como objeto, mas não abordam a comunicação da responsabilidade social e d) artigos que tiveram fuga total quanto aos dois eixos.

O portfólio bibliográfico da pesquisa resultou num total de catorze artigos. As referências dos artigos da amostra, estão apresentados no Apêndice 1, e as fases de processamento e seleção dos artigos podem ser observados na Figura 1. Observa-se que apesar da delimitação do período de busca iniciar no ano de 2008, o artigo mais recente encontrado data de 2010.

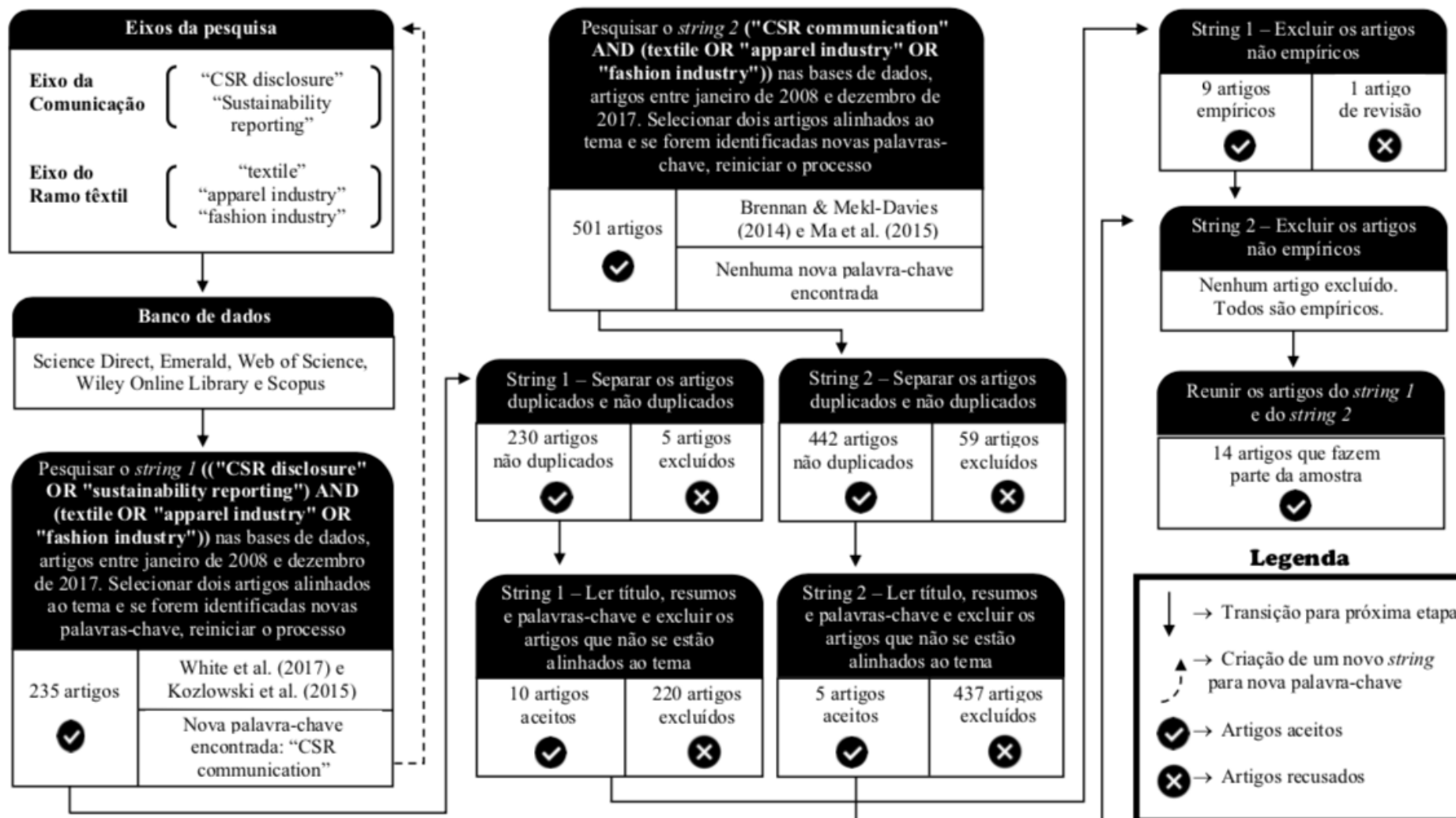


Figura 1 - Resumo visual da fase de processamento e seleção dos artigos
Fonte: Elaborado pelas autoras

5 Apresentação e discussão dos resultados

A apresentação e a discussão dos resultados, relativos aos catorze artigos que compõem o portfólio bibliográfico da pesquisa, foram apresentados por meio das perguntas de pesquisa citadas anteriormente.

Quais são as principais características das amostras analisadas pelos estudos?

Para entender as principais características das amostras, foram identificados os tipos de comunicação estudados, a localidade da empresa, e os critérios adotados pelos pesquisadores para a seleção da amostra.

Tipos de comunicação

Os tipos de comunicação estudados nas pesquisas são apresentados na Figura 2. Foram identificados como tipos de comunicação: relatórios de RSE, página web, relatórios anuais, códigos de conduta, mídias sociais das empresas, outros documentos relacionados com a RSE e comunicados na imprensa.

Referências	Relatório de RSE	Página Web	Relatório anual	Códigos de conduta	Mídias sociais	Documento relacionado	Com. imprensa
Islam e McPhail (2011)	X		X	X			
Johansen e Nielsen (2012)	X	X		X			
Islam e Jain (2013)	X	X	X				
Fulton e Lee (2013)		X					
Kamal e Deegan (2013)			X				
Brennan e Merkl-Davies (2014)							X
Turker e Altuntas (2014)	X						
Ma et al. (2015)		X					
Kozlowski et al. (2015)	X	X	X		X	X	
Sanil e Ramakrishna (2015)		X					
Woo e Jin (2016)	X	X					
Garcia-Torres et al. (2017)	X						
Śmiechowski e Lament (2017)	X						
Wong e Dhanesh (2017)		X					

Figura 2 - Tipos de comunicação

Fonte: Elaborado pelas autoras

A maioria dos estudos optou por apenas um tipo de comunicação para estudar a RSE. Porém, alguns estudos apresentaram mais de um tipo de comunicação (Islam & McPhail, 2011, Johansen & Nielsen, 2012, e Islam & Jain, 2013, Kozlowski et al. 2014 e Woo & Jin, 2016).

Dos estudos que selecionaram apenas um tipo de comunicação, sua grande maioria escolheu os relatórios de RSE, a página web ou o relatório anual. A escolha pode ter sido feita pela facilidade de obter informações, uma vez que os dados publicados estão públicos para uso.

Localidade

Quanto ao levantamento da localidade das amostras dos estudos, identificou-se que a maioria foi desenvolvida na Europa, América do Norte, Ásia e Austrália. A Figura 3 apresenta as localidades das amostras e suas respectivas referências.

Localidade das amostras	Referências
Europa	Islam e McPhail (2011), Johanesen e Nielsen (2012), Turker e Altuntas (2014), Brennan e Merkl-Davies (2014), Kozlowski et al. (2015), Woo e Jin (2015), Garcia-Torres et al. (2017), Smiechowski e Lament (2017), Wong e Dhanesh (2017)
América do Norte	Islam e McPhail (2011), , Fulton e Lee (2013)*, Brennan e Merkl-Davies (2014), Kozlowski et al. (2015), Woo e Jin (2015), Ma et al. (2015), Wong e Dhanesh (2017)
Ásia	Woo e Jin (2015), Kamal e Deegan (2013), Brennan e Merkl-Davies (2014), Sanil e Ramakrishnan (2015), Wong e Dhanesh (2017)
Austrália	Islam e Jain (2013)

Figura 3 – Localidade das amostras

Fonte: Elaborado pelas autoras

A maioria dos estudos têm suas amostras localizadas na Europa e na América do Norte, mais especificamente, nos Estados Unidos. A motivação para escolha de países europeus e estadunidenses pode ser explicado em alguns casos por serem os locais de origem de muitas empresas multinacionais que são do ramo de vestuário (Islam & McPhail, 2011; Kozlowski et al., 2015 e Garcia-Torres, Rey-Garcia & Albareda-Vivo, 2017).

Em todos os estudos foi possível identificar a localidade das amostras, apenas o estudo de Fulton e Lee (2013) expos que 66% da amostra do estudo se localizavam nos Estados Unidos, os outros 34% em outros países, sem especificar quais eram, e 9% restantes, não foi possível identificar o país de origem.

A única pesquisa realizada com empresas australianas se preocupou em explorar a comunicação da RSE devido às pressões da criação da Lei da Transparência no país. E o estudo de Woo e Jin (2016), comparou as práticas da comunicação da responsabilidade social das indústrias do vestuário em diferentes países, com base na teoria institucional. O estudo conclui que os níveis de adoção e comunicação das seis políticas de RSE das empresas variaram de acordo com a localidade dos países; as firmas americanas concentraram-se principalmente em questões trabalhistas, enquanto as firmas europeias se concentraram em questões ambientais e as firmas asiáticas centraram-se em questões sociais.

Apesar de alguns estudos se preocuparem com países emergentes, não houve dentre os estudos analisados, nenhum com amostras de países da América do Sul, Central ou da África.

Crítérios de seleção da amostra

Os critérios de seleção da amostra são apresentados na Figura 4 e apontam quais foram os critérios que os estudos utilizaram para escolher as empresas objetos de sua pesquisa.

Critério para seleção das amostras	Referências
Liderança do setor	Islam e Jain (2013), Kamal e Deegan (2013), Ma et al. (2015), Wong e Dhanesh (2017), Garcia-Torres et al. (2017)
Alta reputação de RSE	Sanil e Ramakrishnan (2015), Woo e Jin (2016), Smiechowski e Lament (2017)
Vestuário sustentável	Fulton e Lee (2013), Kozlowski et al. (2015)
Empresas envolvidas em escândalo	Johansen e Nielsen (2012), Brennan e Merkl-Davies (2014)
Estão no padrão da GRI	Turker e Altuntas (2014)
Atenção da mídia	Islam e McPhail (2011)
Cadeia produtiva passa por países da Ásia	Islam e McPhail (2011)

Figura 4 - critérios de seleção das amostras

Fonte: Elaborado pelas autoras

Observa-se que um número significativo de estudos adotam como critério de seleção de amostra, a Liderança do setor. A Alta reputação de RSE e Vestuário sustentável também foram critérios de seleção adotados, ambos critérios permitem acesso a informação das empresas que são consideradas bons exemplos em relação a sustentabilidade. Enquanto os estudos que adotaram o critério Empresas envolvidas em escândalo permitem acesso a informação de empresas que não são bons exemplos em relação a sustentabilidade.

Islam e McPhail (2011) adotaram dois critérios, primeiramente buscaram avaliar indústria de varejo de vestuário que haviam atenção da mídia com relação a questões sociais e ambientais. Após a seleção no banco de dados Factiva Dow-Jones, foi refinada para seleção, apenas empresas que compravam grande parte de seus produtos de pelo menos um dos países asiáticos que cobria a China, Índia, Indonésia, Vietnã, Malásia, Tailândia, Bangladesh, Paquistão, Nepal e Camboja.

Quais são as teorias adotadas pelos estudos?

A Figura 5 apresenta as principais teorias utilizadas para tratar da comunicação de RSE no ramo têxtil, foram estas: Teoria Institucional, Teoria da Legitimidade e Teoria das Partes Interessadas e a Teoria da Regulação Responsiva.

Teorias	Referências
Teoria da Legitimidade	Johansen e Nielsen (2012), Kamal e Deegan (2013), Brennan e Merkl-Davies (2014), Ma et al. (2015), Wong e Dhanesh (2017)
Teoria Institucional	Islam e McPhail (2011), Kozlowski et al. (2014), Woo e Jin (2015)
Teoria das Partes Interessadas	Brennan e Merkl-Davies (2014)
Teoria da Regulação Responsiva	Islam e McPhail (2011)

Figura 5 - Principais teorias adotadas pelos estudos

Fonte: Elaborada pelas autoras

O estudo de Johansen e Nielsen (2012) abordou a RSE como uma forma de auto relato corporativo e destacou os processos isomórficos que influenciam a legitimidade como uma preocupação organizacional fundamental. A análise do estudo apoia-se na visão de que o auto relato corporativo da RSE equilibra as necessidades de diferenciação e conformidade. Assim, as organizações navegam entre o valor associado à conformidade com as normas e expectativas da sociedade e o valor de promover a singularidade organizacional.

No estudo de Kozlowski et al. (2015) a teoria institucional, ajuda a explicar como, particularmente o conceito de isomorfismo institucional (DiMaggio & Powell, 1983), sugerem que as pressões miméticas, normativas e coercitivas podem levar as práticas de divulgação de indicadores neste setor a convergir ao longo do tempo.

A pesquisa de Woo e Jin (2016) se baseia na teoria institucional, e aborda como as práticas de comunicação de RSE das empresas de vestuário podem se diferenciar segundo seu país de origem, isso é segundo as pressões locais. Os resultados do estudo confirmaram a teoria institucional, uma vez que os níveis de adoção e comunicação das seis empresas de vestuário estudadas variam substancialmente de acordo com seu país de origem. As diferenças se deram, porque, cada país é influenciado por vários fatores específicos, como o nível de conscientização da RSE nos países, os níveis de desenvolvimento econômico e globalização, regulamentações ambientais nacionais e orientações culturais.

Já o estudo de Brennan e Merkl-Davies (2014) adotou a teoria das partes interessadas para explicar a pressão o Greenpeace exerceu em grandes organizações, ao denunciar escândalos. Os autores analisaram as exigências segundo seu poder, legitimidade e urgência.

Islam e McPhail (2011) se baseiam na teoria institucional e na teoria da regulação responsiva para compreender a capacidade de resposta das organizações, em relação ao discurso da responsabilidade corporativa em relação aos direitos humanos. Para os autores, as estratégias de comunicação e o comportamento isomórfico das grandes empresas multinacionais do setor varejista global de vestuário humano estão evoluindo com características de responsividade.

Quais são os principais resultados dos estudos?

A Figura 6 apresenta os objetivos e principais resultados dos artigos da amostra em ordem cronológica.

Referência	Objetivo	Resultados
Islam e McPhail, (2011)	Explorar empiricamente até que ponto um grupo de varejistas multinacionais de vestuário expressam os direitos humanos ao divulgar suas práticas de RSE, baseando-se na associação da teoria de regulação responsiva e da teoria institucional.	O número de empresas adotando e divulgando os padrões de direitos humanos no local de trabalho da OIT aumentaram significativamente desde 1998 - o ano em que os padrões da OIT foram endossados e aceitos pela comunidade global (OIT, 1998).
Johansen e Nielsen (2012)	Abordar a RSE como uma forma de auto relato corporativo ao destacar os processos isomórficos que influenciam a legitimidade como uma preocupação organizacional fundamental.	A análise apoia a visão de que o auto relato corporativo da RSC equilibra as necessidades de diferenciação e conformidade. Assim, as organizações navegam entre o valor associado à conformidade com as normas e expectativas da sociedade e o valor de promover a singularidade organizacional
Islam e Jain, (2013)	Investigar como a regulação flexível contribui para a ausência de RSE em relação às práticas de direitos humanos no local de trabalho nas indústrias de vestuário e varejo na Austrália.	O baixo nível de divulgações está intimamente associado a tentativas fracassadas de regulamentar as atividades de direitos humanos no local de trabalho de corporações australianas em outros países, particularmente nações em desenvolvimento. É improvável que as empresas melhorem sua divulgação sobre violações dos direitos humanos no local de trabalho até que o governo australiano possa transformar sua lei de direitos humanos no local de trabalho em lei.
Fulton e Lee, (2013)	Identificar a forma que os varejistas de vestuário sustentáveis se expõem na internet e examinar as práticas de RSE na cadeia de fornecedores baseado na GRI.	Apoiam o GRI como uma estrutura útil para avaliar práticas de RSE em varejistas de vestuário online. Os aspectos mais abordados da GRI, abordados pelas empresas deste estudo, foram os aspectos ambientais e sociais. Poucos varejistas de vestuário sustentáveis na internet fizeram iniciativas nas três áreas de sustentabilidade abordadas no GRI.
Kamal e Deegan (2013)	Investigar as práticas de divulgação de governança social e ambiental de uma amostra de empresas têxteis e de vestuário operando em Bangladesh.	Embora as empresas têxteis e de vestuário de Bangladesh estejam divulgando mais informações de governança social e ambiental do que as exigidas pelas autoridades reguladoras, as divulgações de governança ainda estão longe do esperado pela comunidade internacional
Brennan e Merkl-Davies (2014)	Explorar o elemento interativo em relatórios sociais e ambientais durante uma controvérsia entre organizações empresariais e uma parte interessada sobre o desempenho ambiental.	Todas as seis empresas que interagem com o Greenpeace na forma de press releases acabaram aceitando a exigência do Greenpeace de eliminar produtos químicos perigosos de suas cadeias de suprimentos. Os resultados também indicam o uso extensivo da retórica por todas as partes.
Turker e Altuntas (2014)	Explorar e mensurar a indulgência de implicações práticas globais na indústria do tecido e vestuário com referência às dimensões do modelo teórico já existente.	As empresas concentram-se significativamente na conformidade do fornecedor com seu código de conduta, empregando mais atividades de monitoramento e auditoria para evitar problemas de produção nos países em desenvolvimento, melhorar o desempenho geral da cadeia de fornecimento e estabelecer critérios de sustentabilidade para seus fornecedores.

Ma et al. (2016)	Investigar o estado atual da implementação da Lei de Transparência na Cadeia de Fornecimento da Califórnia (2012) na indústria do vestuário.	Menos da metade das empresas de varejo e manufatura de vestuário na Califórnia e nos demais estados dos Estados Unidos cumpriram a Lei ao divulgar informações relativas a seus esforços para erradicar problemas de tráfico de pessoas em suas cadeias de fornecimento
Kozlowski et al. (2015)	Identificar os indicadores reportados em relatórios de sustentabilidade corporativa, outros documentos e os sites de 14 marcas de vestuário pertencentes à Sustainable Apparel Coalition [SAC].	No total, foram identificados 87 indicadores de RSE. O estudo conclui que há uma falta de consistência entre eles. A maioria dos indicadores lidou com o desempenho na sustentabilidade da cadeia de suprimentos, enquanto os indicadores relatados com menos frequência abordaram a inovação nos negócios e o engajamento do consumidor.
Sanil e Ramakrishna, (2015)	Examinar a comunicação de RSE nos sites das empresas fabricantes de vestuário na Índia, certificadas pela the Worldwide Responsible Accredited Production [WRAP].	Pouco menos da metade dessas empresas tinham informações de RSE em sua empresa websites. Em geral, a falta de comunicação proativa de RSC entre as empresas de vestuário na Índia é perceptível. Contudo, não mostra necessariamente a ausência de ação de RSE nas empresas de fabricação de vestuário.
Woo e Jin, (2016)	Explorar e comparar as práticas da comunicação da responsabilidade social das indústrias do vestuário em diferentes países, com base na teoria institucional.	Os níveis de adoção e comunicação das seis políticas de RSE das empresas variaram; as firmas americanas concentraram-se principalmente em questões trabalhistas, enquanto as firmas europeias se concentraram em questões ambientais e as firmas asiáticas centraram-se em questões sociais.
Garcia-Torres et al. (2017)	Analisar os relatórios de RSE das empresas de <i>fast-fashion</i> , por meio do panorama do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável das ONU.	Os relatórios de <i>fast-fashion</i> têm uma ampla base de análise, mas falta orientação de ação. Os autores propõem a " <i>Fast-Fashion Sustainability Scorecard</i> " como uma estrutura de divulgação universal que desloca o foco de (i) relatórios para a ação; (ii) desempenho financeiro para criação de valor sustentável; e (iii) limites corporativos para criação de valor para o ecossistema mais amplo.
Śmiechowski; Lament, (2017)	Avaliar os relatos de RSE e as ações pró-ecológicas de curtumes de empresas grandes e pequenas de curtumes da região de Radom (Polônia).	Os relatórios de RSE são principalmente realizados por grandes empresas, embora não seja uma prática predominante, todos os relatórios seguem as diretrizes da GRI. As pequenas empresas não informam sobre CSR, portanto, os padrões típicos de relatório não puderam ser especificados.
Wong e Dhanesh, (2017)	Examinar os dispositivos de estrutura e retórica empregados por marcas de luxo para construir identidades corporativas éticas baseadas em RSE, enquanto gerencia as complexidades do paradoxo de luxo da RSE, o choque percebido entre os valores auto transcendentais da RSC e os valores de auto aprimoramento de luxo.	Marcas de luxo predominantemente enquadraram seus esforços de RSE com a abordagem ética, motivados por motivos altruístas. Os esforços de RSE foram colocados em programas que eram congruentes com os negócios das marcas e que transmitiam impacto em termos abstratos, evocando emoções sobre a lógica. Esse enquadramento nas dimensões de mensagem, questões, importância,

		comprometimento, ajuste e impacto da mensagem de RSE refletia um entendimento sofisticado de comunicação a um grupo demográfico social e ambientalmente consciente, alinhando-se simultaneamente às características centrais, duradouras e distintivas do luxo.
--	--	---

Figura 6 - Objetivos e resultados dos artigos

Fonte: Elaborado pelas autoras

A pesquisa de Islam e McPhail (2011) explorou o quanto empresas multinacionais de vestuário expressam os direitos humanos ao comunicar suas práticas de RSE. As questões dos direitos humanos, sociais e trabalhistas também foi foco no estudo de Garcia-Torres et al. (2017), que buscou analisar os relatórios de RSE das *fast-fashion* por meio do panorama do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Islam e McPhail (2011) identificaram incremento no número de empresas que expressam os direitos humanos ao comunicar suas práticas de RSE. Para Garcia-Torres et al. (2017), os relatórios das empresas de *fast-fashion* comunicam de forma satisfatória sobre as questões sociais e trabalhistas, porém não tem o foco direcionado para ações.

Assim como a visão estratégica da comunicação da RSE de Garcia-Torres et al. (2017), o estudo de Wong e Dhanesh (2017) examina a forma que as marcas de luxo constroem suas identidades corporativas éticas baseadas em RSE. O estudo conclui que as marcas de luxo comunicam suas práticas de RSE com motivações altruístas e éticas, com a intenção de abafar as complexidades que o paradoxo do luxo carrega.

O estudo de Śmiechowski e Lament, (2017) avalia os relatos de RSE e as ações pró-ecológicas de curtumes de empresas grandes e pequenas de curtumes, o estudo afirma que apesar do couro ser um material de fontes renováveis, os processos de fabricação representam um dos mais graves riscos ambientais do mundo. O estudo concluiu que os relatórios de RSE são principalmente realizados por grandes empresas, embora não seja uma prática predominante.

Ressalta-se que alguns estudos realizados em empresas que se consideram sustentáveis ou possuem certificações de sustentabilidade. O estudo de Sanil e Ramakrishnan (2015) se preocupou com as fabricantes de vestuário na Índia, certificadas pela WRAP. A amostra do estudo de Kozłowski et al. (2015), foram empresas de vestuário pertencentes à SAC. Fulton e Lee (2013) também procuraram para compor sua amostra, empresas sustentáveis, no seu caso de "vestuário/roupa ecológica orgânica verde sustentável".

Mesmo estudando empresas que possuem características sustentáveis, Sanil e Ramakrishnan (2015) encontraram que pouco menos da metade das empresas indianas de sua amostra tinham informações de RSE em seus websites. Já Kozłowski et al. (2015) concluiu que os aspectos mais abordados pelas empresas em suas comunicações foram os aspectos ambientais e sociais, e identificou carência de informação em relação a cadeia produtiva. Fulton e Lee (2013) ao analisar a cadeia produtiva, conclui também que há falta de consistência entre os indicadores de RSE apresentados, a maioria dos indicadores comunicaram desempenho da RSE na cadeia de suprimentos, e com menos frequência abordaram a inovação nos negócios e o engajamento do consumidor.

A compreensão da cadeia de valor também foi interesse de Turker e Altuntas (2014). O estudo explorou e mensurou a indulgência de implicações práticas globais na indústria do tecido e vestuário. A conclusão do estudo, aponta que as empresas se concentram significativamente na conformidade do fornecedor com seu código de conduta, empregando mais atividades de monitoramento e auditoria para evitar problemas de produção nos países em desenvolvimento, melhorar o desempenho geral da cadeia de fornecimento e estabelecer critérios de sustentabilidade para seus fornecedores.

O estudo de Islam e Jain (2011) explorou a qualidade do discurso sobre direitos humanos realizado por um grupo de varejistas multinacionais de vestuário ao divulgar suas práticas de RSE, e concluiu que é baixo o nível de divulgação, e que é improvável que as empresas melhorem sua divulgação sobre violações dos direitos humanos no local de trabalho até que o governo australiano transforme sua lei de direitos humanos no local de trabalho em lei.

Já Ma et al. (2016) analisaram a implementação da Lei de Transparência na Cadeia de Fornecimento da Califórnia em 2012, e identificaram que no período analisado, menos da metade das empresas de varejo e manufatura de vestuário na Califórnia e nos demais estados dos Estados Unidos cumpriram a Lei, isso é divulgaram informações relativas a seus esforços para erradicar problemas de tráfico de pessoas em suas cadeias de fornecimento.

Kamal e Deegan (2013) investigaram as práticas de divulgação de governança social e ambiental de empresas têxteis e de vestuário quem operavam em Bangladesh, e concluíram que, embora as empresas têxteis e de vestuário de Bangladesh estejam divulgando mais informações de governança social e ambiental do que as exigidas pelas autoridades reguladoras, as divulgações de governança ainda estão longe do esperado pela comunidade internacional.

O estudo de Brennan e Merkl-Davies (2014) explorou a interação de relatórios sociais e ambientais durante uma controvérsia entre seis empresas de moda esportiva/*fashion* e o Greenpeace. A organização denunciou as empresas com relação a poluição da água na China e no Sudeste Asiático. Após a denúncia, todas as empresas responderam as exigências do Greenpeace.

6 Direcionadores para pesquisas futuras

Os direcionadores para pesquisas futuras apresentados nesta seção foram construídos a partir da análise dos catorze artigos da amostra. O propósito deste estudo é além de apresentar o estado de desenvolvimento das pesquisas já realizadas, sinalizar as limitações e lacunas que devem ser analisadas por pesquisas futuras.

A primeira lacuna identificada foi a ausência de estudos em países da América do Sul, Central e na África. O único estudo na Austrália, também pode ser considerado uma lacuna, pois outros enfoques podem ser dados a amostras da mesma região. Além de pesquisas em regiões pouco ou não estudadas, apenas a pesquisa de Woo e Jin (2016) levou em conta as diferenças culturais para diferenciar o comportamento das comunicações. Portanto, pesquisas preocupadas com o cross-cultural ainda precisam ser exploradas.

A identificação dos tipos de comunicação analisados pelos estudos também sugere novas pesquisas, pois a maioria dos estudos se concentra nos relatórios de RSE e em suas páginas institucionais. Estudos futuros podem explorar outros tipos de comunicação, como por exemplo, a mídia social, uma vez que este tipo de acesso a informação tem ganhado relevância nos dias atuais.

Observou-se também uma carência de estudos que propõem estudos de caso ou multicase com o objetivo de avaliar a consonância das práticas reais de RSE e as publicadas, por meio de observações diretas e entrevistas em profundidade. Estes estudos poderão complementar a pesquisa de Johansen e Nielsen (2012) e auxiliar a compreensão a respeito dos autos relatos corporativos.

Outros estudos poderiam focar em outros tipos de parte interessadas, a exemplo, o papel dos consumidores, seu conhecimento e impacto acerca das práticas de RSE. Outro aspecto interessante que deveria ser abordado é como o comportamento das empresas em relação a comunicação da RSE evolui no tempo, observa-se carência de estudos que analisem dados longitudinais.

A maioria das pesquisas analisadas na presente pesquisa adotou como amostra empresas multinacionais, devido sua atenção na mídia e a facilidade de acesso a informação, porém

futuras pesquisas podem enfocar outros tipos de empresas, como as de vestuário com vendas online que têm crescido e se tornado uma nova forma de consumo, ou mesmo com as pequenas empresas que atuam como fornecedoras das multinacionais.

7 Considerações finais e limitações da pesquisa

A discussão na literatura acerca da comunicação da sustentabilidade no ramo têxtil pode ser considerada escassa, porém em desenvolvimento. Este estudo teve por objetivo contribuir para o entendimento do estado da arte a respeito das pesquisas que exploram a comunicação da RSE no ramo têxtil.

Esse estudo tem como portfólio catorze artigos resultantes da revisão sistemática. A apresentação e discussão dos artigos apontam principais características das amostras através dos tipos de comunicação adotados como fonte de dados, da localidade da amostra, e dos critérios de seleção adotados para selecioná-la. Também aponta as principais teorias. Além de relacionar os objetivos e os resultados dos artigos, e evidenciar as lacunas de pesquisa encontradas.

Apesar de populares e frequentes, as revisões sistemáticas apresentam algumas limitações. Uma delas é que a revisão sistemática não consegue melhorar diretamente a qualidade dos estudos que a compõem, limita-se apenas a recomendar que os novos estudos preencham as lacunas e promover sistematicamente a melhoria da qualidade dos trabalhos a serem desenvolvidos. Também pode haver limitação quanto a interpretação dos dados, uma vez que é determinada a partir da visão dos autores. Outra limitação pode ser o viés na escolha dos bancos de dados, uma vez que não existe um único banco de dados que contenha todos os estudos publicados sobre o assunto e este trabalho se limitou aos disponíveis pela Capes.

Referências

Brennan, M. N., & M. Merkl-Davies, D. (2014). Rhetoric and argument in social and environmental reporting: the Dirty Laundry case. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(4), 602-633.

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Ministério da Educação (MEC). *Periódicos Capes*. Disponível: <http://www.periodicos.capes.gov.br/>. Recuperado em 3 de abril de 2018.

Conforto, E. C., Amaral, D. C., & Silva, S. D. (2011). Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. *Trabalho apresentado*, (8).

DiMaggio, P., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Collective rationality and institutional isomorphism in organizational fields. *American sociological review*, 48(2), 147-160.

Fashion United (2018). *Global Fashion Industry Statistics -International Apparel*. Disponível: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>. Acesso em 15 de julho de 2018.

Fulton, K. & Lee, S.-E. (2010), “An overview of sustainability in the fashion industry”, *The International Journal of Environmental, Cultural, Economic and Social Sustainability*, 6(1), 1-14.

Fulton, K. & Lee, S. (2013). Assessing sustainable initiatives of apparel retailers on the internet. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 17(3), 353-366.

Garcia-Torres, S., Rey-Garcia, M. & Albareda-Vivo, L. (2017). Effective Disclosure in the *Fast-Fashion* Industry: from Sustainability Reporting to Action. *Sustainability*, 9(12), 2256.

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of business ethics*, 53(1-2), 51-71.

Gray, R., Owen, D., & Maunders, K. (1987). *Corporate social reporting: Accounting and accountability*. Prentice-Hall International.

Global Reporting Initiative (2013), *G4 – Diretrizes para relatos de sustentabilidade: Manual de Implementação*. Disponível: <https://www.globalreporting.org/resource/library/Brazilian-Portuguese-G4-Part-Two.pdf>. Recuperado em 25 de julho de 2018.

Islam M. A. & Deegan C. (2008). Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 21(6), 850–874.

Islam M. A. & Deegan C. (2010). Media pressures and corporate disclosure of social responsibility performance information: A study of two global clothing and sports retail companies. *Accounting & Business Research* 40(2), 131–148.

Islam, M. A. & Jain, A. (2013). Workplace human rights reporting: a study of Australian garment and retail companies. *Australian accounting review*, 23(2), 102-116.

Islam, M. A. & McPhail, K. (2011). Regulating for corporate human rights abuses: The emergence of corporate reporting on the ILO's human rights standards within the global garment manufacturing and retail industry. *Critical Perspectives on Accounting*, 22(8), 790-810.

Johansen T. S. & Nielsen A. E. (2012). CSR in corporate self-storying – legitimacy as a question of differentiation and conformity. *Corporate Communications: An International Journal*, 17(4), 434-448.

Kamal, Y. & Deegan, C. (2013). Corporate Social and Environment-related Governance Disclosure Practices in the Textile and Garment Industry: Evidence from a Developing Country. *Australian accounting review*, 23(2), 117-134..

Kozlowski, A., Searcy, C. e Bardecki, M. (2015). Corporate sustainability reporting in the apparel industry: an analysis of indicators disclosed. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 64(3), 377-397.

Laudal, T. (2010). An attempt to determine the CSR potential of the international clothing business. *Journal of business ethics*, 96(1), 63-77.

Levy, Y. & Ellis, T.J. (2006). A system approach to conduct an effective literature review in support of information systems research. *Informing Science Journal*, 9,181-212.

- Ma, Y. J., Lee, H. H., & Goerlitz, K. (2016). Transparency of global apparel supply chains: Quantitative analysis of corporate disclosures. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 23(5), 308-318.
- Na¹, Y. & Na², D. K., (2015) Investigating the sustainability of the Korean textile and fashion industry. *International Journal of Clothing Science and Technology*, 27(1), 23-33.
- Sanil, H. & Ramakrishnan, S. (2015). Communicating the corporate social responsibility on the company website: A study conducted on WRAP certified apparel manufacturers in India. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1S), 52-56.
- Silva, M. & Teixeira, A. A. C. (2012). Methods of assessing the evolution of science: A review. *European Journal of Scientific Research*, 68(4), 616-635.
- Śmiechowski, K. & Lament, M. (2017). Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) reporting on pro-ecological actions of tanneries. *Journal of Cleaner Production*, 161, 991-999.
- Turker, D., & Altuntas, C. (2014). Sustainable supply chain management in the *fast-fashion* industry: An analysis of corporate reports. *European Management Journal*, 32(5), 837-849.
- White, C. L., Nielsen, A. E., & Valentini, C. (2017). CSR research in the apparel industry: A quantitative and qualitative review of existing literature. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(5), 382-394.
- Wong, J. Y., & Dhanesh, G. S. (2017). Corporate social responsibility (CSR) for ethical corporate identity management: Framing CSR as a tool for managing the CSR-luxury paradox online. *Corporate Communications: An International Journal*, 22(4), 420-439.
- Woo, H., & Jin, B. (2016). Apparel firms' corporate social responsibility communications: Cases of six firms from an institutional theory perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(1), 37-55.

Apêndice 1 - Referência dos artigos da amostra

Brennan, M. N., & M. Merkl-Davies, D. (2014). Rhetoric and argument in social and environmental reporting: the Dirty Laundry case. <i>Accounting, Auditing & Accountability Journal</i> , 27(4), 602-633.
Fulton, K. & Lee, S. (2013). Assessing sustainable initiatives of apparel retailers on the internet. <i>Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal</i> , 17(3), 353-366.
Garcia-Torres, S., Rey-Garcia, M. & Albareda-Vivo, L. (2017). Effective Disclosure in the <i>Fast-Fashion</i> Industry: from Sustainability Reporting to Action. <i>Sustainability</i> , 9(12), 2256.
Islam, M. A. & McPhail, K. (2011). Regulating for corporate human rights abuses: The emergence of corporate reporting on the ILO's human rights standards within the global garment manufacturing and retail industry. <i>Critical Perspectives on Accounting</i> , 22(8), 790-810.
Islam, M. A. & Jain, A. (2013). Workplace human rights reporting: a study of Australian garment and retail companies. <i>Australian accounting review</i> , 23(2), 102-116.

Johansen T. S. & Nielsen A. E. (2012). CSR in corporate self-storying – legitimacy as a question of differentiation and conformity. <i>Corporate Communications: An International Journal</i> , 17(4), 434-448.
Kamal, Y. & Deegan, C. (2013). Corporate Social and Environment-related Governance Disclosure Practices in the Textile and Garment Industry: Evidence from a Developing Country. <i>Australian accounting review</i> , 23(2), 117-134.
Kozłowski, A., Searcy, C. e Bardecki, M. (2015). Corporate sustainability reporting in the apparel industry: an analysis of indicators disclosed. <i>International Journal of Productivity and Performance Management</i> , 64(3), 377-397.
Ma, Y. J. et al. (2016). Transparency of Global Apparel Supply Chains: Quantitative Analysis of Corporate Disclosures. <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i> . 23, 308–318.
Sanil, H. & Ramakrishnan, S. (2015) Communicating the Corporate Social Responsibility on the Company Website: A Study Conducted on Worldwide Responsible Accredited Production Certified Apparel Manufacturers in India. <i>International Journal of Economics and Financial Issues</i> , 5 (Special Issue), 52-56.
Śmiechowski, K.; Lament, M. (2017). Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) reporting on pro-ecological actions of tanneries. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 161, 991-999.
Turker, D. & Altuntas, C. (2014). Sustainable supply chain management in the <i>fast-fashion</i> industry: An analysis of corporate reports. <i>European Management Journal</i> , 32(5), 837-849.
Wong J. Y.; Dhanesh, G. S. (2017). Corporate social responsibility (CSR) for ethical corporate identity management: Framing CSR as a tool for managing the CSR-luxury paradox online. <i>Corporate Communications: An International Journal</i> , 22(4), 420-439.
Woo, H.; Jin, B. (2016). Apparel firms' corporate social responsibility communications: Cases of six firms from an institutional theory perspective. <i>Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics</i> , 28(1), 37-55.