



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA-UEPB
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE-PB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS-CCSA
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

EVERSON DE QUEIROZ PASCOAL

**A CONTRIBUIÇÃO DA MODA PARA O DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL: UM ESTUDO DE CASO NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE-PB**

CAMPINA GRANDE

2017

EVERSON DE QUEIROZ PASCOAL

**A CONTRIBUIÇÃO DA MODA PARA O DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL: UM ESTUDO DE CASO NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC
apresentado ao programa de Graduação em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, em cumprimento às exigências legais,
para obtenção do Título de Bacharel em
Administração.

Área de concentração: Administração.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Waleska Silveira Lira

CAMPINA GRANDE

2017

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do Trabalho de Conclusão de Curso.

P281c Pascoal, Everson de Queiroz.

A contribuição da moda para o desenvolvimento sustentável [manuscrito] : um estudo de caso na cidade de Campina Grande-PB / Everson de Queiroz Pascoal. - 2017
39 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.

"Orientação : Profa. Dra. Waleska Silveira Lira, Coordenação do Curso de Administração - CCSA."

1. Desenvolvimento sustentável. 2. Moda sustentável. 3. Sustentabilidade. 4. Indicador de sustentabilidade. 5. Proteção ambiental. 6. Impacto ambiental.

21. ed. CDD 658.408

EVERSON DE QUEIROZ PASCOAL

A CONTRIBUIÇÃO DA MODA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL:
UM ESTUDO DE CASO NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE-PB

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC
apresentado ao Programa de Graduação em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, em cumprimento às exigências legais,
para obtenção do Título de Bacharel em
Administração.

Área de concentração: Administração.

Aprovado em: 30 / 11 / 2017

COMISSÃO EXAMINADORA

Waleska Silveira Lira

Profª. Dra. Waleska Silveira Lira (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Viviane Barreto Motta Noqueira

Profª. Dra. Viviane Barreto Motta
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

José Austerliano Rodrigues

Prof. Dr. José Austerliano Rodrigues
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Ao meu Deus, pela graça alcançada, pelo
companheirismo e pela luz, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao Senhor Deus por ter abençoado meu caminho e me dado forças para conseguir concluir uma das mais importantes etapas de minha vida.

Aos meus pais, Eunice e Everaldo, por todo amor, dedicação e incentivo que sempre teve comigo, não deixando desistir e me mostrando que sou capaz de chegar onde desejo, sem dúvida foi quem me deram maior incentivo para conseguir concluir esse trabalho.

As minhas grandes amigas irmãs que Deus me presenteou; Katilene Diniz, Williany Freitas, Patriny Ramos e Sheila Paes pela amizade, irmandade, cumplicidade e apoio nos momentos de dificuldades e alegrias.

Ao Curso de Administração representado pelo Departamento de Administração e Economia da Universidade Estadual da Paraíba. A todos os professores que me acompanharam durante a graduação, que foi tão importante na minha vida acadêmica, e em especial a minha orientadora Prof^a. Dr^a Waleska Silveira Lira pela dedicação e paciência na orientação, pelas suas correções e incentivos que tornaram possível a conclusão deste trabalho, como também, agradeço a Prof^a. Dra. Viviane Barreto Motta e ao Prof. Dr. José Austerliano Rodrigues pela honra concebida de terem aceitado o convite de participação para a banca de minha defesa.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado de todo coração.

“Estamos vivendo em uma era na qual a indústria da moda, direciona esforços para diminuir impactos causados no meio ambiente.”

Mea (2011).

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	9
2.1 Moda.....	9
2.2 Desenvolvimento Sustentável	12
2.3 Indicadores de Sustentabilidade	14
2.4 Moda e Sustentabilidade: uma relação	15
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS DA INVESTIGAÇÃO	18
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	22
4.1. Perfil dos respondentes.....	22
4.1.1 Gênero.....	22
4.1.2 Escolaridade	23
4.1.3 Faixa Etária.....	24
4.2 Dimensões	25
4.2.1 Dimensão Econômica.....	25
4.2.2 Dimensão Social	27
4.2.3 Dimensão Ambiental	29
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS.....	34

A CONTRIBUIÇÃO DA MODA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: UM ESTUDO DE CASO NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE-PB

Everson de Queiroz Pascoal¹
Waleska Silveira Lira²

RESUMO

A moda é o que movimenta o mercado do consumismo onde os produtos oferecidos são descartados com muita rapidez, causando diversos problemas ambientais. Sendo assim, com o objetivo de analisar qual a contribuição da moda para o Desenvolvimento Sustentável, levando em consideração os aspectos econômicos, sociais e ambientais na cidade de Campina Grande-PB, resolveu-se optar por uma pesquisa com característica exploratória de abordagem quantitativa. Como instrumento de pesquisa utilizado na coleta de dados foi elaborado um questionário na forma estruturada, no qual as afirmativas nele contidas foram objetivadas com a intenção de mensurar os indicadores mais importantes para análise do comportamento dos consumidores na cidade de Campina Grande– PB. Os resultados foram analisados sob a ótica de três dimensões: econômica, social e ambiental. Na dimensão econômica os consumidores acreditam que a indústria da moda alavanca a geração de emprego e a renda dos indivíduos. Na dimensão Social a valorização as condições de trabalho dignas e o desprestígio a exploração dos trabalhadores da indústria têxtil foram características observadas. E por fim, quando analisados os resultados referentes à dimensão ambiental, os respondentes acreditam nos impactos ambientais causados pela indústria têxtil, todavia acreditam também nos esforços da mesma em busca da redução desses impactos. Contudo, a preocupação com os danos provocados à natureza já faz parte da consciência dos consumidores da moda do universo da pesquisa, e por esse motivo, cada vez mais a indústria da moda está buscando implantar meios sustentáveis a sua gestão visando contribuir para com o desenvolvimento sustentável.

Palavras-Chave: Moda. Desenvolvimento sustentável. Dimensões.

¹ Aluno de Graduação em Administração na Universidade Estadual da Paraíba – Campus I.
Email: nino_everson@hotmail.com

² Professora Doutora em Recursos Naturais e em Engenharia da Produção- UFCG
Email: waleskasilveira3112@gmail.com

1INTRODUÇÃO

A moda, segundo Palomino (2002), é muito mais do que roupa, é um sistema que integra o simples uso das roupas do dia-a-dia a um contexto maior, político, social, econômico e ambiental. A indústria da moda e vestuário é uma das que mais gera empregos no cenário mundial, sendo a terceira atividade econômica em termos de geração de renda e movimentações financeiras, porém, também é um dos ramos que mais gera lixo no mundo (BERLIM, 2012).

Na moda, o produto não satisfaz apenas uma necessidade física, mas sim um pleno atributo emocional, e com um ciclo de vida limitado, fatores estes que, entre outros, só tendem a contribuir para o aumento de um consumo cada vez mais desenfreado e muitas vezes supérfluo (REFOSCO, 2011, p.1). E com isso, a indústria da moda cada vez mais contribui para a insustentabilidade do planeta através dos inúmeros impactos ambientais.

Neste contexto, a moda, apresenta grandes desafios à sustentabilidade, pois traz consigo uma série de impactos ao meio ambiente que vão desde o grande consumo de matéria-prima e energia ao longo da pré-produção, produção, distribuição e consumo dos produtos, até a geração de resíduos e emissões no fim de vida dos mesmos.

Com isso, apesar de ainda ser de maneira superficial, a moda verde começa a ser retratada com maior frequência e intensidade em mídias relacionadas à moda, pois cada vez mais a indústria da moda está buscando meios mais sustentáveis que agreguem valor ao produto e ao consumidor desse nicho.

Assim, a moda está buscando cada vez mais meios de desenvolver-se em uma cadeia cada vez mais sustentável, pois os consumidores estão cada vez mais adotando esse estilo de vida. Por isso, apesar de ainda ser de maneira superficial, a moda verde começa a ser retratada com maior frequência e intensidade em mídias relacionadas à moda, principalmente as revistas.

Contudo, na cidade de Campina Grande-PB, a moda é um dos comércios que mais movimenta a economia da cidade. O mercado desta é muito intenso e garante o lucro dos empresários envolvidos em todos os segmentos desse ramo, pois os consumidores da cidade consomem o ano inteiro os produtos ofertados gerando uma receita positiva no orçamento do município.

Diversos estudos têm sido realizados relacionando moda e sustentabilidade a exemplo de Anicete (2011) quando diz que inúmeras são as ações, na área da moda em busca da

sustentabilidade, ressaltando o aumento da consciência tanto por parte do setor produtivo, quanto por parte dos consumidores finais.

Já Schulte e Lopes (2013), que trata da moda no contexto da sustentabilidade, diz que a indústria têxtil pode melhorar o sistema de produção inserindo métodos menos poluentes, o designer pode atuar como propagador de novas ideias para que se desencadeie um novo comportamento de consumo, e principalmente, uma maior sensibilização e conscientização da população.

No entanto estudos que mostre a contribuição da moda para o desenvolvimento sustentável ainda precisa ser melhor explorado levando em consideração, também, os aspectos econômicos, sociais e ambientais.

O estudo tem como base teórica os autores: Gwilt (2011), Capra (2005), Hammond (1995), Candido (2004), Martins e Cândido (2008), Gilda de Mello e Souza (1987), IBOPE (2011), Lopes (2016), Lipovetsky e Roux (2005), Berlim (2012), Lee (2009), Chiaretto (2013), Sant'Anna (2002), Refosco (2011), entre outros.

Com isso, partindo da premissa de que a Moda contribui para o Desenvolvimento Sustentável e diante desse contexto, questiona-se qual a contribuição da moda para o Desenvolvimento Sustentável, levando em consideração os aspectos econômicos, sociais e ambientais?

Este artigo tem como objetivo analisar qual a contribuição da moda para o desenvolvimento sustentável levando em consideração os aspectos econômico, social e ambiental. Assim, apresenta-se a seguir um breve referencial teórico sobre Moda, Desenvolvimento Sustentável, Indicadores de sustentabilidade, e a relação entre Moda e Sustentabilidade, após o método de pesquisa seguido dos resultados e, por fim, as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Moda

Definir a moda, do ponto de vista da ciência e da cultura, implica em contextualizar um fenômeno social que possui uma faceta ligada à estética do cotidiano. De modo geral, Gilda de Mello e Souza (1987, p. 42) aponta a moda como algo que "abrange as transformações periódicas efetuadas nos diversos setores da vida social, política, na religião, na ciência, na estética" e que tem seu caso exemplar nas mudanças regradas dos estilos de vestuário e ornamentação.

A moda é considerada uma forma de expressão cultural que pode propiciar ao indivíduo subsídios para a sua identidade, permitindo ainda que este se circunscrever em espaços sociais, relacionando-se com a construção de atitudes, crenças e valores (LIPOVETSKY E ROUX, 2005, p. 42).

Para Bergamo (1988) a moda é um termo que acompanha o vestuário e o tempo, e que tem sido utilizada como uma via de expressão e identificação de grupos de pessoas. Assim, o simples uso das roupas no dia a dia ganha um contexto maior, político, social, e também ambiental.

A moda nem sempre existiu, ela foi fruto de uma revolução cultural que veio a se manifestar já no século XIV. “Os povos primitivos não possuíam senso estético individual, as vestimentas serviam para preservar a tradição através da representatividade de uma coletividade [...]” (IBOPE, 2011).

Com isso, a moda passou a estar associada, historicamente, ao universo fabril desde a própria Revolução Industrial que deu início ao uso das máquinas de tecelagem e o desenvolvimento de toda vida urbana moderna, com sua intensa concentração de pessoas e, mesmo novas técnicas de vendas (*grands magasins*). Assim, corroborando com a ideia acima Sant'Anna (2002) diz que a moda é um fenômeno cultural que, como a fotografia e o cinema, pertence ao ambiente econômico fabril que teve início na Revolução Industrial.

A indústria da moda sofreu grandes transformações e atingiu valores e volumes sem precedentes durante os anos (LOPES, 2016). Assim, ainda para Lopes (2016), nenhuma outra cadeia de produção é tão dependente de trabalho humano como ela: são centenas de milhões de trabalhadoras e trabalhadores, desde as plantações de algodão à rede de indústrias, confecções e comércio em todo o mundo. Seu faturamento alcançou US\$ 3 trilhões/ano. Comercializa-se 80 bilhões de peças de roupas por ano, 400% a mais que há 20 anos. E esses altos números estão ligados a revolução chamada “*Fast Fashion*”, isto é, a moda rápida.

Contudo, segundo Ribeiro (2014) a indústria da moda é um setor de grande desenvolvimento seja na geração de emprego e renda, seja na mudança de comportamento, ou ainda fazendo pulsar o centro da economia. Por outro lado, além de ser uma das indústrias que mais gera lixo, o que muitas vezes poderia ser evitado, ela afeta diretamente e movimenta as diferentes formas de expressão de uma cultura e de um povo, e é capaz de impulsionar as potencialidades do entorno em que é desenvolvida.

Segundo Lopes (2016) a indústria da moda tornou-se a maior terceirizadora de “mão de obra” (de trabalho humano) do mundo. Para que se tenha uma ideia, apenas 3% das roupas compradas nos EUA são produzidas no país, o resto é feito nos países periféricos. Um pouco

no Brasil. Mas o volume de produção está concentrado na Ásia, em condições inacreditáveis, que lembram as primeiras fábricas do capitalismo, numa relação pautada pela brutalidade e exploração.

No Brasil, a indústria da moda – 5º maior parque têxtil do mundo – movimenta cerca de US\$ 33 bilhões anualmente, segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil, o que corresponde a 3% do PIB. E por mais que se imagina a maior fatia desse mercado não são das roupas de luxo, mas sim das vestimentas e acessórios adquiridos pela classe média, que representam 81% dos consumidores. (ABIT, 2015).

Segundo ABIT (2015), o setor têxtil e de confecção no Brasil tem destaque no cenário mundial: é a sexta maior indústria têxtil no mundo, o segundo maior produtor de denim e o terceiro na produção de malhas. O Brasil também se destaca por ser autossuficiente na produção de algodão, produzindo 9,8 bilhões de peças confeccionadas ao ano, sendo destas, cerca de 5,5 bilhões em peças de vestuário.

Ainda de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil (2015), quase 85% do vestuário consumido no país é produzido por fábricas instaladas aqui mesmo. Com faturamento de US\$ 55,4 bilhões em 2014, o Brasil é o quarto maior produtor de roupas do mundo, gerando 1,6 milhão de empregos — 75% da mão de obra é composta de mulheres.

Em contrapartida a esses números positivos, no Brasil e no mundo, algumas indústrias da moda foram palco de denúncias de trabalho escravo, sendo várias marcas flagradas por essa conduta (REPÓRTER BRASIL, 2012). Os conceitos das grandes corporações são criteriosamente criados, mas a produção é repassada a terceiros. Esses, por sua vez, pagam valores ínfimos por peça produzida, obrigando trabalhadores a jornadas extenuantes a fim de produzirem muito recebendo uma remuneração mínima para sobrevivência (REPÓRTER BRASIL, 2012).

Para tanto, em busca de impor regras e condutas a indústria têxtil existem algumas entidades que apoiam a indústria da moda no Brasil, dentre elas destacam-se: Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT); Associação Brasileira de Estilistas (ABEST); Associação Brasileira do Vestuário (ABRAVEST); Sistema Moda Brasil (SMB); Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (ABEPEM); etc.

Outro fator considerável na indústria têxtil é o ciclo de vida das tendências da moda que é extremamente rápido, onde a maioria dos consumidores compra os produtos apenas para acompanhar a tendência do momento a qual sempre surge com algo novo em um período

muito curto. (REFOSCO, 2011). E assim, o problema da insustentabilidade desse setor vai crescendo a cada dia e trazendo riscos ao desenvolvimento sustentável.

Udale e Sorger (2009) defendem que um bom design é fruto de uma investigação criativa. Contudo, é necessário considerar desde o início do projeto do produto que matérias-primas vão ser utilizadas, como será a forma de produzi-lo, o consumo, o descarte e qual será o seu destino final (BORIELLO, 2011). Ainda segundo Udale e Sorger (2009), o processo produtivo deve-se analisar o quanto de recursos naturais serão gastos, em que proporção eles serão agredidos e soluções poderiam ser planejadas para minimizar esta situação.

A rápida obsolescência de tudo o que é consumido pela sociedade, a abundância material a que está submetida em razão do consumo não consciente predizem insuportáveis consequências ao ambiente (KANAN, 2011), sendo ele o mais atingido por tais atitudes de consumo.

Contudo, por ser um setor em constante modificação e crescimento, a indústria da moda tem seus impactos socioambientais próprios, sendo no setor da moda dos processos mais intensos e em muitas fases do processo produtivo, o que muitas vezes poderia ser evitado. Assim, o mundo da moda busca reduzir esses impactos através da chamada moda sustentável que, segundo Braga (2011) é a busca da confecção de vestuário que utiliza matérias-primas ecologicamente corretas, respeite leis trabalhistas, leve em consideração o impacto da produção no meio ambiente e garanta a cooperação entre produtor e comunidade local, gerando assim um desenvolvimento sustentável.

2.2 Desenvolvimento Sustentável

A sustentabilidade, um assunto que virou um tema essencial tem tomado grande espaço em livros, revistas e na própria televisão, uma vez que é usado em causas positivas e representa uma bandeira de luta e diferencial competitivo de muitas instituições governamentais e não governamentais.

Segundo Gallo (2007) sustentabilidade é um relacionamento entre sistemas econômicos dinâmicos e sistemas ecológicos maiores e também dinâmicos, embora de mudança mais lenta, em que: a vida humana pode continuar indefinidamente; os indivíduos podem prosperar; as culturas humanas podem desenvolver-se; mas em que os resultados das atividades humanas obedecem a limites para não destruir a diversidade, a complexidade e a função do sistema ecológico de apoio à vida.

O conceito de Desenvolvimento Sustentável construído no Relatório Brundtland (Relatório Nosso futuro comum) em 1987 pela Organização das Nações Unidas (ONU), diz que seria o desenvolvimento capaz de satisfazer as necessidades no presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 2008).

Segundo Gwilt (2011), uma das formas mais fáceis de entender a sustentabilidade é através do tripé: social, econômico e ecológico. Ou seja, deve haver equilíbrio entre os três aspectos. Assim, para que o desenvolvimento seja sustentável precisa ser planejado de acordo com os recursos que são finitos, pois ele não deve ser comparado ao desenvolvimento econômico que depende do consumo incessante dos recursos naturais e que leva ao esgotamento desses recursos dos quais a humanidade depende.

Segundo Capra (2005) a sustentabilidade tem como características: reciclagem, interdependência, parceria, flexibilidade e diversidade. Com isso, a sustentabilidade não está voltada apenas para a preservação do meio ambiente, mas também a relação entre as cinco características já citadas.

Pra tanto, o desenvolvimento sustentável deve ser compreendido como um esforço conjunto por parte das pessoas em busca de um crescimento econômico, social e ambiental, pois uma atividade não pode ser considerada sustentável mesmo com baixo custo econômico e reduzido impacto ambiental, se esta utiliza mão de obra escrava, por exemplo, em que haja o uso consciente dos recursos naturais e sempre preservando as espécies, desenvolvendo-se de maneira a não esgotar os recursos para o futuro.

Candido (2004) acredita que tal desenvolvimento é resultado de um longo processo histórico de reavaliação crítica da relação existente entre a sociedade civil e seu meio natural. Por se tratar de um processo contínuo e complexo, observa-se hoje que existe uma variedade de abordagens que procura explicar o conceito de sustentabilidade. Esta variedade pode ser mostrada pelo enorme número de definições relativas a este conceito.

Para Rattner (1991), o desenvolvimento sustentável precisa ser incorporado de forma pragmática, e para tanto, é preciso haver a utilização de tecnologias condizentes, ter educação ambiental e conscientização permanente, como também haver e promover um modo de produção adequado e justo que vise respeitar o uso dos recursos naturais.

Os ideais do desenvolvimento sustentável são bem maiores do que as preocupações específicas (a racionalização do uso da energia, ou o desenvolvimento de técnicas substitutivas do uso de bens não renováveis ou, ainda, o adequado manejo de resíduos), o desenvolvimento sustentável representa a procura de progresso civil na compatibilidade dos

padrões de preservação natural. Tais atividades sejam de qualquer vínculo, desde que projetadas, devem primar por padrões de conservação, isto é, que seu progresso enquadre-se aos níveis, o mais possível menores, de degradação ao meio ambiente.

Assim, Fenzl (1997) compreende que a identificação da informação relevante, capaz de potencialmente esclarecer a existência de quaisquer processos não sustentáveis de desenvolvimento na relação entre sociedade e meio ambiente, é algo somente possível para uma sociedade se a mesma dispuser de instrumentos científico-técnicos e políticos construídos com essa finalidade.

Um considerável número de sistemas de indicadores foi desenvolvido de forma específica como, indicadores econômicos, sociais, ambientais, entre outros, possuindo um potencial de grande representatividade dentro dos fenômenos existentes no desenvolvimento sustentável.

Nesse sentido, os indicadores de sustentabilidade apresentam-se como importantes instrumentos que mensuram dimensões, possibilitam a participação da sociedade no processo de definição do desenvolvimento, comunica tendências e relaciona variáveis para a compreensão acerca de uma dada localidade em relação à sustentabilidade.

2.3 Indicadores de Sustentabilidade

De acordo com o IBGE (2004), os indicadores de sustentabilidade são ferramentas constituídas por uma ou mais variáveis que, associadas através de diversas formas, revelam significados mais amplos sobre os fenômenos a que se referem e, por sua capacidade de síntese, são capazes de facilitar o entendimento ao crescente público envolvido com o tema, constituindo-se em um instrumento essencial para guiar a ação e subsidiar o acompanhamento do progresso alcançado rumo ao Desenvolvimento sustentável.

O termo indicador é originário do latim “*indicare*”, que significa descobrir, apontar, anunciar, estimar (HAMMOND, 1995). Esses indicadores informam, por exemplo, o desenvolvimento sustentável, mas também podem ser entendidos como um recurso que deixa mais perceptível uma tendência ou fenômeno, que não seja imediatamente detectável (HAMMOND, 1995).

Por volta das décadas de 70 e 80 os indicadores ambientais começaram a ser utilizados como resultado de esforços de governos e organizações internacionais na elaboração e divulgação dos primeiros Relatórios sobre o Estado do Ambiente, (FRANCA, 2001). Com isso, o governo holandês foi o pioneiro na adoção de indicadores ambientais, em 1989, para

avaliar os resultados da implementação do Plano de Política Ambiental Nacional (HAMMOND, 1995).

Segundo Gallopin (1996), os indicadores são aqueles que resumem ou simplificam as informações relevantes, façam com que certos fenômenos que ocorrem na realidade se tornem mais aparentes; aspecto esse que é particularmente importante na gestão ambiental.

De acordo com Cândido (2004), existem poucos sistemas de indicadores que lidam especificamente com o desenvolvimento local sustentável, sendo em sua maioria em caráter experimental e desenvolvidos com o propósito de melhor compreender os fenômenos relacionados à sustentabilidade.

Um modelo de indicador para mensurar o desenvolvimento sustentável no município com base no proposto por Martins e Cândido (2008) foi o modelo elaborado com base no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, o qual permite a avaliação dos níveis de sustentabilidade para o Brasil, Unidades da Federação e municípios. Essa metodologia procura identificar o nível de sustentabilidade municipal através de um conjunto de seis dimensões: social, demográfica, econômica, político-institucional, ambiental e cultural.

Esse modelo de indicador desenvolvido e de grande importância para o desenvolvimento sustentável foi o Índice de Desenvolvimento Sustentável para Municípios (IDSM) desenvolvido por Martins e Cândido (2008) que apresenta seis dimensões, que contém 44 índices e seus desdobramentos que, em conjunto, produzem uma significativa quantidade de informações referentes aos municípios. Assim, com essa metodologia do IDSM, a transformação dos indicadores em índices contribui para a visualização das realidades locais, uma vez que o estudo proposto fornece informações acerca das dimensões sociais, econômicas e ambientais.

2.4 Moda e Sustentabilidade: uma relação

A indústria da moda e vestuário é uma das que mais gera empregos no cenário mundial, sendo a terceira atividade econômica em termos de geração de renda e movimentações financeiras, porém é um ramo que mais gera lixo no mundo (BERLIM, 2012).

Segundo Bock (2007), a indústria têxtil é classificada pela Agência de Proteção Ambiental dos Estados Unidos da América (Environmental Protection Agency) como uma das quatro indústrias que mais consomem recursos naturais na Terra. Como também, estudos têm demonstrado que os impactos ambientais do processo produtivo da moda até a sua

disposição são diversos. Santos (2007) destaca que os de maior relevância são: problemas com a água, problemas atmosféricos, problemas no solo e problemas de aquecimento global.

Contudo, em busca de reduzir esses impactos gerados pela indústria têxtil, foi desenvolvida a moda sustentável que para Braga (2011) é a busca da confecção de vestuário que utiliza matérias-primas ecologicamente corretas, respeite leis trabalhistas, leve em consideração o impacto da produção no meio ambiente e garanta a cooperação entre produtor e comunidade local.

Segundo Araújo (2014), a moda integrada à sustentabilidade pode ser resumida em três pilares:

- Econômica: que gere renda e proporcione desenvolvimento local;
- Social: a moda que tem uma relação com o indivíduo e se preocupa com toda a cadeia produtiva do pré-consumo, ou seja, quem fez, em que local e sob quais condições;
- Ecológico: que busque alternativas de menor impacto negativo no meio ambiente.

Inúmeras são as marcas de moda que seguem a chamada “Fast Fashion”, ou moda rápida, de mudanças rápidas com alta escala produtiva e foco em consumismo em massa, e em muitos casos produzidas com trabalho escravo ou outro tipo de inconformidade, sendo essas peças rapidamente descartadas por não ter durabilidade e/ou por está “fora da moda”.

Em contrapartida, surgiu a “slow fashion” a partir do “slow design” que pode ser definido como um projeto com foco nas pessoas. Para Anicet (2011) ela busca focar-se no local, além de se preocupar com benefícios e transformações socioculturais e ambientais com vistas à democratização do design com mudanças comportamentais na criação de novos modelos econômicos, de negócios e oportunidades.

Para Lee (2009) a “slow fashion” também conhecido como moda verde promove a produção com menor impacto ambiental, pois trabalha com conceitos éticos, em seus âmbitos econômico, ambiental e social. Na parte econômica, um aspecto fundamental é a garantia do comércio justo, denominado “Fairtrade”, que como explica Lee (2009), é um certificado, um selo validado por multi-stakeholder, que fixa um preço mínimo baseado no custo real da produção sustentável com a cobrança de uma taxa extra para garantir projetos sociais ou ambientais que permitam a continuidade da produção.

Segundo Mea (2011) diferentemente deste cenário de moda rápida, poluente e exploradora, estamos vivendo em uma era na qual a indústria da moda, junto de outras instituições, direciona esforços para diminuir esses impactos causados no meio ambiente, seja através da reciclagem, de tecidos ecológicos ou de reaproveitamento.

Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT) (1997), citado por Chiaretto (2013, p.15):

O negócio de moda, para ser considerado sustentável, deve obedecer a certos critérios, tais como: respeito às condições de trabalho e aos materiais utilizados na produção, valorização da mão de obra local, além de seguir à risca as convenções estabelecidas pela OIT. No caso da matéria-prima e do processo produtivo, a indústria têxtil precisa favorecer o uso de produtos menos prejudiciais ao meio ambiente. Deve ainda promover a reciclagem de materiais, tratamento do lixo e produção de peças com material durável e de fácil limpeza.

Com isso, hoje a moda sustentável, apesar de ser de maneira superficial, começa a ser retratada com maior frequência e intensidade em mídias relacionadas à moda, principalmente as revistas, pois a demanda dos consumidores conscientes está crescendo e tomando espaço no mercado. Com isso, os designers passaram a modificar suas criações incrementando o "DNA" sustentável em todo seu projeto e os consumidores passaram a adotar esse estilo de vida.

Para tanto, segundo o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável – CEBDS (1999), destacada no Relatório de Sustentabilidade Empresarial, no caminho da sustentabilidade devem ser inseridos no processo produtivo, os elementos: redução do consumo de materiais, redução do consumo de energia, redução da dispersão de substâncias tóxicas, intensificação da reciclagem de materiais, maximização do uso sustentável de recursos renováveis, prolongamento e durabilidade dos produtos e também agregação de valor aos bens e serviços.

Com isso, a sustentabilidade para o design da moda durante o processo produtivo, não deve ser pensada apenas na fase de projeto, mas também do uso, do descarte e, principalmente, do pós-venda. Para tal, o designer deve fazer das estratégias sustentáveis um método para as suas criações e produções, corroborando com a ideia de Vezzoli (2008) onde o design para sustentabilidade é o ato de projetar produtos [...] com baixo impacto ambiental e alta qualidade social, seguindo os métodos e critérios de Life Cycle Design ou Design do ciclo de vida. Este processo analisa as cinco fases de desenvolvimento de um produto, a pré-produção, a produção, distribuição, o uso do produto e o seu descarte.

Outro fator para a sustentabilidade da moda é que o mercado está mudando devido ao consumidor está mais atento aos impactos no ambiente e na sociedade. Os consumidores, principalmente europeus, passaram a considerar também a exploração de trabalhadores nos países em desenvolvimento, surgindo assim ações e instituições como o Fairtrade (comércio

justo) cuja maior preocupação é diminuir as discrepâncias comerciais, sociais e éticas entre os trabalhadores e pequenos agricultores e as grandes corporações. (BERLIM, 2012).

Segundo Berlim (2012), a moda, no que se refere à sustentabilidade, envolve tanto pesquisas relacionadas ao desenvolvimento de produtos a partir de materiais ecológicos, quanto ao processo como este é fabricado. Como também, se refere às dimensões econômicas, sociais e ambientais, analisando desde o processo produtivo até o consumo e o descarte destes produtos.

Assim, para Belati (2016), para se compreender a sustentabilidade, no âmbito da moda, é preciso conhecer a cadeia de produção da indústria têxtil, e o impacto que este processo provoca nos aspectos, sociais, ambientais e econômicos. Sendo assim, se faz necessário a prática do desenvolvimento sustentável em todos os setores produtivos, inclusive na indústria têxtil, através de uma distribuição igualitária dos recursos naturais, de maneira economicamente viável e sempre preservando o meio ambiente para as gerações futuras.

Segundo Thomazini (2015), para Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção em um mundo globalizado, a sustentabilidade tornou-se um caminho sem volta. Não é mais viável produzir neste Planeta sem nos preocuparmos com o ciclo de vida do produto, seus impactos na sociedade e na sustentabilidade das próprias empresas.

Ainda segundo Thomazini (2015), para Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção também na indústria da moda, a sustentabilidade tem feito parte do dia-a-dia das empresas, nos estúdios dos estilistas, tornando-se parte fundamental na formação destes profissionais. Sustentabilidade não tem relação somente com o mundo em que vivemos, mas também com o futuro de um negócio.

Com isso, a contribuição da moda para que haja desenvolvimento sustentável pode estar desde a concepção do projeto até o processo de fabricação, onde o profissional, guiado pelo valor da sustentabilidade, deve seguir o caminho sustentável, principalmente através de meios como o uso de tecidos ecológicos e o reaproveitamento de resíduos têxteis provenientes das indústrias.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS DA INVESTIGAÇÃO

Com o objetivo de analisar qual a contribuição da moda para o Desenvolvimento Sustentável, levando em consideração os aspectos econômicos, sociais e ambientais na cidade de Campina Grande-PB, a pesquisa se caracteriza como exploratória, que segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 52), a pesquisa descritiva “visa a descrever as características de determinada

população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”, de caráter exploratório que segundo Prodanov e Freitas (2013) tem como “finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento, isto é, facilitar a delimitação do tema da pesquisa [...]”.

Ela também se caracteriza por ser uma pesquisa quantitativa, pois a natureza dessa abordagem é que se considera que tudo pode ser quantificável, ou seja, tudo pode ser traduzido em números, opiniões e informações para classificá-las e analisá-las através do uso de recursos e de técnicas estatísticas (PRODANOV e FREITAS, 2013). Em relação aos meios foi utilizada a pesquisa bibliográfica que segundo Prodanov e Freitas (2013) a qual “caracteriza-se por analisar e discutir informações já publicadas.” Foram utilizados como obras principais os seguintes autores: Gwilt (2011), Capra (2005), Hammond (1995), Candido (2004), Gilda de Mello e Souza (1987), IBOPE (2011), Lopes (2016), Lipovetsky e Roux (2005), Berlim (2012), Lee (2009), entre outros.

O modo na qual a pesquisa foi guiada foi na forma de pesquisa de campo que “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que presumimos relevantes, para analisá-los.” (PRODANOV e FREITAS, 2013). Referente ao lócus da pesquisa, a análise foi realizada com consumidores de forma geral na cidade de Campina Grande – PB através de um questionário estruturado encaminhado via eletrônico (Google Drive-96) e por questionário impresso (100), na qual foram colhidas informações no universo desconhecido de consumidores, sendo utilizado como amostra o total de 196 respondentes.

Como instrumento de pesquisa utilizado na coleta de dados foi elaborado um questionário estruturado no qual as afirmativas nele contidas foram objetivadas com a intenção de mensurar os três indicadores importantes para análise da contribuição da moda para o desenvolvimento sustentável mediante o comportamento dos consumidores na cidade de Campina Grande – PB.

A amostra analisada foi do tipo não probabilística intencional, na qual os elementos selecionados são escolhidos de acordo com a intenção do próprio pesquisador. Como determinação da amostra o universo desconhecido foi utilizado à seguinte fórmula: $n = \frac{p \cdot q}{Z^2 \cdot e}$ encontrada em Sâmara & Barros (1997, p.75), resultado de uma amostra de 196 respondentes.

Onde:

$\sigma_p = 7\%$ - desvio padrão da proporção;

$p = 50\%$ - proporção ou porcentagem dos elementos do universo pesquisado favoráveis ao atributo pesquisado;

$q = 50\%$ - proporção ou porcentagem dos elementos do universo pesquisado desfavorável ao atributo pesquisado;

$Z = 1,96$ - margem de segurança;

$n =$ desconhecido;

$n =$? 95% segurança

Dos 196 questionários aplicados, todos retornaram representando 100%.

O questionário foi composto por trinta afirmativas, divididas em dimensões as quais são: Econômica, Social e Ambiental, tendo em seu conteúdo perguntas de múltipla escolha utilizando a escala de Likert: de 1 a 5 onde 1 é “Concordo plenamente” e 5 é “Discordo plenamente”.

O instrumento de pesquisa foi elaborado levando em consideração as seguintes variáveis: Perfil dos entrevistados, Sexo, Escolaridade e Faixa etária, além da contribuição da moda para o Desenvolvimento Sustentável.

Assim, a partir das dimensões econômicas, sociais e ambientais, foram definidas as suas respectivas variáveis em busca de encontrar a contribuição da moda para o desenvolvimento sustentável, como descrita no Quadro 01:

Quadro 1:Dimensões

DIMENSÕES	AUTORES
Econômica	
1. A moda verde garante um comércio justo que fixa um preço mínimo.	Lee (2009)
2. A moda está muito associada ao universo econômico fabril.	Sant’Anna (2002)
3. A indústria da moda atinge grandes valores e volumes de vendas durante os anos.	Lopes (2016)
4. Os altos números em faturamento da indústria têxtil estão ligados a	Lopes (2016)

revolução chamada “Fast fashion” ou moda rápida.	
5. A maioria dos consumidores compra os produtos apenas para acompanhar a tendência do momento.	Refosco (2011)
6. A indústria da moda gera emprego e renda.	Ribeiro (2014)
7. A indústria da moda eleva a renda dos indivíduos.	Ribeiro (2014)
8. A indústria da moda eleva o PIB Brasileiro.	ABIT (2015)
9. O setor têxtil e de confecção no Brasil tem destaque no cenário mundial.	ABIT (2015)
10. A moda verde garante um comércio justo, denominado “Fairtrade”.	Lee (2009)
Social	
1. A moda abrange transformações nos diversos setores da vida social.	Gilda de Mello e Souza (1987)
2. A moda é uma forma de expressão que pode propiciar aos indivíduos subsídios para a identificação de sua identidade, permitindo que esses se circunscrevam em espaços sociais.	Lipovetsky e Roux (2005)
3. Algumas Indústrias da moda utilizam trabalho escravo.	Repórter Brasil (2012)
4. A moda é um termo que é utilizado como via de expressão e identificação de grupos de pessoas.	Bergamo (1988)
5. O negócio de moda deve obedecer a certos critérios como o respeito às condições de trabalho.	Chiaretto (2013)
6. A moda é um fenômeno cultural que pertence ao ambiente urbano da modernidade.	Sant’Anna (2002)
7. Nenhuma outra cadeia de produção é tão dependente do trabalho humano como a indústria da moda.	Lopes (2016)
8. A indústria da moda é a maior terceirizadora de mão-de-obra em países periféricos.	Lopes (2016)
9. A maioria dos consumidores compram os produtos apenas para acompanhar a tendência do momento.	Refosco (2011)
10. Os consumidores passaram a considerar também a exploração de trabalhadores.	Berlim (2012)
Ambiental	

1. A indústria têxtil é um dos ramos que mais gera lixo no mundo.	Berlim (2012)
2. A indústria têxtil é uma das que mais consome recursos naturais na Terra.	Bock (2007)
3. A indústria da moda causa problemas com a água, problemas atmosféricos, problemas no solo e problemas de aquecimento global.	Santos (2007)
4. A indústria da moda está buscando esforços para diminuir os impactos causados ao meio ambiente.	Kanan (2011)
5. A moda sustentável busca a confecção de vestuário que utiliza matérias-primas ecologicamente corretas, respeite leis trabalhistas, leve em consideração o impacto da produção no meio ambiente.	Braga (2011)
6. A moda verde promove a produção com menor impacto ambiental.	Lee (2009)
7. Estamos vivendo em uma era na qual a indústria da moda, direciona esforços para diminuir impactos causados no meio ambiente.	Mea (2011)
8. A moda no contexto sustentável no seu processo produtivo reduz o consumo de materiais e o consumo de energia.	CEBDS (1999)
9. A moda sustentável não utiliza substâncias tóxicas, usa a reciclagem de materiais e a maximização do uso sustentável de recursos renováveis.	CEBDS (1999)
10. Na indústria da moda, a sustentabilidade tem feito parte do dia-a-dia das empresas, no prolongamento e durabilidade dos produtos e também agregação de valor aos bens e serviços.	CEBDS (1999)

Fonte: Elaboração própria (2017).

Os dados que foram coletados com este trabalho foram dispostos em gráficos informativos de superfície do programa MS Excel 2007, no qual o objetivo foi o de recolher dados reais a respeito da atual situação a fim buscar analisar qual a contribuição da moda para o desenvolvimento sustentável levando em consideração os aspectos econômico, social e ambiental.

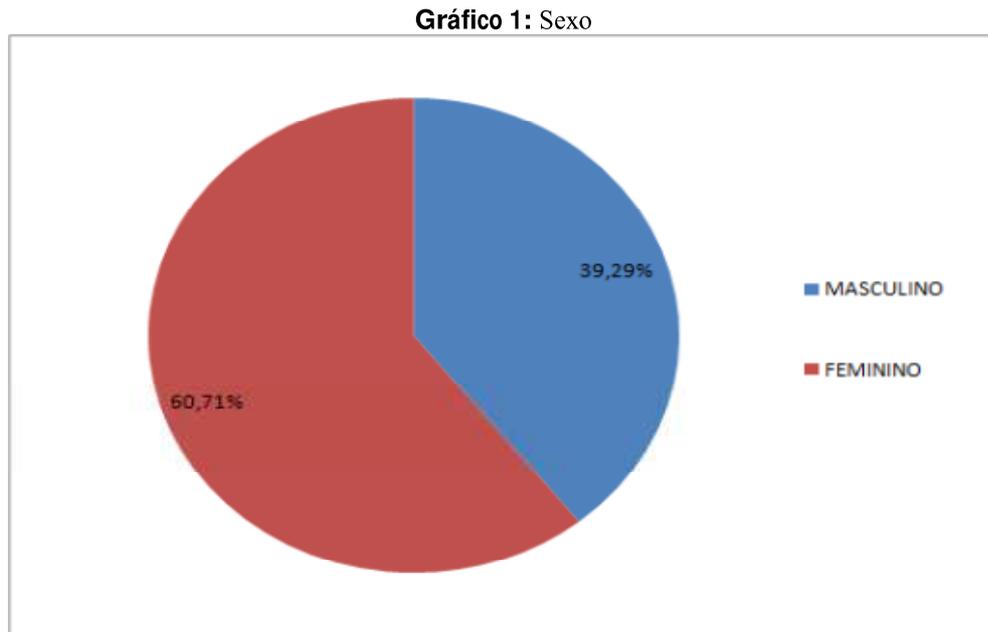
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. Perfil dos respondentes

4.1.1 Gênero

De acordo com o gráfico 1, verifica-se que a maioria dos participantes da pesquisa são do sexo feminino, em números corresponde a cerca de **60,71%**, enquanto os participantes do

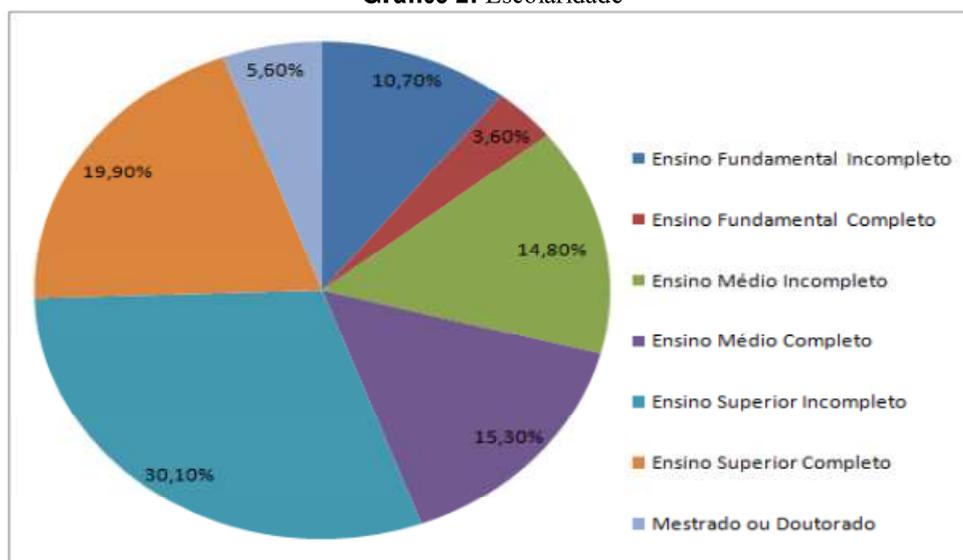
sexo masculino correspondem a **39,29%** dos respondentes. Havendo assim uma predominância maior de consumidores do sexo feminino, devido à moda está muito mais associada ao universo e a cultura das mulheres do que a dos homens.



Fonte: Pesquisa Direta (2017).

4.1.2 Escolaridade

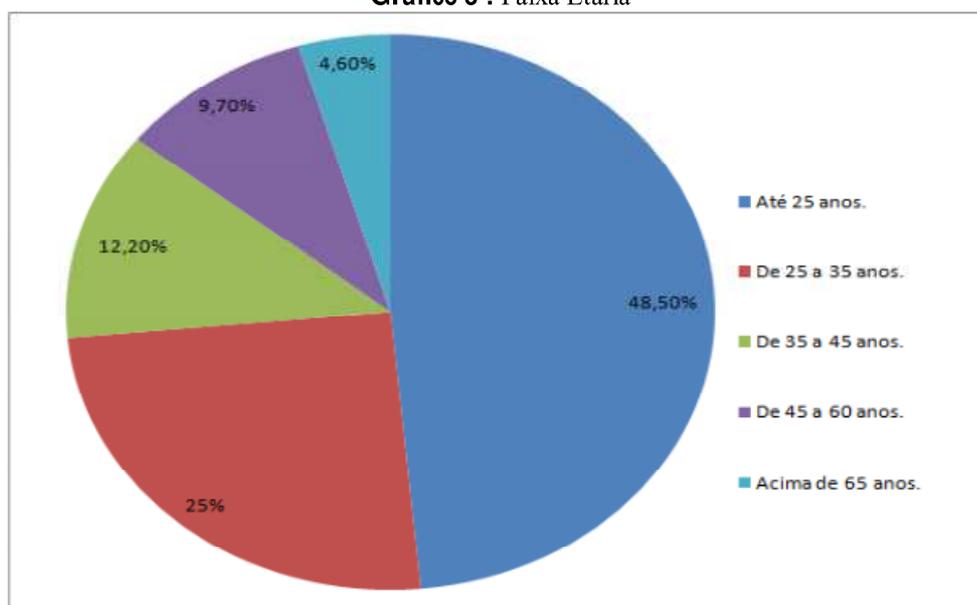
No gráfico 2 pode-se perceber que, cerca de **30,1%** e em maior número nesta pesquisa, possuem Ensino Superior Incompleto e **19,9%** correspondem a respondentes com Ensino Superior completo. Cerca de **30,1%** possuem Ensino Médio, sendo **15,3%** com Ensino Médio completo e **14,8%** com Ensino Médio incompleto. Ainda verifica-se que **14,3%** dos respondentes possuem Ensino Fundamental, sendo **10,7%** Fundamental incompleto e **3,6%** Fundamental completo, como também, **5,6%** possuem Mestrado ou Doutorado. Para tanto, constata-se que em sua maioria os consumidores, da cidade de Campina Grande-PB, respondentes desta pesquisa são pessoas que possuem um grau de estudo elevado, visto que a metade dos mesmos estão em nível superior.

Gráfico 2: Escolaridade

Fonte: Pesquisa Direta (2017).

4.1.3 Faixa Etária

No gráfico 3, observa-se que quase a metade dos respondentes, o equivalente a **48,5%** possuem até 25 anos de idade, cerca de **25%** têm entre 25 a 35 anos. Ainda verifica-se que **9,7%** possuem de 35 a 45 anos e apenas **4,6%** possuem idade acima de 65 anos. Assim, constata-se que a maior parte dos consumidores respondentes desta pesquisa são jovens e adultos e que são os de maior proximidade com o universo da moda.

Gráfico 3 : Faixa Etária

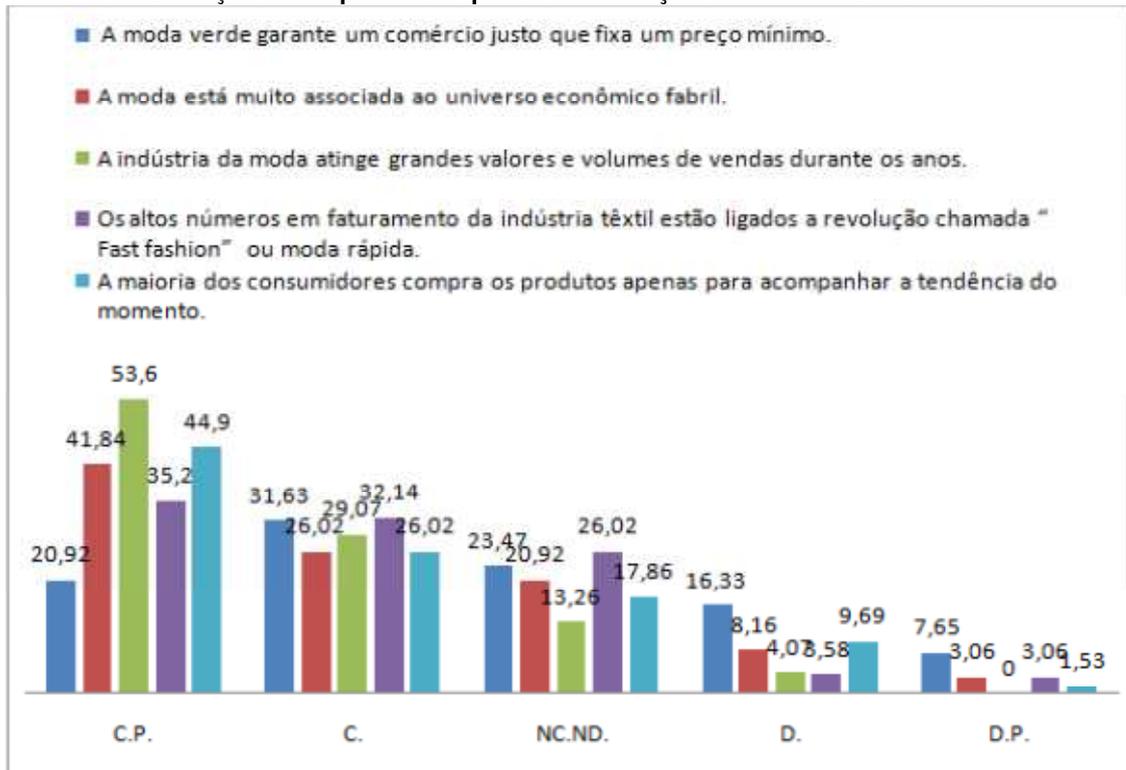
Fonte: Pesquisa Direta (2017).

4.2 Dimensões

4.2.1 Dimensão Econômica

Dos consumidores representados no gráfico 4, **53,6%** responderam que concordam plenamente que a indústria da moda soma grande números de vendas durante os anos, o que expõe que muitos deles têm essa visão de crescimento desse ramo de mercado, indo de encontro com o estudo de Lopes (2016) que acreditam que o ramo da moda vem crescendo em grande escala e elevando os números desse ramo. Com **44,9%** das respostas, estão aqueles que concordam plenamente com a concepção de Refosco (2011) de que a maioria dos consumidores compram os produtos apenas para acompanhar a tendência do momento. Seguindo o percentual de **41,84%** concordam plenamente que a moda está associada à economia fabril corroborando com a ideia de Sant'Anna (2002), e cerca de **35,2%** responderam que concordam também com outro pensamento de Lopes (2016) que diz que os altos números em faturamento da indústria têxtil estão ligados a revolução chamada “Fast fashion” ou moda rápida. Como também, com **31,63%** concordam com o pensamento de Lee (2009) de que a moda verde garante um comércio justo que fixa um preço mínimo, contudo, cerca de **16,33%** dos respondentes também opinaram sobre o mesmo pensamento de Lee (2009) discordando que a moda verde garante um comércio justo que fixa um preço mínimo. E cerca de **26,02%** dos respondentes foram neutros em relação aos estudos de Lopes (2016) onde os altos números em faturamento da indústria têxtil estão ligados a revolução chamada “Fast fashion” ou moda rápida.

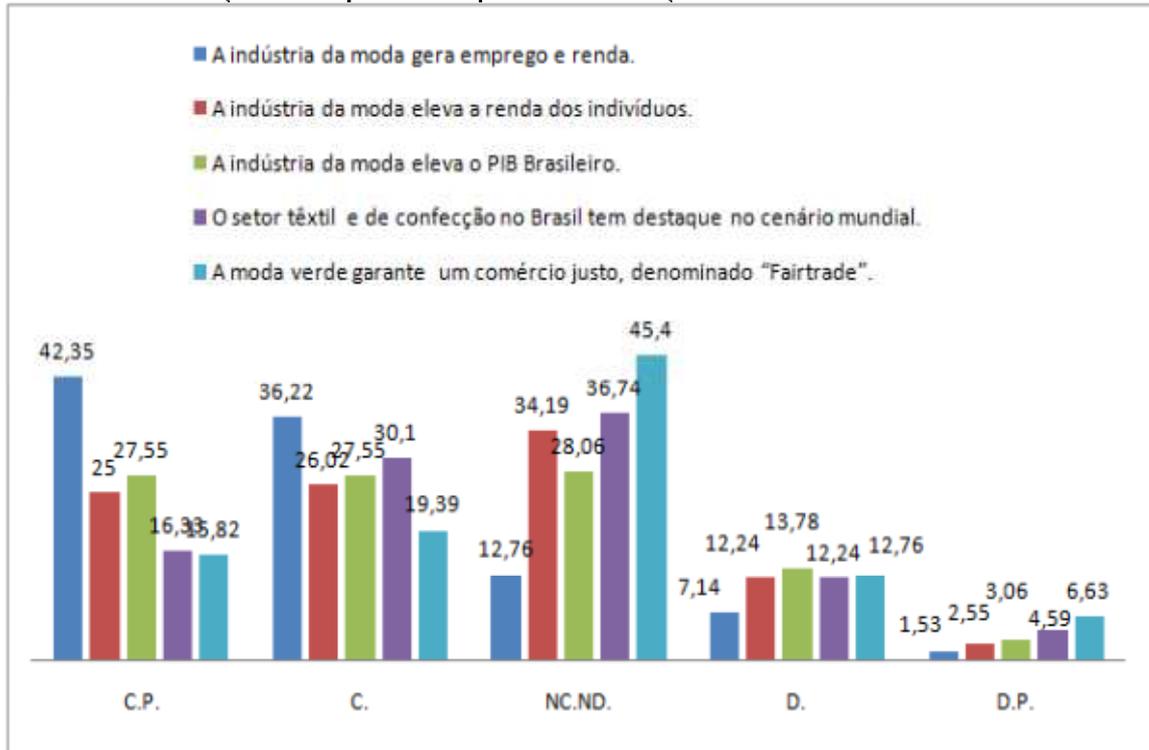
Gráfico 4: Distribuição dos respondentes quanto às afirmações 1 a 5 referente à dimensão econômica.



Fonte: Pesquisa Direta (2017).

De acordo com o gráfico 5 verifica-se que **45,4%** dos respondentes foram neutros com a ideia do autor LEE (2009) de que a moda verde garante um comércio justo, denominado "Fairtrade", cerca de **42,35%** concordam plenamente com o pensamento de Ribeiro (2014) de que a indústria da moda gera emprego e renda. Como também, **36,74%** e **34,19%** do percentual dos respondentes nem concordaram nem discordaram com os estudos de ABIT (2015) e Ribeiro (2014), consecutivamente, de que o setor têxtil e de confecção no Brasil tem destaque no cenário mundial e que a indústria da moda eleva a renda dos indivíduos. Com **28,06%** das respostas também tiveram o mesmo pensamento de neutralidade de que a indústria da moda eleva o PIB Brasileiro segundo estudos de ABIT (2015) e em contrapartida, **27,55%** concordam e **13,78%** discordaram com essa mesma afirmativa.

Gráfico 5: Distribuição dos respondentes quanto às afirmações 6 a 10 referente à dimensão econômica.



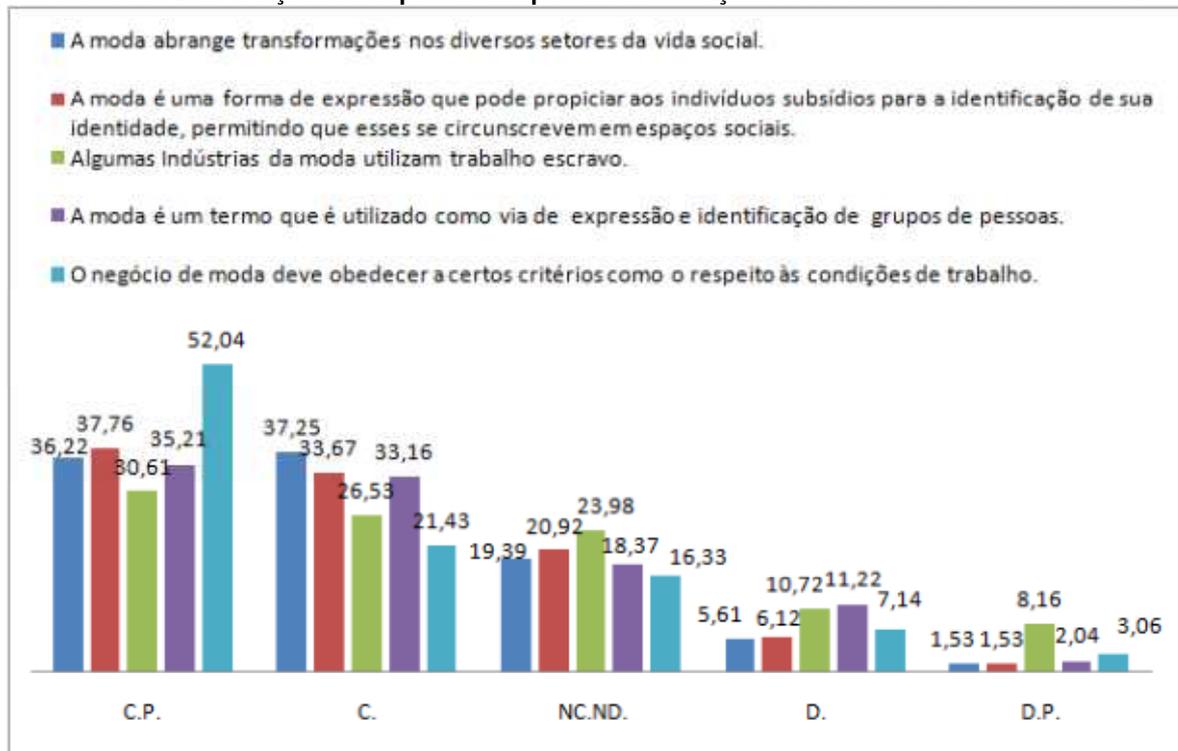
Fonte: Pesquisa Direta (2017).

4.2.2 Dimensão Social

Na dimensão social os resultados analisados no gráfico 6 mostram que **52,4%** dos consumidores concordam plenamente que o negócio de moda deve obedecer a certos critérios como o respeito às condições de trabalho segundo os estudos de Chiaretto (2013); **37,76%** acreditam plenamente no pensamento de Lipovetsky e Roux (2005) de que a moda é uma forma de expressão que pode propiciar aos indivíduos subsídios para a identificação de sua identidade, permitindo que esses se circunscrevem em espaços sociais. Como também, **37,25%** dos entrevistados aprovam o pensamento de Gilda de Mello e Souza (1987) de que a moda abrange transformações nos diversos setores da vida social; cerca de **35,21%** concordam plenamente que moda é um termo que é utilizado como via de expressão e identificação de grupos de pessoas, corroborando com os estudos de Bergamo (1988). Cerca de **30,61%** dos respondentes também concordam plenamente que algumas Indústrias da moda utilizam trabalho escravo segundo o estudo de Repórter Brasil (2012), porém, **23,98%** do percentual estão os respondentes que optaram pela neutralidade em relação ao mesmo pensamento de Repórter Brasil (2012) de que algumas Indústrias da moda utilizam trabalho escravo. E o maior percentual de discordância foi de **11,22%** em relação ao estudo de

Bergamo (1988) que retrata a moda como um termo que é utilizado como via de expressão e identificação de grupos de pessoas.

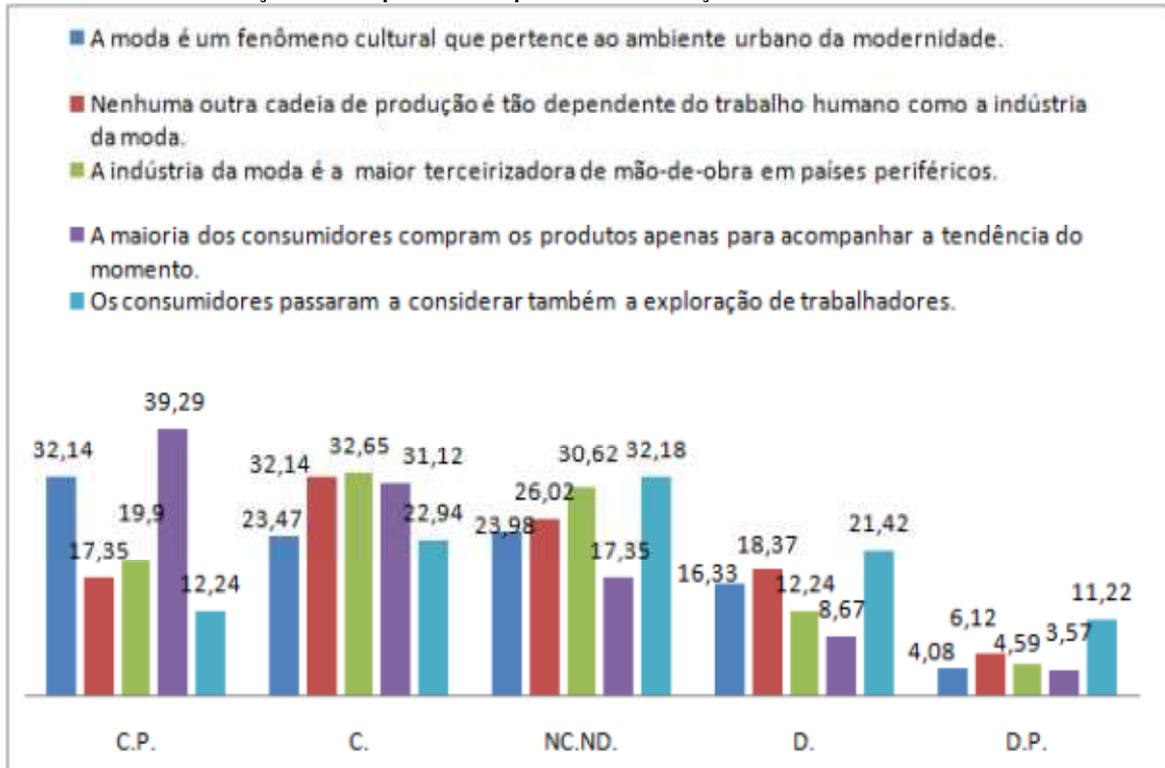
Gráfico 6: Distribuição dos respondentes quanto às afirmações 1 a 5 referente à dimensão social



Fonte: Pesquisa Direta (2017).

No gráfico 7 referente à dimensão social os resultados revelam que **39,29%** concordam plenamente com o pensamento de Refosco (2011) que a maioria dos consumidores compram os produtos apenas para acompanhar a tendência do momento; dos respondentes que concordam com Lopes (2016) de que a indústria da moda é a maior terceirizadora de mão-de-obra em países periféricos somam **32,65%** dos respondentes. Com **32,18%** do total dos respondentes nem concordam nem discordam com a ideia de Berlim (2012) de que os consumidores passaram a considerar também a exploração de trabalhadores, **32,14%** concordam que nenhuma outra cadeia de produção é tão dependente do trabalho humano como a indústria da moda segundo Lopes (2016), como também, em mesmo percentual (**32,14%**) concordam plenamente com o autor Sant'Anna (2002) de que a moda é um fenômeno cultural que pertence ao ambiente urbano da modernidade. Com **30,62%** estão os respondentes que nem concordam nem discordam que a indústria da moda é a maior terceirizadora de mão-de-obra em países periféricos segundo Lopes (2016) e com **21,42%** de discordância estão os respondentes que não acreditam que os consumidores passaram a considerar também a exploração de trabalhadores segundo o pensamento de Berlim (2012).

Gráfico 7: Distribuição dos respondentes quanto às afirmações 6 a 10 referente à dimensão social.



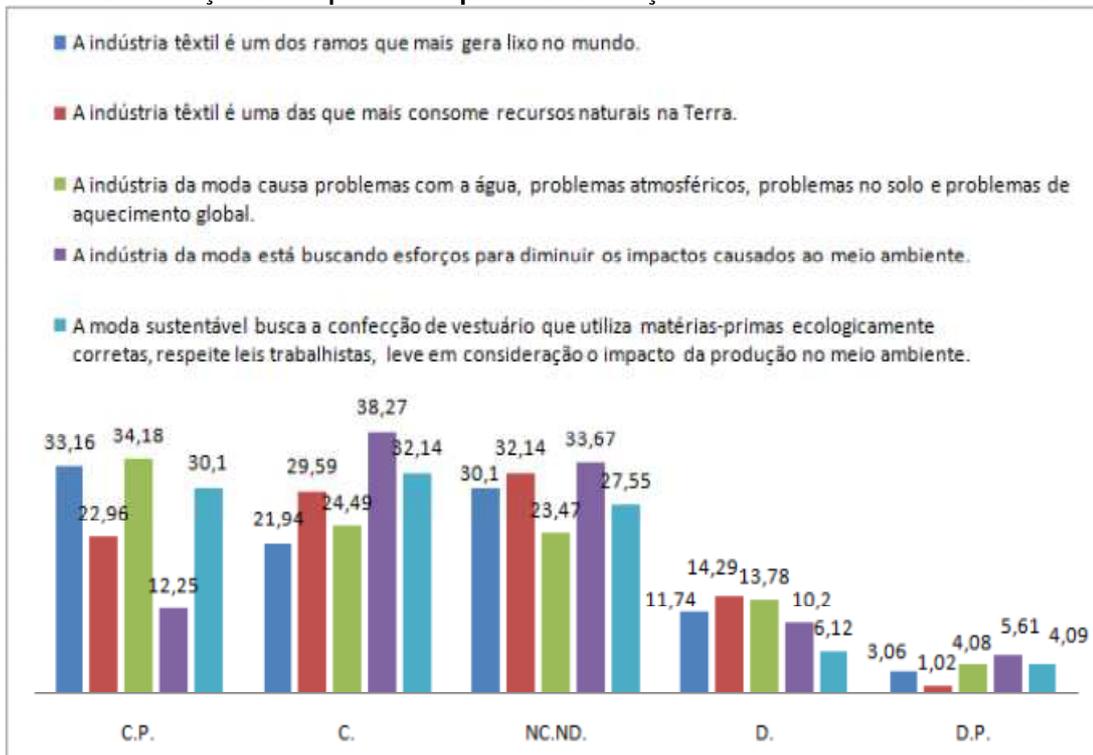
Fonte: Pesquisa Direta (2017).

4.2.3 Dimensão Ambiental

Na dimensão ambiental representada no gráfico 8, os consumidores campinenses concordam com **38,27%** que a indústria da moda está buscando esforços para diminuir os impactos causados ao meio ambiente segundo o autor Kanan (2011). Cerca de **34,18%** concordam plenamente com o pensamento de Santos (2007) de que a indústria da moda causa problemas com a água, problemas atmosféricos, problemas no solo e problemas de aquecimento global; também concordam plenamente com **33,16%** que a indústria têxtil é um dos ramos que mais gera lixo no mundo segundo Berlim (2012). Outros respondentes concordam (**32,14%**) com o autor Braga (2011) de que a moda sustentável busca a confecção de vestuário que utiliza matérias-primas ecologicamente corretas, respeite leis trabalhistas e leve em consideração o impacto da produção no meio ambiente e também, em mesmo percentual (**32,14%**), nem concordam nem discordam que a indústria têxtil é uma das que mais consome recursos naturais na Terra segundo ideia de Bock (2007). E por fim, com **33,67%** do percentual estão os respondentes que foram neutros em relação à ideia de Kanan (2011) de que a indústria da moda está buscando esforços para diminuir os impactos causados ao meio ambiente e **14,29%** foi o maior percentual de discordância para com o pensamento

de Bock (2007) de mencionar a indústria têxtil como uma das que mais consome recursos naturais na Terra.

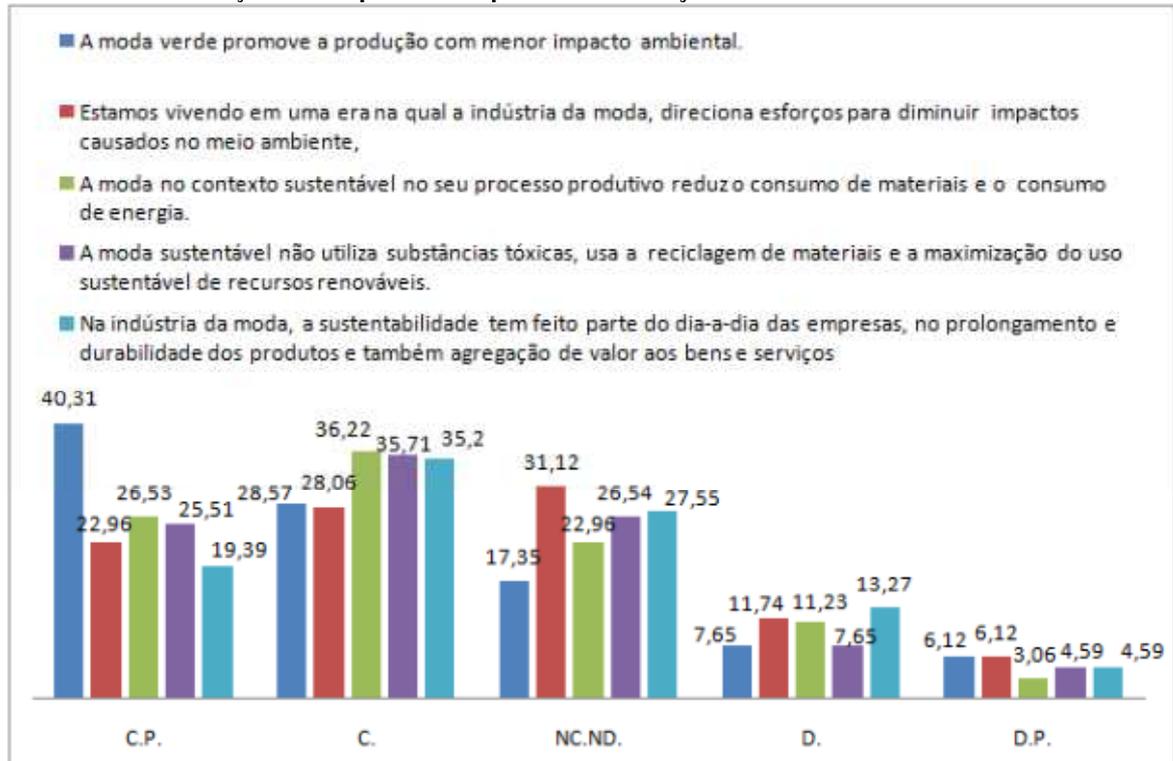
Gráfico 8: Distribuição dos respondentes quanto às afirmações 1 a 5 referente à dimensão ambiental.



Fonte: Pesquisa Direta (2017).

No gráfico 9, ainda na dimensão ambiental, cerca de **40,31%** acreditam plenamente com o pensamento de Lee (2009) onde a moda verde promove a produção com menor impacto ambiental, **36,22%** concordam que a moda no contexto sustentável no seu processo produtivo reduz o consumo de materiais e o consumo de energia segundo estudos da CEBDS (1999). Também concordam com outra ideia de CEBDS (1999) de que a moda sustentável não utiliza substâncias tóxicas, usa a reciclagem de materiais e a maximização do uso sustentável de recursos renováveis, cerca de **35,71%**; como também, **35,2%** concordam que na indústria da moda, a sustentabilidade tem feito parte do dia-a-dia das empresas, no prolongamento e durabilidade dos produtos e também agregação de valor aos bens e serviços segundo CEBDS (1999). Por fim, nem concordam nem discordam com **31,12%** do percentual, que estamos vivendo em uma era na qual a indústria da moda, direciona esforços para diminuir impactos causados no meio ambiente segundo estudos do autor Mea (2011). E com **13,27%** do percentual discordam que a sustentabilidade tem feito parte do dia-a-dia das empresas da moda, no prolongamento e durabilidade dos produtos e também agregação de valor aos bens e serviços segundo pesquisas de CEBDS (1999).

Gráfico 9: Distribuição dos respondentes quanto às afirmações 6 a 10 referente à dimensão ambiental.



Fonte: Pesquisa Direta (2017).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo central analisar qual a contribuição da moda para o desenvolvimento sustentável levando em consideração os aspectos econômico, social e ambiental.

Através do referido modelo de tripé da sustentabilidade foi possível identificar na opinião dos consumidores as características importantes em relação à contribuição da moda para o desenvolvimento sustentável.

Na dimensão econômica verificou-se que os consumidores acreditam que a indústria da moda alavanca a geração de emprego e a renda dos indivíduos devida chamada moda rápida, aquela em que os indivíduos adquirem produtos apenas para acompanhar tendências momentâneas, o que expõe que muitos deles têm uma visão de crescimento desse ramo de mercado. E em contrapartida, os respondentes são neutros no que se refere ao crescimento do PIB brasileiro por parte do setor têxtil.

Valorização as condições de trabalho dignas e o desprestígio a exploração dos trabalhadores da indústria têxtil foram características também observadas através dos questionamentos referentes à dimensão social no qual a moda está inserida.

Foi observado ainda que, também dentro do âmbito social, os consumidores acreditam que é a partir da moda que os indivíduos buscam sua identificação a grupos de pessoas e a espaços sociais, pois a mesma é um fenômeno presente com mais intensidade a determinados grupos sociais presentes na modernidade e que faz desenvolver as características próprias de cada indivíduo.

No tocante a dimensão ambiental, os respondentes acreditam que a indústria da moda causa problemas ambientais significativos, pois é um dos ramos que mais gera lixo no mundo. Todavia, afirmam de maneira parcial que a mesma é uma das que mais consomem recursos naturais, mas que vem buscando introduzir meios sustentáveis como a chamada moda verde que busca garantir uma produção com menor impacto ambiental através da reciclagem de materiais, maximização do uso sustentável dos recursos renováveis levando sempre em consideração as leis trabalhistas.

Para tanto, os consumidores também acreditam que a indústria da moda tem se esforçado para reduzir os impactos ambientais através de uma produção sustentável introduzida no dia-a-dia das organizações e que agrega valor aos produtos do ramo da moda.

Assim, através da reflexão sobre os questionamentos feitos conclui-se que, os consumidores respondentes têm a noção dos impactos que a indústria têxtil tem provocado ao meio ambiente, entretanto acreditam que meios sustentáveis estão cada vez mais sendo utilizados em busca da redução desses impactos e da conscientização do seu público-alvo.

Com base nessa verificação, foram identificados alguns pontos de melhoria que se postos em prática podem otimizar a disseminação da sustentabilidade para com os consumidores da moda e para os gestores das indústrias têxteis tais como: instigar os consumidores a compra de produtos de moda sustentáveis, desenvolver incentivos as indústria da moda para utilização de meios produtivos menos impactantes a natureza, instigar as organizações têxteis através de benefícios financeiros e/ou fiscais quando houver a utilização desses mecanismos e práticas sustentáveis e buscar através de intermédio do governo, estímulos para que a sustentabilidade torne-se um hábito e um diferencial competitivo na indústria da moda.

Em suma, a preocupação com o futuro do planeta já faz parte da consciência dos consumidores da moda do universo da pesquisa, sendo um ótimo indicio de que os mesmos estão tomando consciência dos riscos causados ao meio ambiente pelas indústrias têxteis e que, mesmo não sendo em totalidade, começam a se importar com os impactos provocados à natureza e por esse motivo, cada vez mais a indústria da moda está buscando implantar meios

sustentáveis a sua gestão e a sua produção visando contribuir para com o desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, para o meio ambiente.

Sendo assim, a pesquisa limitou-se à visão dos consumidores da moda, ficando como sugestão para trabalhos futuros buscar entender a opinião e as estratégias dos gestores das organizações do ramo têxtil em busca de implantar uma produção cada vez mais sustentável, consciente e que desenvolva vantagem competitiva para as mesmas.

THE CONTRIBUTION OF FASHION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: A
CASE STUDY IN THE CITY OF CAMPINA GRANDE-PB

ABSTRACT

Fashion is what drives the consumer market where the products offered are discarded very quickly, causing various environmental problems. Thus, in order to analyze the contribution of fashion to Sustainable Development, taking into account the economic, social and environmental aspects in the city of Campina Grande-PB, it was decided to opt for a research with an exploratory characteristic of a quantitative approach. As a research instrument used in data collection, a questionnaire was elaborated in a structured form, in which the assertions contained in it were objective with the intention of measuring the most important indicators for the analysis of consumer behavior in the city of Campina Grande- PB. The results were analyzed from the perspective of three dimensions: economic, social and environmental. In the economic dimension, consumers believe that the fashion industry leverages the generation of jobs and the income of individuals. In the Social dimension the valorization of decent working conditions and the lack of prestige the exploitation of workers in the textile industry were observed characteristics. Finally, when the environmental results are analyzed, the respondents believe in the environmental impacts caused by the textile industry, but also believe in the efforts of the same in search of the reduction of these impacts. However, the concern with the damages caused to nature is already part of the consumer consciousness of the fashion of the research universe, and for this reason, the fashion industry is increasingly seeking to implement sustainable means for its management in order to contribute to the development sustainable development.

Keywords: Fashion, Sustainable development, Dimensions.

REFERÊNCIAS

ABIT. **Perfil do Setor**. Disponível em: <<http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>>. Acesso em: 12 Fev. 2017.

ANA, Agência Nacional de Águas. **Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. Disponível em: <<http://www.ana.gov.br/AcoesAdministrativas/RelatorioGestao/Rio10/Riom.php.40.html>>. Acesso em: 12 Fev. 2017.

ANICET, Anne; BESSA, Pedro; BROEGA, Ana Cristina. **Ações na área de moda em busca de um design sustentável**. Anais do 7º Colóquio de Moda, Maringá, 2011.

ARAÚJO, Cacau. **Sustentabilidade ganha força e marcas investem na "moda verde"**. Disponível em: <<https://estilo.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2014/07/31/sustentabilidade-ganha-forca-e-marcas-investem-na-moda-verde.htm>>. Acesso em: 23 Mar. 2017.

BELATI, Ana Vitória Pequeno. **Brasilidade e identidade indígena no desenvolvimento de uma coleção de camisetas**. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/16144/1/2016_AnaVitoriaPiquenoBelati_tcc.pdf>. Acesso em: 20 Mar. 2017.

BERGAMO, Alexandre. **O campo da moda**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77011998000200005>. Acesso em: 20 Mar. 2017.

BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

BOCK, L. **Guarda-roupa sustentável**. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_dise-no/articulos_pdf/A7037.pdf>. Acesso em: 23 Mar. 2017.

BORIELLO, Sílvia. **Produção mais limpa**. In: Costura Perfeita. Ano XII nº 61, Mai/Jun, 2011.

BRAGA, Júlia. **Moda Verde: Mercado em ascensão no Brasil.** Disponível em: <<http://www.goethe.de/ins/br/lp/kul/dub/umw/pt7889171.htm>>. Acesso em: 20 de Fev. de 2017.

BROEGA, Ana Cristina; MAZZOTTI, Karla; REFOSCO, Ereany; SOTORIVA, Márcia. **Onovo consumidor de moda e a Sustentabilidade In:** VII Colóquio de Moda, set. 2011.

CÂNDIDO, G. A. **A Aplicação das dimensões do desenvolvimento sustentável e os níveis da competitividade sistêmica:** Um estudo comparativo entre regiões produtoras de calçados no Brasil. 2004.

CEBDS, Conselho Empresarial Brasileiro de Desenvolvimento Sustentável. **Relatório de Sustentabilidade Empresarial – 1999.** Disponível em:

<<http://www.cebds.org.br/cebds/pub-rse.asp>>. Acesso em: 23 Mar. 2017.

CHIARETTO, Silvana. **Práticas socioambientais no fomento da relação moda - consumo - sustentabilidade:** estudo de casos múltiplos em empresas mineiras de moda. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração – FUMEC). Fundação Mineira de Educação e Cultura, Belo Horizonte, 2013.

EROL, Ismail. **Sustentabilidade na indústria de varejo.** Sust. Dev. v.17, 2009.

FENZL, N. **Estudo de parâmetros capazes de dimensionar a sustentabilidade de um processo de desenvolvimento.** In: Perspectiva do desenvolvimento sustentável: uma contribuição para a Amazônia 21, cap. 1, p.1-31. Belém: UFPA/UNAMAZ 1997.

FRANCA, L. P. **Indicadores ambientais urbanos:** revisão da literatura. Parceria 21, 2001.

GALLOPIN, G. C. **Environmental and sustainability indicators and the concept of situational indicators:** A system approach. Environmental Modelling&Assessment, v.1, p.101-117, 1996.

GALLO, Zildo. Ethos. **A grande morada humana:** economia, ecologia e ética. Itu: Ottoni, 2007.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica.** Campinas, SP: EditoraAlínea, 2001.

GWILT, Alisson; RISSANEN T, Timo. **Shaping Sustainable Fashion**: Changing the way we make and use clothes. 1ª ed. London: Earthscan, 2011.

HAMMOND, A.; ADRIAANSE, A.; RODENBURG, E.; BRYANT, D. WOODWARD, R. **Environmental indicators** : a systematic approach to measuring and reporting on environmental policy performance in the context of sustainable development. Washington: World Resources Institute, 1995.

IBOPE. **O que é a Indústria da Moda?** Disponível em:

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOP&pub=T&nome=home_materia&db=caldb&docid=6ABF5A1242185C53832578300060335>. Acesso em: 12 Fev. 2017.

IBGE. **Indicadores de desenvolvimento sustentável**: Brasil 2004. Rio de Janeiro: IBGE, 2004. 472p.

KANAN, Lilia Aparecida. **Consumo sustentável & economia solidária**: alguns conceitos e contribuições da Psicologia. In: Fractal, Revista de Psicologia, vol.23 n.3, Rio de Janeiro, Set./Dez. 2011.

LEE, Matilda. **Eco chic**: o guia de moda ética para a consumidora consciente. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

LIPOVETSKY, G. & Roux, E. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Cia das Letras. 2005.

LOPES, Mauro. **Para superar o capitalismo (II)**: a indústria da moda. Disponível em:

<<http://outraspalavras.net/posts/para-superar-o-capitalismo-ii-a-industria-da-moda/>>. Acesso em: 12 Fev. 2017.

MARTINS, M. F.; Cândido G. A. **A influência dos índices de desenvolvimento sustentável na competitividade sistêmica**: um estudo exploratório no arranjo produtivo local de confecções em Campina Grande-PB. João Pessoa. UFPB. 2008.

PALOMINO, Érika. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **METODOLOGIA DO TRABALHO CIENTÍFICO: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2 ed. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale. 2013. 276 p.

RATTNER, H. **Tecnologia e Desenvolvimento Sustentável: uma avaliação crítica**. Revista de Administração. São Paulo, v. 26, n.01, 1994.

REPÓRTER BRASIL. **As marcas da moda flagradas com trabalho escravo**. Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/2012/07/especial-flagrantes-de-trabalho-escravo-na-industria-textil-no-brasil/>>. Acesso em: 19Mar.. 2017.

RIBEIRO, Yuri. **Indústria, economia e sociedade: como a moda move o mundo?** Disponível em: <<http://www.odiacomestilo.com/noticias/moda/industria,-economia-e-sociedade-como-a-moda-move-o-mundo>>. Acesso em: 20 Mar. 2017.

SAMARA, B. S.; BARROS, J. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. 2 ed. S. Paulo: Makron Books, 1997.

SANT'ANNA, P. **O desfile de imagens: um estudo sobre a linguagem visual das revistas de moda (1990-2000)**. Campinas: dissertação de mestrado em Antropologia Social, IFCH, Unicamp, 2002.

SANTOS, S. (2007). **Impacto ambiental causado pela indústria têxtil**. Dissertação apresentada ao curso de Engenharia de Produção e Sistemas na Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC.

SCHULTE, Neide Kohler; LOPES, Luciana. **SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL: UM DESAFIO PARA A MODA**. In: Moda Palavra e-periódico, Ano 1, n.2, ago/dez . 2008, p. 30 – 42.

SORGER, Richard; UDALÉ, Jenny. **Fundamentos de Design de Moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SOUZA, G. de M. e. **O espírito das roupas. A moda no século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

THOMAZINI, Bida. **Sustentabilidade na indústria pelo olhar da ABIT**. Disponível em: <<http://www.casatearmagazine.com.br/sustentabilidade-na-industria-pelo-olhar-da-abit/>>. Acesso em 23 Mar. 2017.

VEZZOLI, Carlo. **Cenário de design para moda sustentável**. São Paulo: Estação das letras, 2008.