

MODA SUSTENTÁVEL: desafios e barreiras para o avanço da economia circular

1 Introdução

A moda sustentável é um conceito que está sendo internalizado na elaboração de coleções (Claxton & Kent, 2020), para se alinhar as premissas da sustentabilidade (Amritha, & Suresh, 2020). O conceito prevê a inclusão dos pressupostos da sustentabilidade no setor da moda (Fung, Choi, & Liu, 2020), o que implica em fabricar produtos que adotem como matéria-prima de base elementos que não prejudiquem o meio ambiente em seu sistema de produção (Kim et al., 2020). Um exemplo é o algodão orgânico, cujo processo produtivo não usa agrotóxicos (Fifita et al., 2020). Tampouco se recomenda as sementes transgênicas (Dissanayake & Perera, 2016). A moda sustentável procura gerar no cliente uma experiência de compra associada a compromisso social e ambiental (Ertekin, & Atik, 2020). Une os pilares do consumo com a consciência e o compromisso com a sociedade (Lee et al., 2020). Um panorama elucidado por EPRS (2019, p.3), desta que “em 2015, a indústria global de têxteis e vestuário foi responsável pelo consumo de 79 bilhões de metros cúbicos de água, 1.715 milhões de toneladas de emissões de CO₂ e 92 milhões de toneladas de resíduos. Também estimou que até 2030, em um cenário *business-as-usual*, esses números aumentariam em pelo menos 50%”. Outrossim, o setor de moda polui o meio ambiente durante as fases de produção, uso e pós consumo (Onur, 2020).

Esse cenário é considerado alarmante e demanda um modo de pensar alternativo ao modelo tradicional e linear. Esse modo de pensar torna-se necessário em função da restrição de acesso a recursos naturais (Stiglitz, 1974). O consumo exagerado torna a escassez premente (Anderson, 1972). Recursos escassos se tornam mais caros e mais valiosos (Priem & Butler, 2001). E a perspectiva da moda sustentável vai no sentido oposto. O sentido de proporcionar acesso, de todos poderem usufruir sem gerar uma pegada ecológica tão significativa (Shen, 2014). Considerando que o setor têxtil é considerado um dos setores mais poluentes (Roy Choudhury, 2014), é compreensível que é um setor que é muito pressionado pela sociedade para gerar novas alternativas (Angelis-Dimakis, et al., 2016). Além de ser um vilão no consumo de água (Pena, 2019). Isso é tão visível, que alternativas de planejamento do produto (Fung et al., 2020), análise do ciclo de vida (Lundblad, Davies, 2015), design para a sustentabilidade (Spangenberg et al., 2010), fibras biodegradáveis (Na & Na, 2015), tecidos inteligentes são internalizados nos processos produtivos da moda (Pasricha, Greeninger, 2018), para contribuírem na geração de produtos eco-friendly (Hedegard et al., 2020).

Essa mudança de mentalidade está associada a recursos naturais finitos (Sehnm et al, 2019) e que demandam uma nova postura da sociedade para permitir perpetuidade (Caviglia-Harris et al. 2003) e de pessoas mais conscientes e dispostas a realizarem escolhas ecologicamente corretas (Hartmann et al., 2018). Com base nesse enredo, este estudo teve como objetivo validar proposições teóricas acerca do ensino de boas práticas de sustentabilidade e de economia circular. A justificativa prática para a escolha do tema está associada ao share de mercado que está sedento por opções e alternativas de consumo sustentáveis (Watkins et al., 2016). Está associada também as opções tecnológicas que surgem como soluções para os problemas ocasionados pelos modelos produtivos tradicionais (Papahristou, & Bilalis, 2017). E para que sejam disseminadas, precisam ser replicadas, ensinadas e veiculadas nos melhores cursos de graduação de Design de Moda do Brasil. O processo educacional ocupa um papel importante nessa jornada de transição para a moda sustentável (Pedersen & Anderse, 2015), já que compreensão da sistemática e tópicos ensinados podem gerar insights para aperfeiçoamento de matrizes curriculares. E isso irá contribuir na geração de uma geração mais comprometida com os compromissos do desenvolvimento sustentável e na geração de uma sociedade mais equitativa e justa (Hedegård, Gustafsson and Paras, 2019).

A relevância social do estudo está associada a oportunidade de integrar pessoas (Talai et al., 2020) a um modelo educacional que gera inclusão, preservação dos recursos naturais e benefícios econômicos para as comunidades que se engajam com moda sustentável (McNeill & Moore, 2015). O efeito é indireto, já que o ensino sensibiliza, educa, conscientiza, mostra possibilidade. A replicação e disseminação de boas práticas de sustentabilidade no ensino é o primeiro passo para criarmos uma sociedade *eco-friendly* (Henninger et al., 2016). Este estudo está estruturado em diversas seções. Além desta introdução, a seção 2 apresenta aspectos teóricos alusivos as temática moda sustentável e economia circular. A seção 3 apresenta o percurso metodológico percorrido pela pesquisa. A seção 4 apresenta e discute os resultados da pesquisa. A seção 5 apresenta as considerações finais e é seguida pelas referências.

2 Moda Sustentável, Economia Circular e Sustentabilidade

Moda sustentável é um conceito associado a repensar a lógica selvagem de consumo no segmento de moda (Henninger et al., 2016). Está associada ao movimento *slow fashion* (Legere & Cang, 2020). Surgiu na década de 1960, especialmente associado a consciência das pessoas sobre os impactos ambientais negativos da produção de coleções de moda (Jung, & Jin, 2014). Preconiza a necessidade de uso de materiais orgânicos e ecológicos nos processos de desenvolvimento de produtos da moda (Sobreira et al., 2020). Assim como, internalizar a capacidade de atestar a origem dos produtos mediante certificações e rastreabilidade (Henninger et al., 2016). Estimula a confiança na cadeia de suprimentos, produção em pequena escala, técnicas de artesanato tradicionais, uso de materiais locais e roupas trans-sazonais (EPRS, 2019) e adesão às práticas de economia compartilhada (Onur, 2020). Outras práticas internalizadas nos processos produtivos de moda sustentável são a reciclagem, o *upcycling*, uso de matérias-primas renováveis (Trejo et al., 2020). Ainda, a incorporação de formas alternativas de aprender a projetar novos produtos, a geração de uma mudança social e a realização de produção coletiva (Onur, 2020).

A moda sustentável estimula a mudança de pensamento para a perspectiva de sistemas produtivos. Enfatiza o desenvolvimento local, o uso eficaz de recursos, a inclusão da força de trabalho das comunidades locais e promove estímulos a relacionamentos de longo prazo (Onur, 2020). Prioriza a transparência em todos os processos e etapas produtivas (Senner et al., 2019). Internaliza valores de sustentabilidade e conduta ética (Henninger et al., 2016). Prioriza o lançamento de apenas duas coleções novas por ano, a saber, outono/inverno e primavera/verão. Todavia, é um processo lento e demorado. É custoso para as empresas internalizarem as práticas da moda sustentável, e por vezes as torna menos competitivas do que o modelo tradicional de disseminação adotadas pelos segmento da moda (Sung & Woo, 2019).

A economia circular se revela um poderoso conceito para contribuir nessa transição do modelo linear para o circular (Onur, 2020). Especialmente via educação em design como ferramenta potencial contribuidora para criadora de um setor de moda ético, sustentado por pessoas que adotam uma ideologia alinhada com as premissas da sustentabilidade (Onur, 2020).

Nesse sentido, é importante internalizar um conjunto de práticas que tornam o segmento de moda mais aderente as premissas da sustentabilidade e alinhadas com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS, 2015). Essa internalização da economia circular pode ocorrer levando em consideração os pressupostos da retenção de valor dos recursos. Isso ocorre via 10Rs preconizados por Reike, Vermeulen e Witjes (2018). Os 10 Princípios R de EC (10R) em ordem de prioridade, em função da retenção de valor de recursos na cadeia, ou seja, R0 possui o maior nível de prioridade e R9 o menor nível de prioridade. Os princípios são divididos em três grupos de prioridade: Ciclos Curtos – R0 a R3, Ciclos Médios – R4 a R6 e Ciclos Longos – R7 a R9. Os quatro primeiros princípios R de EC (R0 - Recusa, R1 - Redução, R2 - Reutilização/Revenda e R3 - Reparo) são consideradas preferidas no contexto da EC; esses

princípios proporcionam ciclos mais curtos e acontecem próximo do consumo do produto. O segundo grupo de princípios (R4 - Renovação, R5 - Remanufatura, e R6 - Reutilização com nova função) priorizam ciclos médios e, geralmente, acontecem através de atividades empresariais com ligações indiretas com os consumidores. Reike, Vermeulen e Witjes (2018) destacam que os conceitos de renovação e remanufatura são misturados na literatura e muitas vezes são usados como sinônimos. Por fim, o terceiro grupo de princípios R de EC (R7 - Reciclagem, R8 – Recuperação de energia e R9 - Re-extração de recursos) focam em ciclos longos e referem-se a atividades tradicionais de gestão de resíduos; apesar de serem consideradas as opções menos desejadas, as práticas de EC ainda se concentram em opções de reciclagem (Reike; Vermeulen; Witjes, 2018).

No segmento de moda a reutilização pode ocorrer mediante desmontagem dos produtos não usados e transformação em novas peças aderentes às tendências de moda atuais (Onur, 2020). A EMF (2017) propõe algumas ambições para o setor de moda no horizonte 2030. Essas proposições levam em consideração os preceitos da economia circular. Dão ênfase a internalização de ciclos curtos e de materiais seguros; projeção de roupas que duram mais; rever o jeito como as roupas são fabricadas e vendidas e o aluguel deve ser considerado uma alternativa de acesso a roupas novas. Além disso, internalizar um sistema de reciclagem voltado para a indústria, que permita capturar o valor dos materiais que são perdidos e os impactos negativos causados pelo descarte. Também recomendam a internalização de inovações tecnológicas e o estímulo ao uso de materiais recicláveis. Por fim, o uso eficaz dos recursos e insumos renováveis devem ser a primeira escolha (EMF, 2017). Para que essas boas práticas e tendências em prol da sustentabilidade se tornem práticas amplamente disseminadas, o processo educacional ocupa um papel estratégico (Onur, 2020). No Brasil é o Ministério da Educação que provê todas as diretrizes para a formulação de matrizes curriculares, regulamenta e fiscaliza as instituições de ensino e suas práticas educacionais (Brasil, 2020). Muito embora as diretrizes vigentes preconizem a necessidade de ensinar meio ambiente e sustentabilidade como tópicos interdisciplinares, as matrizes curriculares vigentes podem avançar muito no sentido de se tornarem mais adequadas para contribuir na disseminação das premissas da sustentabilidade mediante adesão a práticas, ferramentas, estratégias e princípios de economia circular e de operações sustentáveis (Mec, 2020).

3 Procedimentos Metodológicos

Este estudo foi realizado adotando como unidade de análise os Cursos de Bacharelado em Design de Moda do Brasil. A pesquisa foi conduzida no período de setembro de 2019 a janeiro de 2020. No planejamento da pesquisa foram previstas coletas de dados de distintas fontes, a saber, Projetos Políticos Pedagógicos dos Cursos (PPCs), aplicação de questionários a docentes, discentes e professores dos referidos cursos. Todos os cursos do país foram convidados a participar da pesquisa. A Figura 1 ilustra as fontes de coleta e amostras obtidas.

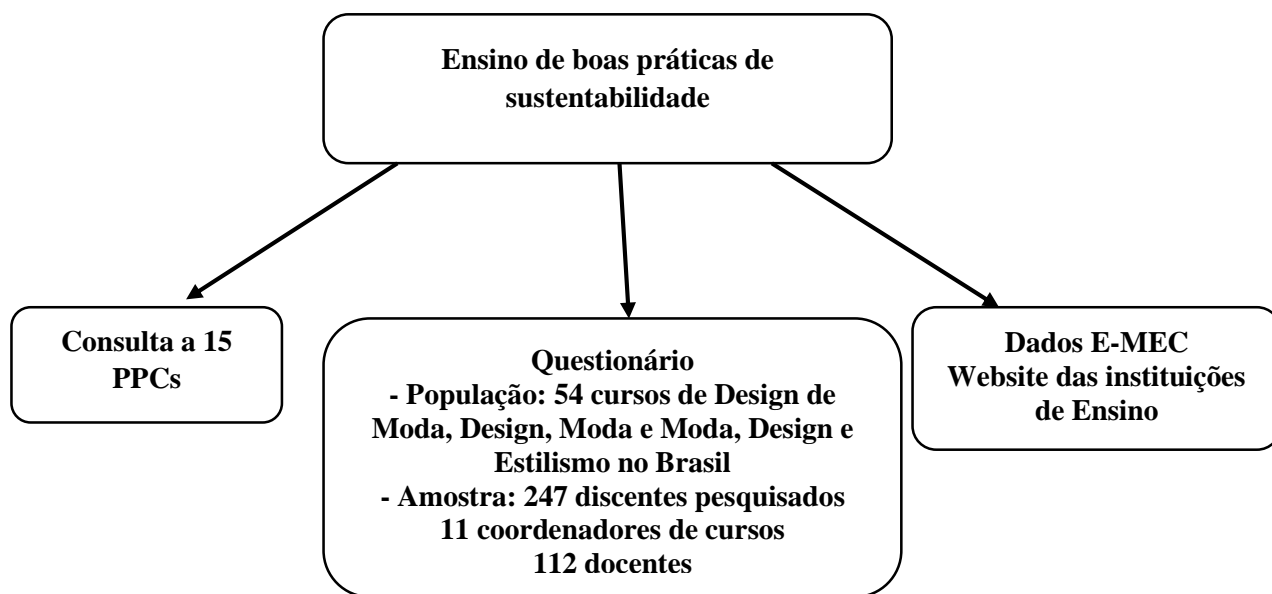


Figura 1: Fontes dos dados analisados

O processo de coleta de dados ocorreu mediante a consulta ao site do E-MEC para identificação de todos os cursos de Design de Moda, Design, Moda e Moda, Design e Estilismo ofertados em nível de graduação no Brasil. De posse dessa informação foram enviados e-mails aos atuais coordenadores de cursos para:

- Convidar para participar da pesquisa
 - Solicitar os PPCs.
 - Solicitar envio do questionário para todos os docentes dos cursos
 - Solicitar o envio do questionário específico para discentes e egressos dos cursos.
- O protocolo da pesquisa é apresentado na Tabela 1.

Tabela 1: Protocolo da Pesquisa

Etapas	Descrição
Objetivo do estudo	Validar proposições teóricas acerca do ensino de boas práticas de sustentabilidade e de economia circular.
Design: proposições	Proposição 1: Os Cursos de Design de Moda ensinam práticas de sustentabilidade e economia circular. Proposição 2: Os cursos de Design de Moda formam pessoas conscientes e adotantes de práticas de moda sustentável Proposição 3: Os cursos de Design de Moda estimulam a fabricação de coleções de moda sustentável.
Objeto de análise	Cursos de Design de Moda do Brasil
Unidade de análise	Projeto Pedagógico dos Cursos, percepção dos coordenadores de curso, docentes e discentes/egressos
Cronograma	A pesquisa foi aplicada nos meses outubro de 2019 a janeiro de 2020
Fontes de evidências	- Questionário (docente, discente/egressos e coordenador) - Pagina oficial da instituição (PPC, solicitação via e-mail ou telefone do material)

Análise e análise dos dados	- Análise de conteúdo - Categorização e análise qualitativa de correspondência de padrões - Triangulação dos dados
Validade da pesquisa	Uso de protocolo, uso de fontes múltiplas de evidência e triangulação de dados (Yin, 2010).
Fonte de dados e confiabilidade	A confiabilidade dos dados é obtida a partir da triangulação entre os dados, comparando os dados obtidos por meio da <i>survey</i> realizado com coordenadores, docentes e discente/egressos, com as informações obtidas por meio da análise do Projeto Político Pedagógico.
	Discente
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Curso Vinculado; 2) Estágio de desenvolvimento do curso; 3) Fase do curso que está matriculado; 4) Instituição de ensino; 5) Percepção ao setor da moda; 6) Expectativas em relação ao setor da moda; 7) Disciplinas que abordam práticas sustentáveis; 8) Formas de ensino das práticas sustentáveis, 9) Idade do público; 10) Gênero do público; 11) Localidade da instituição de ensino que frequentou/frequenta; 12) Ações adotadas na compra de um produto; 13) Práticas de sustentabilidade e Economia Circular 14) Aspectos relevantes que gostaria de socializar sobre moda sustentável e formas pelas quais os cursos de Design de Moda Bacharel presencial ofertados em nível de graduação no Brasil estão inserindo premissas de sustentabilidade e economia circular na formação do seu aluno
	Docente
Questões chaves	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tempo de atuação na docência; 2) Preocupações no ensino das práticas sustentáveis; 3) Ênfase da estratégia de ensino; 4) Contribuições na forma de ensino; 5) O que se ensina sobre moda sustentável no curso; 6) Localidade da instituição de ensino que leciona; 7) Aspectos relevantes que gostaria de socializar sobre moda sustentável e formas pelas quais os cursos de Design de Moda Bacharel presencial ofertados em nível de graduação no Brasil estão inserindo premissas de sustentabilidade e economia circular na formação do seu aluno.
	Coordenador do Curso
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tempo de atuação na coordenação; 2) Percepção ao curso que coordena; 3) Predominância no ensino no curso; 4) Disciplinas que enfatizam conteúdos voltados para a sustentabilidade; 5) Impacto da moda sustentável; 6) O que se ensina sobre moda sustentável no curso; 7) Localidade da instituição de ensino que coordena; 8) Aspectos relevantes que você gostaria de socializar sobre moda sustentável e formas pelas quais os cursos de Design de Moda Bacharel presencial ofertados em nível de graduação no Brasil

estão inserindo premissas de sustentabilidade e economia circular na formação do seu aluno.

Busca de evidências	Proposições teóricas, percepções dos respondentes dos questionários, documentos, relatórios técnicos e website.
Relatório	Encadeamento das evidências entre as questões, os dados coletados e as conclusões.

Fonte: Adaptado de Troiano (2020, p.82-83)

De posse dos dados, a análise consistiu em identificação de padrões e criação de categorias analíticas pautadas nas premissas da moda sustentável, da economia circular e dos objetivos do desenvolvimento sustentável. Desse modo, o estudo segue as diretrizes de Stake (2010) e Eisenhardt (1989), que sugerem que a categorização analítica é adequada para estudos que elaboram perguntas abertas. A Tabela 2 apresenta as categorias analíticas que foram utilizadas nesta pesquisa.

Tabela 2: Categorias de análise da pesquisa

Dimensão de Análise Economia Circular (10Rs) - Reike, Vermeulen e Witjes (2018)	Dimensão de Análise Moda Sustentável Antikainen et al. (2020) e Gwilt (2014)	Dimensão de Análise Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS, 2015)
Recusa	Valor para o cliente	Erradicar a pobreza
Redução	Valor ambiental	Acabar com a fome
Reutilização/revenda	Valor social	Vida saudável
Reparo	Valor para outros stakeholders chaves	Educação de qualidade
Renovação	Design	Igualdade de gênero
Remanufatura	Produção	Água e saneamento
Reutilização com nova função ou propósito	Distribuição	Energias renováveis
Reciclagem	Uso	Trabalho digno e crescimento econômico
Recuperação de energia	Final de vida	Inovação e infraestruturas
Re-extração de recursos		Reduzir as desigualdades
		Cidades e comunidades sustentáveis
		Produção e consumo sustentáveis
		Combater alterações climáticas
		Oceanos, mares e recursos marinhos
		Ecossistemas terrestres e biodiversidade
		Paz e justiça
		Parcerias para o desenvolvimento

A geração das categorias analíticas a partir das evidências empíricas foi realizada em três etapas. Primeiro: leitura flutuante das evidências empíricas oriundas de distintas fontes; segundo: sinalização em amarelo dos trechos representativos. Somente foram codificados trechos que faziam menção a condutas ativas relacionadas a cada um dos constructos da pesquisa; terceiro: cotejamento dos dados estreitando relacionamento com as categorias de

análise oriundas da literatura científica e que suportam os constructos desta pesquisa, a saber, moda sustentável, economia circular e desenvolvimento sustentável. Com base nos códigos mapeados, foram extraídos padrões mediante recomposição dos dados que consolidaram os achados da presente pesquisa (Yin, 2015). Para fins de manutenção do anonimato as instituições de ensino foram chamadas por pseudônimos PPC A, PPC B, PPC C...PPC P).

4 Apresentação e Análise dos Dados

A Figura 3 apresenta os principais resultados encontrados neste estudo. Nota-se na Figura 3 que o termo ensino de boas práticas de sustentabilidade em nenhum momento é mencionado nos projetos político pedagógicos dos cursos analisados. Tampouco foi mencionado pelos coordenadores de curso, docentes e discente nos questionários respondidos. Todavia, ao desdobrar esse conceito para os constructos economia circular (n=4) e moda sustentável (n=15), há evidências nos documentos analisados e nos questionários respondidos de que essas práticas acontecem e são usuais nos cursos analisados. Achados similares aos encontrados por Onur (2020), que destaca que na Turquia as práticas artesanais, o trabalho colaborativo e as premissas de sustentabilidade são geralmente condenadas ao ostracismo no sistema de ensino superior.

Especialmente no que diz respeito a renovação (n=26), redução (n=20) e reciclagem (n=12). Destaque é dados para os termos design (n=1833), produção (n=734), fim de vida (n=151), valor social (n=327) e valor ambiental (n=140). Considerando os pressupostos da economia circular e da moda sustentável, é compreensível de que se tratam de práticas sustentáveis que corroboram para o alcance dos ODS. Dentre os ODS, teve destaque as parcerias para o desenvolvimento (n=835), inovação e infraestrutura (n=150) e produção e consumo sustentável (=146). Esses importantes achados evidenciam que as matrizes de cursos analisadas estão alinhadas com os propósitos de sustentabilidade globais, especialmente no que se refere a criação de redes e sinergias em prol da promoção de um desenvolvimento pautado em preceitos de cooperação, parcerias e geração de resultados sistêmicos.

Todavia, é importante fazer uma reflexão sobre as opções de retenção do valor do recurso priorizadas pelos cursos de design de moda pesquisados. Conforme destacam Reike, Vermeulen e Witjes (2018), os 10R da economia circular são apresentados em uma escala onde há uma ordem de prioridade. O R0 representa o maior nível de prioridade e o R9 o menor nível de prioridade. Essa prioridade está associada a contribuição da prática para gerar retenção de valor de recursos na cadeia. Portanto, fica claro que os cursos avaliados são adotantes de práticas que são menos contributivas para o êxito da economia circular. São relevantes, essenciais, mas podem ser consideradas as mais custosas e as que mais demoram para serem operacionalizadas, pois estão posicionadas na categoria ciclos longos (práticas R7 a R9). Os quatro primeiros princípios R de economia circular (R0 - Recusa, R1 - Redução, R2 - Reutilização/Revenda e R3 - Reparo) são consideradas mais relevantes, mais úteis para a circularidade de recursos, pois correspondem a ciclos curtos e com maior retenção do valor dos recursos. Já as práticas R4 a R6 são consideradas ciclos médios.

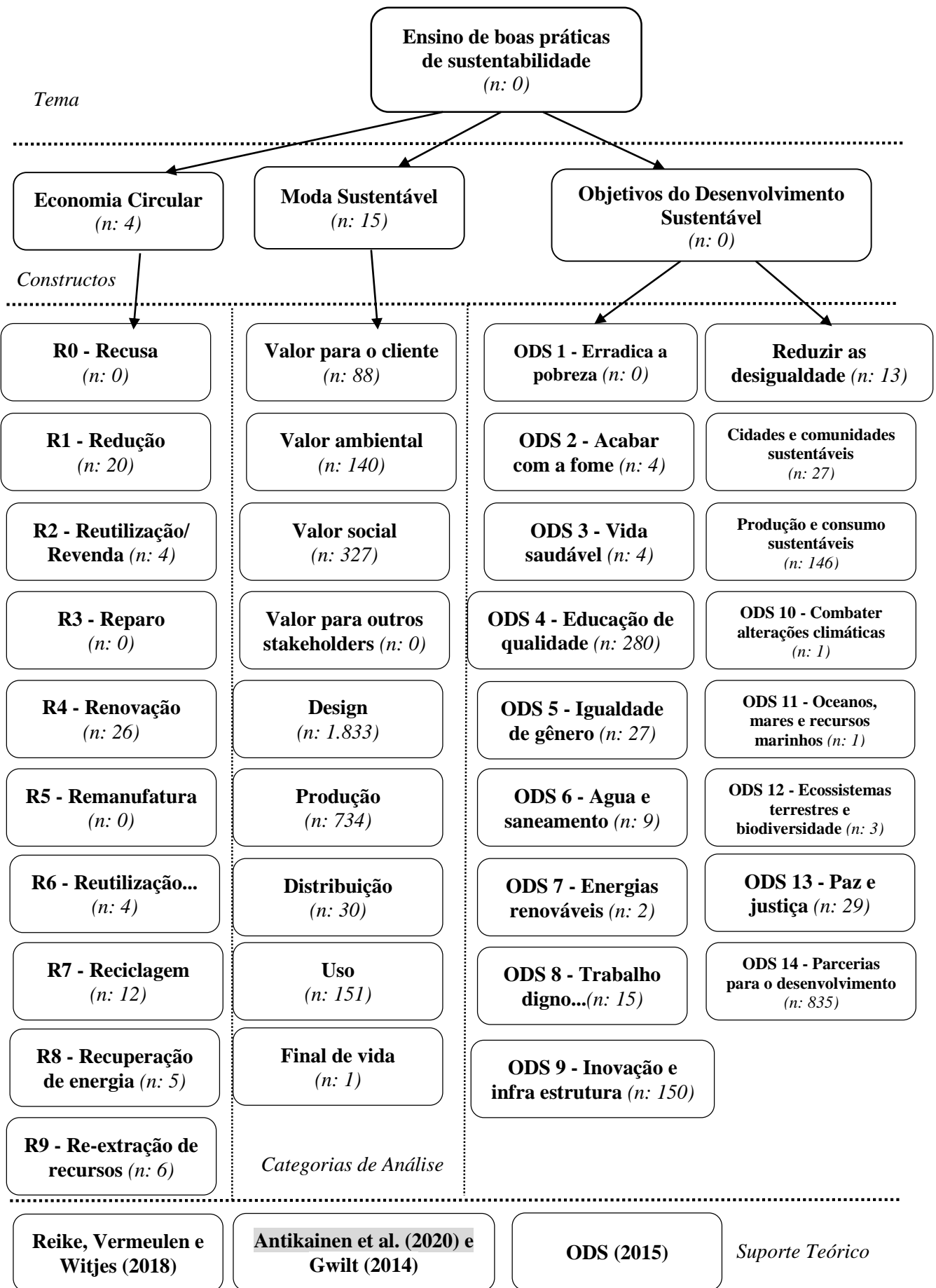


Figura 3: Principais resultados da pesquisa

4.1 Evidências oriundas dos PPCs

Outro elemento não mensurado pelos constructos desta pesquisa, mas que apareceu em vários momentos é a economia criativa, como uma potencial oportunidade de institucionalização de práticas que podem ser consideradas transformadoras e inovadoras para o setor de moda (PPP A) e a oferta da disciplina de sustentabilidade (PPC C, PPC E); i) ecodesign (PPC E, PPC F), ii) educação ambiental e sustentabilidade e iii) ética e direitos humanos (PPC D); desenvolvimento de produto (PPC E); produção de portfólio digital e modelagem informatizada (PPC F); Materiais e Processos têxteis (PPC I); Economia Criativa na Moda (PPC J), : Fatores Sociais Design - Tendências e Consumo (PPC J), criatividade e inovação (PPC L),

Termos que se coadunam com aquilo que se espera com as boas práticas de sustentabilidade são ecoeficiência (PPC J), educação ambiental (PPCI), meio ambiente e sustentabilidade (PPC L), diversidade, cidadania e direito (PPC M), Sustentabilidade e Tópicos especiais em Design de moda (PPC P). Tais aspectos são nominados ao longo dos PPCs analisados, o que evidencia a disseminação de boas práticas sustentáveis nos cursos analisados.

É preciso lembrar também que a sustentabilidade no contexto da educação brasileira é compreendida como sendo um tema transversal. E como tal deve ser trabalhado de modo interdisciplinar. Isso se reflete na forma de inserção das boas práticas de sustentabilidade no ensino, e tem recebido destaque nos PPCs analisados. Como pode ser visualizado nesse trecho *“Na concepção do currículo, as competências dos conteúdos programáticos estão refletidas no encaminhamento e entrelaçamento didático-pedagógico das disciplinas do curso.”* (PPC C). Ou *“a matriz curricular contempla a interdisciplinaridade durante o seu desenvolvimento em diferentes instâncias.”* (PPC B). Ou ainda *“Os requisitos legais relativos às relações étnico-raciais e ensino de história e cultura afro-brasileira, africana e indígena, políticas para educação ambiental e direitos humanos são abordados transversalmente ao longo de todo o percurso formativo do alunado, quer como conteúdo específico de algumas disciplinas, quer como atividades complementares.”* (PPC D). Por fim *“A inserção dos conhecimentos relacionados à Educação em Direitos Humanos no currículo deste curso ocorrerá da seguinte forma: I. pela transversalidade, por meio de temas relacionados aos Direitos Humanos e tratados interdisciplinarmente através de projetos de pesquisa e de extensão, promovendo o debate entre a comunidade acadêmica e demais segmentos sociais, principalmente aqueles em situação de exclusão social e violação de direitos, assim como os movimentos sociais e a gestão pública; II. como um conteúdo específico das disciplinas Antropologia e Sociologia e Direitos Humanos; III. de maneira mista, combinando transversalidade e disciplinaridade.”* (PPC F).

O foco em aspectos sociais fica evidente no PPC F que destaca *“Conforme estabelece a Resolução CNE/CP n ° 01/2012, que institui as Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos, este curso de Design de Moda adota concepções e práticas educativas fundamentadas nos Direitos Humanos e em seus processos de promoção, proteção, defesa e aplicação na vida dos discentes. Com a finalidade de promover a educação para a mudança e a transformação social, este projeto fundamenta-se nos princípios apresentados no Art. 3º da resolução supracitada: I. dignidade humana; II. igualdade de direitos; III. reconhecimento e valorização das diferenças e das diversidades; IV. laicidade do Estado; V. democracia na educação; VI. transversalidade, vivência e globalidade; e VII. sustentabilidade socioambiental.”*

“A educação das relações étnico-raciais visa promover valores sociais e conhecimentos voltados aos diversos aspectos da história e da cultura que caracterizam a formação da população brasileira a partir destes dois grupos étnicos. A educação das relações

étnico-raciais é um componente essencial e permanente e sua implementação está relacionada com o princípio do pluralismo de ideias e perspectivas interdisciplinares, explicitadas nos projetos pedagógicos de curso.” (PPC I). No que se refere a dimensão ambiental pode-se citar “A educação ambiental, no âmbito dos cursos de graduação, visa promover valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas à preservação do meio ambiente. A educação ambiental é um componente essencial e permanente e sua implementação se dá por meio do pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas, na perspectiva da inter, multi e transdisciplinaridade, explicitadas no projeto pedagógico de curso” (PPC I).

Outros conceitos que podem ser relevantes no contexto da moda sustentável e que em nenhum momento, são citadas práticas como o *upcycling*, a moda *ecofriendly*, consumo consciente, eficiência total dos recursos, design para a sustentabilidade, conceber e projetar produtos facilitando a sua desmontagem, redução de impactos ecológicos e a intensidade do uso de recursos, promoção de um bem estar socialmente aceitável, desenvolvimento ecológico de produtos, adesão a tecidos inteligentes e amigáveis do meio ambiente, uso de tecidos provenientes de algodão orgânico, inclusão de ferramentas para a análise do ciclo de vida dos produtos, a escolha de materiais de baixo impacto, o melhor aproveitamento das técnicas de produção, novos usos para retalhos de tecidos, a distribuição eficiente dos produtos, a redução do impacto ambiental, a otimização do tempo de vida do produto, a finalização do seu ciclo de vida útil com introdução dos materiais para segundo uso. São práticas emergentes e que possuem um papel relevante para que se construa coleções que atendam as especificidades da moda sustentável. Essa ausência de práticas contemporâneas pode estar associada a época no qual foram construídos os projetos políticos pedagógicos dos cursos. Pode ter uma defasagem temporal envolvida nessa ausência de práticas mais emergentes.

Esses conceitos são considerados relevantes, porque representam práticas que são elementares para o pleno cumprimento dos objetivos dos cursos. Especialmente quando os propósitos explicitados são precisos, a saber, “*Valorizar as dimensões éticas e humanísticas, desenvolvendo no aluno atitudes e valores orientados para a cidadania e a prática profissional*” (PPC D). Assim como o trecho que destaca que “*No Atelier Solidário os alunos são convidados a apresentar propostas para a elaboração dos produtos e ações com base nas demandas das comunidades carentes localizadas nas regiões vizinhas aos Campi da universidade. Para isso, são incentivados a propor ideias que contemplem as linhas programáticas do projeto, com foco na responsabilidade socioambiental. Durante as etapas são realizadas ações de sensibilização para o diagnóstico dos problemas sociais e ambientais da região e elaboração de produtos de design. Alunos bolsistas e voluntários, professores e a comunidade em geral são convidados a contribuir com a manufatura dos artigos utilizando materiais de descarte têxtil e/ou resíduos fabris de empresas da região, assim como articulam ações que promovam a formação de redes para que estas propiciem a geração de renda para as comunidades atendidas pelo projeto, na perspectiva da economia solidária.*” (PPC L).

“*...desenvolvendo trabalhos com alguns temas transversais indispensáveis pelas relevantes importâncias, tais como: Globalização, Mídia, Meio ambiente, Publicidade, Capitalismo, Economia, Responsabilidade Social, Exportação, Importação, Ética, Sustentabilidade entre outros.*” (PPC M). “*De acordo com a Lei Federal nº 9795, de 27 de abril de 1999, que dispõe sobre "a educação ambiental, instituindo a Política Nacional de Educação Ambiental", o Decreto nº 4.281 de 25 de junho de 2002, que regulamenta a referida lei e a Resolução nº 2, de 15 de junho de 2012 que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental, a educação ambiental (EA) está representada pelos processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem essencial à qualidade de vida e sua sustentabilidade. A Educação Ambiental envolve o entendimento de uma educação cidadã, responsável, crítica, participativa, em que cada sujeito*

aprende com conhecimentos científicos e com o reconhecimento dos saberes tradicionais, possibilitando a tomada de decisões transformadoras, a partir do meio ambiente natural ou construído no qual as pessoas se integram. A EA avança na construção de uma cidadania responsável voltada para culturas de sustentabilidade socioambiental.” (PPC P).

4.2 Evidências Oriundas dos Coordenadores

Outrossim, a fala dos coordenadores de curso, sinaliza um compromisso com a sustentabilidade, as saber, *“Um curso disseminador das melhores práticas de sustentabilidade e amigas do meio ambiente e da sociedade.”* (Coord 2 e Coord. 6). Sobretudo, comprometido com práticas que fazem a diferença, como pode ser percebido na seguinte fala: *“Um curso inovador na área de moda e vestuário”* (Coord 7). Sobre a ênfase no ensino, os coordenadores mencionaram que o curso ensina predominantemente, cm destaque para as falas *“A práticas sustentáveis, amigas do meio ambiente e ambiental e socialmente conscientes”* (Coord 2). *“A práticas emergentes e inovadoras”*(Coord 4). *“Porém a parte ambiental ainda é a que tem menor parcela de conteúdo”* (Coord 5). *“Há práticas emergentes e inovadoras”* (Coord 6 e 7). *“Práticas sustentáveis baseada na economia circular e práticas de moda inclusiva”* (Coord 11).

Quando os coordenadores de curso foram indagados sobre o percentual de disciplinas que enfatizam conteúdos voltados para a sustentabilidade, as respostas obtidas foram: 100% das disciplinas do curso (n=1); Até 30% das disciplinas do curso (n=3); Até 50% das disciplinas do curso (n=1); Até 70% das disciplinas do curso (n=1); Menos que 10% das disciplinas do curso (n=5). Esse achado evidencia a ausência de consenso sobre o quão transversal é o conceito de sustentabilidade nos cursos de design de moda. Outra indagação se reportou a moda sustentável impactar predominantemente: Na destinação final das peças obsoletas (n=1); na produção (n=5); na reputação da empresa que confecciona peças sustentáveis (n=1); no consumo (n=3). Isso sinaliza que as percepções dos coordenadores ainda estão imbricadas do conceito tradicional da moda em que apenas produção e consumo são entendidos predominantemente como impactados pela cadeia de valor. Percepção essa que mais uma vez evidencia a ênfase nos ciclos curtos da economia circular, ou seja, aqueles que geram menor retenção de valor para a cadeia. Ou ainda, podem retratar uma ausência de conhecimento mais aprofundado sobre o que é a economia circular, já que estamos falando de um conceito emergente. Por fim, os coordenadores foram indagados sobre o que se ensina sobre moda sustentável no seu curso, é compreensível que: O Curso contribui de forma ínfima na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=3); O Curso contribui de forma razoável na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=4); O Curso contribui de forma relevante na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=1); O Curso contribui de forma satisfatória na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=1). Vejam que os próprios coordenadores reconhecem que há potencial para ensinar mais práticas, criar uma mentalidade proativa em sinergia com os preceitos de sustentabilidade. Ou seja, o curso pode ensinar mais do que ensina hoje sobre moda sustentável.

4.3 Evidências Oriundas dos docentes

Os docentes foram questionados sobre a preocupação no ensino para os discentes. O ensino dá ênfase predominantemente: a possibilidade de refletir sobre a teoria e a prática para que a aprendizagem não envelheça (n=1); a prática da ética e responsabilidade quanto profissional designer de moda (n=1). O fazer, como fazer não me importa, mas sim a atenção e respeito ao toda a cadeia envolvida; mas que de certa forma está relacionada a sustentabilidade no sentido de evitar o refazer (assim economiza tempo e material) (n=1); A práticas emergentes e inovadoras (n=41); A práticas emergentes e inovadoras e que sejam

sustentáveis, amigas do meio ambiente e ambiental e socialmente conscientes (n=1); A práticas sustentáveis, amigas do meio ambiente e ambiental e socialmente conscientes (n=43); A práticas tradicionais no setor de moda e vestuário (n=7); A reflexão crítica sobre o mercado de moda (n=1); Abordagens com conteúdo e temas relacionados a responsabilidade do designer (n=1); As práticas emergentes incluem as sustentáveis (n=1); às práticas num geral, discutindo questões tradicionais e inovadoras (n=1); atrelar as atividades tradicionais no setor de moda e vestuário com as inovações tecnológicas da atualidade. Também construo relações com a economia circular e seus novos desafios (n=1); atuei com Metodologia de pesquisa, então não dou ênfase em nenhum aspecto do curso de Moda (n1); como não há opção de mais de um item optei por esta resposta. Na verdade, são importantes tanto as práticas emergentes e inovadoras quanto as sustentáveis, desde que as primeiras estejam em sintonia com as seguintes: consciência crítica e sócio históricos (n=1); ensino de disciplinas relacionadas à teoria da imagem e ilustração, nas minhas disciplinas, a abordagem da sustentabilidade não é realizada ou é eventual (n=1); formação crítica, ampliação de repertório dentro do contexto da área de humanas e sua relação com o universo da moda. Ou seja, fazer valer o pertencimento da moda no campo das ciências humanas aplicadas (n=1); no meu caso se aplica a educação mais inovadora, com atividades baseadas em projetos e situações problemas, além das parcerias com as empresas da área, trazendo problemáticas para os nossos acadêmicos desenvolverem. E sempre que possível alinhado a práticas sustentáveis e com a preocupação ambiental (n=1); Práticas criativas, autorais com propostas socialmente conscientes (n=1); praticas reflexivas e critica e socialmente consciente (n=1); relacionando teoria e prática na perspectiva sustentável (n=1); Teoria crítica do design (n=1);

No que se refere as estratégias de ensino, os destaques foram: apresentação oral do conteúdo (n=49); participação em eventos específicos do setor de moda e design (n=20); uso de casos para ensino (n=22); realização de visitas técnicas a empresas especializadas do setor de moda e design (n=23); uso de leituras preparatórias para a participação na aula expositiva e dialogada (n=45); uso de casos para ensino (n=11); uso de dinâmicas e exercícios para fixação do conteúdo (n=79) e confecção de peças e coleções de moda (n=33). Sobre o questionamento se a forma de ensino adotada pela sua instituição e se ela contribui na formação de, obtive destaque: pessoas qualificadas para atuação em mercados novos, inovadores e nichos diferenciados (n=56); pessoas qualificadas para serem predominantemente empreendedoras (n=17); pessoas qualificadas para o modelo tradicional de atuação no mercado (n=15); pessoas arrojadas, capazes de revolucionar o setor da moda e vestuário (n=14) e por fim, pessoas qualificadas para serem predominantemente empregados (n=10). No que diz respeito a percepção dos respondentes sobre a assertiva se as práticas de sustentabilidade, biodegradabilidade e fabricação de roupas ética, isto é, "roupas do bem", são estimuladas as evidências sinalizam que: há ampla aceitação e adesão a essas práticas pelos alunos que frequentam os cursos nos quais eu leciono (n=33); os alunos são incentivados a adotarem essas práticas na sua profissão (n=32) e é dado ênfase a esse tipo de prática nos cursos (n=24).

Os pesquisados entendem que o setor de moda sustentável é a principal tendência do futuro (n=52); é promissor (n=26); é uma alternativa atraente para iniciantes no setor de moda/vestuário (n=16); atende apenas a um nicho de mercado (n=13); É destinado as elites, porque os produtos são muito caros (n=4); É destinado para marcas de grife que tem maior capacidade de divulgar os produtos (n=1). Por fim, considerando o que se ensina sobre moda sustentável no seu curso, é compreensível que: O Curso contribui de forma satisfatória na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=33); o Curso contribui de forma relevante na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=30); o Curso contribui de forma razoável na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=26); o Curso contribui de forma ínfima na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=14);

e o Curso contribui de forma plena na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=9).

4.4 Fala dos alunos

Considerando o que se ensina sobre moda sustentável no seu curso, é compreensível que: o curso contribui de forma ínfima na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=45); o curso contribui de forma plena na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=25); o curso contribui de forma razoável na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=80); o curso contribui de forma relevante na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=43); o curso contribui de forma satisfatória na disseminação das práticas de moda sustentável no Brasil (n=49);

Os alunos evidenciam que o setor de moda sustentável: É a principal tendência do futuro (n=95); é promissor (n=90); atende apenas a um nicho de mercado (n=30); é destinado as elites, porque os produtos são muito caros (n=15); é uma alternativa atraente para iniciantes no setor de moda/vestuário (n=15); e é destinado para marcas de grife que tem maior capacidade de divulgar os produtos (n=3). Portanto, os cursos de design demonstram uma ampla variedade de práticas que são ensinadas e que corroboram para a formação de egressos pautados em princípios de sustentabilidade. Especialmente, capazes de articular elementos de inovação social para criar coleções de moda orientadas para a sustentabilidade. Ensinam a projetar produtos a partir de resíduos e do reuso e de criar alternativas criativas para criar um produto que além de ser um artefato da moda, represente uma postura consciente do seu consumidor. Nesse sentido, é perceptível que há um esforço no processo de formação para articular conhecimento que possam contribuir para fundamentar as diferentes dimensões das sustentabilidade, a saber: a) dimensão social: mediante a possibilidade de empreender em diferentes contextos geográficos e sociais, de modo que ocorra uma distribuição de renda, de possibilidades de geração de postos de trabalho e de inclusão social; dimensão ambiental: adesão a formas criativas de aproveitamento de resíduos e peças desmaterializadas, o que garante o reaproveitamento, a otimização do uso dos recursos naturais e a minimização de impactos ao ecossistema; c) dimensão econômica: gerenciamento de recursos próprios e públicos em prol de projetos de moda, associações, cooperativas, grupos e entidades que zelem pela geração de renda, de empregos e de oportunidades de empoderamento de sujeitos; d) sustentabilidade cultural: valorização das especificidades culturais dos diferentes povos e regiões, inclusive com geração de parcerias para o desenvolvimento e de geração de oportunidades de valorização da cultura local para criar uma identidade para a região perante a oferta de produtos específicos para turistas e simpatizantes; e) sustentabilidade espacial: a criação de polos, redes e sinergias que estão associadas a territórios específicos e a regionalidade local, mediante exploração de atividades econômicas justas. Um zelo pelo desenvolvimento das diferentes regiões e grupos.

4.5 Discussão dos resultados

As práticas de sustentabilidade e de economia circular são assunto em debate em diferentes contextos organizacionais. Recebem atenção de gestores, por representarem um novo modelo de produção, suportado pelas premissas de equilíbrio, preservação, extensão do ciclo de vida, inclusão da longevidade entre outros aspectos nos ciclos produtivos e resultados decorrentes. No segmento da moda, se tornam estratégicos a medida que a indústria internaliza prática de economia circular capazes de induzir a reutilização, a reavaliação de materiais existentes, adesão ao *upcycling* para alteração ou personalização de produtos (Onur, 2020). Em hipótese alguma, roupas fora de moda são consideradas lixo. As práticas de reciclagem, condicionamento e reutilização contribuem para a transformação de operações lineares em

cíclicas. Parece necessário alinhar o sistema educacional com a dinâmica de mudança do setor de moda, porque somente dessa forma a educação pode fazer parte da solução (Onur, 2020).

Esse movimento em prol da natureza, dos recursos naturais e da perenidade é muito bem-vindo. Porém, ainda não encontrou uma legitimação plena no contexto organizacional brasileiro. Há evidências da sua relevância, do seu papel para a sobrevivência das diferentes espécies no planeta, mas os *trade-offs* organizacionais ainda corroboram para que seja complexo e desafiador implementar a sustentabilidade e a economia circular de modo pleno.

Muitos avanços já foram gerados. Há diretrizes, leis, regulamentos, resoluções, modelos de negócios, ferramentas, práticas, diretrizes. Enfim, um arcabouço bastante rico de alternativas. Mas consumidor, o executor, a população em geral ainda carecem de maiores instruções do que precisa ser feito e como se engajar para o sucesso da economia circular em prol da sustentabilidade. Nesse sentido, a economia circular provê um conjunto de elementos que estão associados com a preocupação com os materiais, enquanto que as pessoas, isto é, os tradicionais artesãos utilizam a sua expertise técnica, gerando novas peças a partir da redução do desperdício, do reuso e do reaproveitamento. Nesse contexto, o design valoriza o artesanato, a personalização, a criatividade do artesão e as peças únicas e estilosas. Portanto, gera significados sociais e culturais (Onur, 2020).

É preciso lembrar que a indústria posicionou o setor de moda de forma que fomente a escala e a produção intensiva. E a economia circular propõe uma transição para uma nova lógica de produção. Com base nas evidências mapeadas no estudo é possível validar as seguintes proposições:

Proposição 1: Os Cursos de Design de Moda ensinam práticas de sustentabilidade e economia circular.

Proposição 2: Os cursos de Design de Moda formam pessoas conscientes e adotantes de práticas de moda sustentável

Proposição 3: Os cursos de Design de Moda estimulam a fabricação de coleções de moda sustentável.

5 Considerações Finais

Este estudo teve como propósito validar proposições teóricas acerca do ensino de boas práticas de sustentabilidade e de economia circular. A validação ocorreu por meio das evidências empíricas e permite concluir que o Brasil encontra em um estágio de maturidade incipiente no ensino das práticas de economia circular como pressupostos em prol da sustentabilidade. Há uma longa caminhada a ser percorrida para consolidar esse caminho. Engloba a disseminação ampla dos conceitos, o ensino de boas práticas, a sensibilização das pessoas para adesão e consumo de produtos oriundos desse sistema produtivo e especialmente a adesão dos grandes *players* do setor, que possuem maior poder de convencimento e engajamento de atores das cadeias de produção da moda. Há evidências empíricas que essa transição dos cursos de design de moda para a perspectiva sustentável vem ocorrendo. Muito embora para chegar no patamar preconizado por Amritha e Suresh, K. (2020) de que sustentabilidade é o novo “pretinho básico” ainda requer muito trabalho, engajamento, comprometimento, cooperação e geração de resultados profícuos.

As principais lições que podem ser extraídas desse estudo estão associadas a disseminação de práticas de economia circular de ciclo longo, como por exemplo, reciclagem, remodelagem da peça em um manequim usando dobras, drapeados, cortes e outros elementos ou desconstruir as partes da peça e reconstruí-la de uma nova maneira; *eco-design*, possibilidades de reaproveitamento e recriação. Isso amplia o espaço para investimento em práticas de circularidade de ciclos curtos, associados a design de produto, de serviço e de plataforma. Ou seja, modelos de negócios digitais, virtualização de processos, plataformas compartilhadas, inteligência artificial, entre outros.

Para as implicações gerenciais este estudo sugere a necessidade de atualização das matrizes curriculares dos cursos de Design de Moda no Brasil. Especialmente para tornar a perspectiva da pesquisa, design, planejamento, prototipagem, criação, produção, disponibilização dos produtos no mercado e retorno dos produtos pós uso para os designers reusarem os materiais, elementos estreitamente alinhados com os princípios e premissas da economia circular. A popularidade das práticas circulares no segmento de moda sustentável tende a se disseminar mais rapidamente se grandes *players* do setor aderirem a elas. Muito embora as premissas que sustentam esse conceito deem ênfase na colaboração local, no desenvolvimento de comunidades e redes regionais. A sensibilização da população em geral para aquisição desse tipo de produto tende a ocorrer de modo mais efetivo quando houver atores capazes de investir fortemente em estratégias de comunicação e sensibilização.

A limitação do estudo está associada a inexistência de indicadores e métricas quantitativas alusivas ao total de práticas internalizadas, tempo de internalização e aceitabilidade pelos consumidores. Tais limitações podem se tornar oportunidades para que novos estudos avancem e disseminem a economia circular no segmento de moda sustentável alinhado com as premissas do desenvolvimentos sustentável.

Referências

- Amritha, B., & Suresh, K. (2020). Sustainability is the new black: Exploring website communication practices of indian sustainable fashion brands. *Fashion. Style and Popular Culture*. 7(4), pp. 539-558
- Antikainen, M., Heikkilä, J., Knuutila, H., Nurmi, P., Petänen, P., & Heikkilä, P. (2020). Sustainable circular economy value propositions in clothing as a service –model. *The ISPIM Innovation Conference – Innovating in Times of Crisis*, 7-10 June 2020. Event Proceedings: LUT Scientific and Expertise Publications: ISBN 978-952-335-466-1
- Anderson, & Kent P. (1972). Optimal growth when the stock of resources is finite and depletable. *Journal of Economic Theory*, Elsevier, vol. 4(2), pages 256-267, April.
- Angelis-Dimakis, A., Alexandratou, A., & Balzarini, A. (2016). Value chain upgrading in a textile dyeing industry. *Journal of Cleaner Production*, 138, 237–247. doi:10.1016/j.jclepro.2016.02.13
- Caviglia-Harris, J. L., Kahn, J. R., & Green, T. (2003). Demand-side policies for environmental protection and sustainable usage of renewable resources, 45(1), 119–132. doi:10.1016/s0921-8009(03)00009-0
- Claxton, S., & Kent, A. (2020). The management of sustainable fashion design strategies: An analysis of the designer's role. *Journal of Cleaner Production*. 268,122112
- Dissanayake, G., & Perera, S. (2016). New approaches to sustainable fibres. *Environmental Footprints and Eco-Design of Products and Processes*. pp. 1-12
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *The Academy of Management Review*, out.
- Ellen MacArthur Foundation. (2017). A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future. Accessed 15 Sept. 2020. <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>
- EPRS - European Parliamentary Research Service. (2019). Environmental Impact of the Textile and Clothing Industry. Accessed 11 sep. 2020. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI\(2019\)633143_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI(2019)633143_EN.pdf)
- Ertekin, Z.O., & Atik, D. (2020). Institutional Constituents of Change for a Sustainable Fashion System. *Journal of Macromarketing*. 40(3), pp. 362-379
- Fifita, .M.E., Seo, Y., Ko, E., Conroy, D., & Hong, D. (2020). Fashioning organics: Wellbeing, sustainability, and status consumption practices. *Journal of Business Research*. 117, pp. 664-671
- Forrest, F. (2019). Sustainability, slow fashion, and the circular economy—is it the next great opportunity? *AATCC Review*. 19(6), pp. 22-29
- Fung, Y.-N., Choi, T.-M., & Liu, R. (2020). Sustainable planning strategies in supply chain systems: proposal and applications with a real case study in fashion. *Production Planning and Control*. 31(11-12), pp. 883-902
- Gwilt, A. (2014). *The Sustainable Fashion Handbook by Sandy Black*. *Fashion Practice*, 6(1), 141–144. doi:10.2752/175693814x13916967095154
- Henninger, C.E., Alevizou, P.J. & Oates, C.J. (2016). What is sustainable fashion? *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 20 No. 4, pp. 400-416.
- Jung, S. & Jin, B. (2014). A theoretical investigation of slow fashion: sustainable future of the apparel industry. *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 38 No. 5, pp. 510-519, doi: 10.1111/ijcs.12127

- Kim, J., Kang, S. & Lee, K.H. (2020). How social capital impacts the purchase intention of sustainable fashion products. *Journal of Business Research*. 117, pp. 596-603
- Lee, E.-J., Choi, H., Han, J., (...), Ko, E., & Kim, K.H. (2020). How to “Nudge” your consumers toward sustainable fashion consumption: An fMRI investigation. *Journal of Business Research*. 117, pp. 642-651
- Legere, A., & Kang, J. (2020). The role of self-concept in shaping sustainable consumption: A model of slow fashion. *Journal of Cleaner Production*. 258,120699
- Lundblad, L., & Davies, I. A. (2015). The values and motivations behind sustainable fashion consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 15(2), 149–162. doi:10.1002/cb.1559
- McNeill, L., & Moore, R. (2015). Sustainable fashion consumption and the fast fashion conundrum: fashionable consumers and attitudes to sustainability in clothing choice. *International Journal of Consumer Studies*, 39(3), 212–222. doi:10.1111/ijcs.12169
- Na, Y., & Na, D.K. (2015). Investigating the sustainability of the Korean textile and fashion industry. *International Journal of Clothing Science and Technology*, Vol. 27 No. 1, pp. 23-33. <https://doi.org/10.1108/IJCST-08-2013-0085>
- Objetivos De Desenvolvimento Sustentável - ODS (2015). Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Nova York: ONU.
- Onur, D. A. (2020). Integrating Circular Economy, Collaboration and Craft Practice in Fashion Design Education in Developing Countries: A Case from Turkey. *Fashion Practice*, 12(1), 55–77. doi:10.1080/17569370.2020.1716547
- Pedersen, E.R.G. and Andersen, K.R. (2015), "Sustainability innovators and anchor draggers: a global expert study on sustainable fashion", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 19 No. 3, pp. 315-327. <https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2014-0059>
- Priem, R. L., & Butler, J. E. (2001). Is the Resource-Based “View” a Useful Perspective for Strategic Management Research? *Academy of Management Review*, 26(1), 22–40. doi:10.5465/amr.2001.4011928
- Reike, D., Vermeulen, W. J. V., & Witjes, S. (2018). The circular economy: New or Refurbished as CE 3.0? — Exploring Controversies in the Conceptualization of the Circular Economy through a Focus on History and Resource Value Retention Options. *Resources, Conservation and Recycling*, 135, 246–264.
- Sehnm, S.; Pereira, S. C. F.; Jabbour, C. C.; Jabbour, A. B. L. S. (2019). Improving sustainable supply chains' performance through operational excellence: circular economy approach. *Resources Conservation And Recycling*. , v.v.149, p.236 - 248.
- Şener, T., Bişkin, F., Kılınç, N. (2019). Sustainable dressing: Consumers' value perceptions towards slow fashion. *Business Strategy and the Environment*. 28(8), pp. 1548-1557
- Sobreira, É.M.C., Silva, C.R.M., Romero, C.B.A. (2020). Do empowerment and materialism influence slow fashion consumption? Evidence from Brazil. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 24(3), pp. 415-435
- Spangenberg, J. H., Fuad-Luke, A., & Blincoe, K. (2010). Design for Sustainability (DfS): the interface of sustainable production and consumption. *Journal of Cleaner Production*, 18(15), 1485–1493. doi:10.1016/j.jclepro.2010.06.002
- Shen, B. (2014). Sustainable Fashion Supply Chain: Lessons from H&M. *Sustainability*, 6(9), 6236–6249. doi:10.3390/su6096236
- Stiglitz, . (1974). *Growth with Exhaustible Natural Resources: Efficient and Optimal Growth Paths*. The Review of Economic Studies. Vol. 41, Symposium on the Economics of Exhaustible Resources (1974), pp. 123-137 (15 pages)
- Sung, J., Woo, H. (2019). Investigating male consumers’ lifestyle of health and sustainability (LOHAS) and perception toward slow fashion. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 49, pp. 120-128
- Talay, C., Oxborrow, L., & Brindley, C. (2020). How small suppliers deal with the buyer power in asymmetric relationships within the sustainable fashion supply chain. *Journal of Business Research*. 117, pp. 604-614
- Todeschini, B.V., Cortimiglia, M.N., Callegaro-de-Menezes, D., Ghezzi, A. (2017). Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Business Horizons*. 60(6), pp. 759-770
- Trejo, H.X., Lewis, T.L., Arellanes, D.E. (2020). Setting the scene for slow fashion: Digital explorations of New York’s fibrescape. *Fashion, Style and Popular Culture*. 7(2-3), pp. 281-295
- Watkins, L., Aitken, R., & Mather, D. (2016). Conscientious consumers: a relationship between moral foundations, political orientation and sustainable consumption. *Journal of Cleaner Production*, 134, 137–146. doi:10.1016/j.jclepro.2015.06.009
- Yin, R. K. (2015). *Estudo de caso: planejamento e métodos (5 ed.)*. Porto Alegre: Bookman, 2015