

MODA SLOW FASHION: ANÁLISE DE TRÊS EMPRESAS CATARINENSES

Autor(a)¹ TRAIN, Hellen
Autor(a)² CESTARI, Glauba Alves do Vale

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo caracterizar três empresas catarinenses do segmento *Slow Fashion*, a fim de sistematizar e sintetizar o perfil dessas empresas no mercado específico. Para alcançar os resultados pretendidos, foi aplicado um breve questionário para cada empresa selecionada, sendo realizado via *Google Forms*. Diante dos resultados das investigações, foi constatado que a marca Pantalones encaixa-se totalmente no perfil do *slow fashion*, atendendo todos os critérios denominados neste estudo. Já as empresas Ohana e Alma Brava, atendem parcialmente, tendo em vista o não atendimento ou atendimento de partes dos critérios estabelecidos na pesquisa para análise dos espaços comerciais citados. A natureza da pesquisa é qualitativa, combinada com a Revisão Sistemática de Literatura.

PALAVRAS-CHAVE: Sustentabilidade. Moda. Santa Catarina. *Slow Fashion*.

1 INTRODUÇÃO

A indústria brasileira vem crescendo com novos rumos atualmente, devido a necessidade de reduzir os desgastes da natureza. Sustentabilidade tem sido pauta de inúmeras conferências e discussões em todo o mundo, principalmente, na área da moda. Nesse cenário, surgem novos conceitos no mercado e universo da moda e, nesse sentido, identificamos que enquanto o *fast fashion* produz em larga escala, o *slow fashion* vem para desacelerar o processo, dando mais valor e credibilidade ao produto e, conseqüentemente, sendo ecologicamente correto. (ALMEIDA, 2016)

Diante desta realidade, surgem os questionamentos sobre as empresas do *slow fashion* do estado de Santa Catarina (Brasil), que aderiram a este propósito ou conceito de mercado na atualidade. Neste estudo questionamos: como as empresas catarinenses estão executando os seus produtos para inserir-se no perfil de uma organização *slow fashion*? A fim de solucionar estas indagações, foram localizadas três empresas da área para pesquisa, sendo uma a Pantalones, caracterizada por utilizar resíduo têxtil para confecção de suas peças, a Ohana produtora de bolsas ³*cruelty-free* e, por fim, Alma Brava, fabricante de peças ⁴*beachwear* com tecidos tecnológicos, ambas formadas pela sociedade entre duas irmãs com o mesmo propósito: o desenvolvimento de produtos veganos e biodegradáveis.

Devido ao consumo hedonista presente na sociedade atualmente, a variedade de produtos ofertada ao consumidor é aumentada, desvalorizando a qualidade das peças com o intuito de maximizar as vendas. Em contrapartida, em meio aos excessos provocados por este movimento,

¹ Hellen Train - Graduanda do curso Superior de Tecnologia em Design de Moda pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC)

² Glauba Alves do Vale Cestari - Doutora em Gestão de Design pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

³ Livre de crueldade

⁴ Moda praia

evidenciou-se problemas à produção e aos consumidores. O *slow fashion* vem buscando criar uma consciência ambiental e social que oriente a indústria têxtil no sentido de resgatar a qualidade ao invés da quantidade sem valor, mostrando ao consumidor a ver além das suas escolhas e, desafiando os produtos a despertarem afeição aos usuários, acima dos desejos frívolos de variedade. (VIEIRA, 2020.) A finalidade desta pesquisa é caracterizar três empresas catarinenses do segmento *slow fashion*, a fim de sistematizar e sintetizar o perfil de cada uma delas neste mercado específico.

Os métodos de pesquisa utilizados foram a Revisão Sistemática de Literatura, com foco em estudos de natureza qualitativa e aplicação de questionário para cada empresa. Segundo Gil (2008), o formulário é utilizado como técnica de investigação composta por um conjunto de questões submetidas a pessoas com o objetivo de obter informações sobre o assunto pertinente.

2 DESENVOLVIMENTO

A seguir, serão abordados, de forma breve, os assuntos relacionados ao tema da pesquisa a fim de contextualizá-la. Tratamos sobre a indústria da moda e os primeiros debates acerca da sustentabilidade; sobre o mercado e consumo de moda. Posteriormente tratamos sobre *Slow Fashion* e, por fim, sobre as empresas eleitas para realização das entrevistas. A citar: Pantalones, Ohana e Alma Brava.

2.1 A INDÚSTRIA DA MODA

Segundo Prado (2019), o fabrico industrial de peças do vestuário no Brasil teve início com roupas de trabalho, seguido por peças íntimas e roupas masculinas para as camadas médias na segunda metade do século XIX. As roupas femininas foram industrializadas após os anos 1930.

No Brasil, atualmente, existe uma ampla estrutura produtiva, diversificada e sofisticada da indústria têxtil (CONTINO, 2018). Ainda segundo a autora,

O Brasil, que é o quarto produtor mundial de artigos de vestuário e ocupa a quinta posição entre os maiores produtores de manufaturas têxteis, é responsável por 2,8% do total da fabricação global de vestuário e 3,0% de têxteis. A produção brasileira é voltada prioritariamente para o mercado interno e apenas 2,5% dela são destinados à exportação (CONTINO, 2018, p. 9).

Este setor, contribui significativamente para a economia do país, pois gera inúmeros empregos aos trabalhadores (MENDES, 2018) e no contexto do estado de Santa Catarina, segundo Silva (2002), como pioneiros da indústria têxtil catarinense, destacam-se os irmãos Hermann e Bruno Hering, que fundaram em 1880 uma fábrica de artigos de malha, na cidade de Blumenau. A industrialização de Santa Catarina tem total influência dos colonizadores, mais especificamente dos imigrantes europeus no Vale de Itajaí, onde a colônia germânica proporcionou à região a cultura industrial do segmento têxtil. Então, é um fato dizer que nesta região se destacam as indústrias têxteis e de confecção, pois possui aproximadamente 3.800 indústrias das 7.500 existentes em Santa Catarina. (SILVA, 2002).

Em comparação a 20 anos atrás, a indústria têxtil lançava coleções com base nas estações do ano: primavera, verão, outono e inverno. Atualmente a produção está mais rápida e contínua, o que é denominado *fast fashion*. Isso faz com que os consumidores adquiram artigos de vestuário a todo momento, não por necessidade, mas pela influência dos modismos e também pela mídia. Além disso, a indústria da moda tem papel essencial na criação da identidade social,

pois contribui para a construção e compreensão da personalidade do indivíduo e como meio de inserção no contexto social (MENDES, 2018).

2.2 SUSTENTABILIDADE

Ao tratarmos sobre moda sustentável, importa abordar sobre os primeiros debates acerca da sustentabilidade em nível mundial.

O tema começa a ser discutido a partir de 1972, onde ocorreu a I Conferência de Estocolmo, na Suécia, sendo consolidadas as primeiras discussões sobre o desenvolvimento e preocupações ambientais. A Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e o Desenvolvimento, conhecida como Rio-92, ocorreu em 1992 e seu resultado mais importante foi a Agenda 21. A realização da reunião da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, conhecida como Rio+10 ocorreu em Johannesburgo (África) no ano de 2002, com objetivo de avaliar os encaminhamentos da Agenda 21 e fortalecer suas iniciativas locais. Por fim, apresenta-se como um marco entre as iniciativas visando a sustentabilidade, a Conferência Rio+20, ocorrida em 2012 no Rio de Janeiro com o objetivo de assegurar o compromisso político das nações com o desenvolvimento sustentável. (SERRÃO; ALMEIDA; CARESTIATO, 2012 p. 20 - 25. apud. CESTARI, 2014)

Nos anos seguintes muitos eventos ocorreram, em nível nacional e internacional, nos mostrando realidades alarmantes. A preocupação ambiental especificamente falando em produção industrial, se deu a partir do lançamento do livro “Primavera Silenciosa”, da autora Rachel Carson, onde gerou uma repercussão negativa acerca da descrição dos danos ambientais que eram causados pela indústria da tecelagem e pelos plantadores de algodão. Desde então, surgiu o interesse em abordagens mais sustentáveis para a produção e o consumo. Durante a década seguinte, esta relação foi crescendo com o surgimento de grupos ambientalistas e estudos voltados ao design responsável e a eficiência ecológica no design de produtos. (CARVALHO. et.al., 2020)

Ainda segundo os autores, a indústria da moda começa a se aventurar no contexto do ambientalismo e surgem iniciativas voltadas para uma moda ecologicamente correta, juntamente com o crescente mercado de consumidores que dão preferência às marcas com credenciais ambientais.

Nishimura (2018), enfatiza que

Conforme dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), referentes ao ano de 2016, o setor de vestuário foi o segundo maior empregador da indústria de transformação brasileira, atrás apenas da indústria de alimentos e bebidas. Além disso, de acordo com dados do mesmo relatório, o Brasil foi o quarto maior parque produtivo de confecção e o quinto maior produtor têxtil do mundo. Os números demonstram a importância econômica de um setor que tem demandas sociais e governamentais para a redução dos passivos socioambientais, entre eles, o trabalho escravo e a poluição do meio ambiente. (NISHIMURA, 2018, p. 27)

A sustentabilidade busca maximizar os objetivos ambientais, econômicos e o aumento do bem-estar social. "Propõe um valor de responsabilidade de não prejudicar o equilíbrio ambiental atual e garantir este equilíbrio às gerações futuras" (PAZMINO; ANA VERÓNICA, 2007. p. 8).

2.2.1 O mercado da Moda e Sustentabilidade

O ato de consumir adquiriu maior importância a partir dos anos 1950, devido principalmente ao fato da propaganda ter dado espaço para a publicidade e o corpo individual passou a ser visto como fonte das maiores angústias e prazeres dos seres humanos. Principalmente, a partir da segunda metade do século XX, o consumo de produtos industrializados estava cada vez mais relacionado à possibilidade de adquirir doses de energia e felicidade. (QUEIROZ, 2021).

Como salienta o autor Nishimura (2018, p.40), a moda alimenta o sistema de consumo, estimulando o consumidor a estar dentro dela, "na moda". Deste modo, essa indústria, que produz desejos, fez da moda e vestuário um dos segmentos que mais gera empregos a nível mundial, sendo a terceira atividade econômica mais importante em termos de geração de renda e movimentações financeiras. Porém, é uma das indústrias que também mais gera lixo. (ANICET; RÜTHSCHILLING, 2013).

A sustentabilidade na moda deve ser levada em consideração tanto na fase de criação, produção e distribuição, quanto na conscientização e nos cuidados pós-compra e no pós-venda por parte do fabricante. (ANICET E RÜTHSCHILLING, 2013).

Na aquisição de artefatos, Segundo Mesquita (2015), com o aumento da atenção acerca das questões ambientais na indústria têxtil, as empresas passaram a levar em conta a importância das redes sociais em suas estratégias de marketing e moda sustentável, levando-os a fornecer informações mais transparentes sobre o processo de produção sustentável, o que é positivo para o consumo dessa moda ecológica e fator decisivo no processo de compra dos consumidores.

As autoras Serrão, Almeida e Carestiato (2012), afirmam que qualquer ação da sociedade a fim de atender às necessidades humanas, não devem comprometer os ciclos naturais, garantindo assim, que as futuras gerações também possam utilizá-los para produzir e suprir suas necessidades.

A importância de trazer um conceito biológico para ser utilizado no meio social foi admitir que a natureza tem uma dinâmica que precisa ser respeitada e que ela tem limites, ou seja, não pode ser utilizada como se não tivesse fim. Além disso, a partir daí começamos a pensar em um desenvolvimento que seja duradouro, passamos a perceber que temos responsabilidade em relação às gerações futuras, a perceber que, se não soubermos usar os recursos agora, a vida dos nossos filhos, netos, bisnetos no planeta pode não ocorrer. (Serrão, Almeida e Carestiato. 2012, p. 22)

A partir daí, segundo Serrão, Almeida e Carestiato (2012), denominam-se cinco dimensões para a sustentabilidade. Primeiramente a sustentabilidade social, que visa a igualdade social, distribuição de renda justa e universalização ou direito de todos a serem atendidos por políticas de educação, saúde, habitação e seguridade social; sustentabilidade ecológica, que almeja respeito à capacidade de renovação dos ecossistemas naturais e o desenvolvimento seguro para áreas ecologicamente frágeis; sustentabilidade política, que busca uma democracia participativa e o equilíbrio entre os ambientes urbanos e rurais; sustentabilidade cultural, buscando equilíbrio entre tradição e inovação, preservação de valores, práticas e símbolos de identidade e a promoção dos direitos constitucionais das minorias e, por fim, a sustentabilidade econômica, objetivando ajustar

o sistema econômico mundial por meio do uso de tecnologias, que tentarão, por exemplo, diminuir impactos de produção, despoluir ecossistemas, reaproveitar e reciclar os recursos naturais e, também investir no fortalecimento da democracia, visando a construção de sociedades sustentáveis.

A transição rumo à sustentabilidade, segundo Manzini (2008), será um processo de aprendizagem social no qual os indivíduos aprenderão gradualmente, através de erros e contradições, a viver melhor consumindo menos e regenerando a qualidade do ecossistema global e dos contextos locais onde vivem.

2.3 SLOW FASHION

Para Nishimura (2018)

O ritmo *fast* (rápido) adotado pela indústria, caracterizado pela produção em larga escala, tem sido discutido pela cultura *slow* (lenta) de consumir, que sugere criticidade em relação ao consumo em prol do desenvolvimento sustentável. Acredita-se, portanto, no consumo consciente de recursos naturais, na valorização do ser humano no sistema de produção e o exercício de um preço justo. (NISHIMURA, 2018, p. 27)

Os primeiros movimentos presenciados em relação a cultura *slow*, foi no setor alimentício, posteriormente aderidos pela engenharia, arquitetura, design e moda. (PETRINI, 2003 *apud* NISHIMURA, 2018).

O conceito de *slow fashion* surge como um movimento que promove a cultura e os movimentos lentos. Este conceito é mais do que a redução da velocidade de produção, mas representa uma nova forma de ver o mundo (FLETCHER; GROSE, 2011).

O *slow fashion* envolve aspectos ambientais, sociais e éticos, o que significa a descoberta de como as roupas são produzidas, fazendo com que haja escolhas ecologicamente e sociologicamente conscientes. (FERRONATO; FRANZATO, 2015). Os autores ressaltam que

O *slow fashion* envolve todos os atores que formam o sistema da moda, sejam eles designers, varejistas, comerciantes e consumidores. A partir do momento em que os atores envolvidos passam a considerar a velocidade da natureza e dos recursos utilizados na produção têxtil, em comparação a velocidade com que estes bens materiais estão sendo descartados, passa-se a ter como resultado a maior conscientização em relação aos impactos da produção sobre o meio social e ambiental. (FERRONATO; FRANZATO, 2015, p. 111 - 112)

Pereira e Nogueira (2013) enfatizam que alguns conceitos são essenciais para o desenvolvimento do *slow fashion*, como aproveitar a mão de obra local, utilizar matérias primas e aspectos culturais da região e concentrar-se em uma logística que seja consciente em relação a gastos de energia e gás carbônico. Este movimento transcende as características de durabilidade e qualidade das peças, oferecendo ao consumidor produtos atemporais e de acabamentos impecáveis, despertando-o para uma ótica de exclusividade.

Para Sobreira, et. al. (2021)

Na visão de Jung e Jin (2014), o *slow fashion* apresenta algumas características: a) seus consumidores se preocupam com os produtores de peças e estão cientes de práticas de trabalho justas ao comprar roupas (equidade); b) valorizam o artesanato e outras formas de produção feita à mão (autenticidade); c) são orientados para atributos como versatilidade, alta durabilidade e qualidade de vestuário (funcionalidade); d) preferem o uso de materiais locais nos processos produtivos e marcas locais às marcas globais (localismo); e) e valorizam roupas

raras e exclusivas, de edição limitada (exclusividade). Com base nisso, pode-se dizer que consumidores de *slow fashion* buscam adquirir peças autênticas, locais, funcionais, exclusivas e éticas. (SOBREIRA, SILVA, ROMERO. 2021, vol. 14 (34) p. 45 - 46)

Pioneira do *Slow Fashion*, Kate Fletcher, foi quem desenvolveu um modelo de sistema produtivo para o setor da moda baseado na sustentabilidade. Na última década, foram criados muitos empreendimentos na área da moda com um propósito sustentável. Com o avanço, a disseminação e o consequente barateamento de tecnologia e materiais, a indústria tem progredido em tornar a cadeia de suprimentos e o produto mais sustentável. No entanto, para uma transformação efetiva do setor, é imprescindível que se adote uma abordagem sistêmica de alinhamento à base estratégica corporativa da empresa, constituída pela missão, visão e valores, e com o desenvolvimento do produto. “Então, além de conhecer a empresa, é necessário se inteirar do extenso caminho percorrido pelo produto de vestuário de moda”. (NISHIMURA, 2018, p. 28)

2.4 AS EMPRESAS ELEITAS

Toda pesquisa tem suas limitações, sejam geográficas, tecnológicas, temporais. Diante de nossas limitações de tempo disponível para o desenvolvimento da pesquisa, foi utilizado o *Google Forms* como meio para as respostas buscadas. Escolhemos três empresas que desenvolvem seus produtos e ações com consciência sobre os temas aqui abordados.

A ⁵Pantalones é uma empresa catarinense de *slow fashion* surgida em 2019, cuja fundação e confecção das peças é feita por mãe e filha, estando localizada em Florianópolis (Brasil). É caracterizada por utilizar resíduo têxtil para confecção de suas peças, trazendo mais consciência e sustentabilidade para cada peça produzida.

A ⁶Ohana (bolsas) e Alma Brava (*beachwear*), são duas empresas catarinenses distintas, porém funcionam como uma ⁷Collab. São formadas pela sociedade entre duas irmãs com o mesmo propósito: o desenvolvimento de produtos veganos e biodegradáveis.. A Ohana teve sua fundação em 2016, todavia oficializada em 2017 com o lançamento do *e-commerce* e, encontra-se situada em Florianópolis (Brasil). As bolsas desenvolvidas na marca são livres de crueldade animal, atemporais e com estética minimalista. Já a ⁸Alma Brava, localizada em Criciúma (Brasil), surgiu em 2018 e produz uma linha de moda praia com tecidos de poliamida biodegradável, que possui proteção solar FPS50+ e conforto tátil.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa iniciou-se mediante uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL), sendo elaborada *strings* para busca bibliográfica em sites, como Portal de Periódicos e Banco de Teses da CAPES, bem como o IBICT (Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia), onde

⁵ Link de acesso ao site: <https://www.suspantalones.com>

⁶ Link de acesso ao site: <https://www.ohanaeco.com>

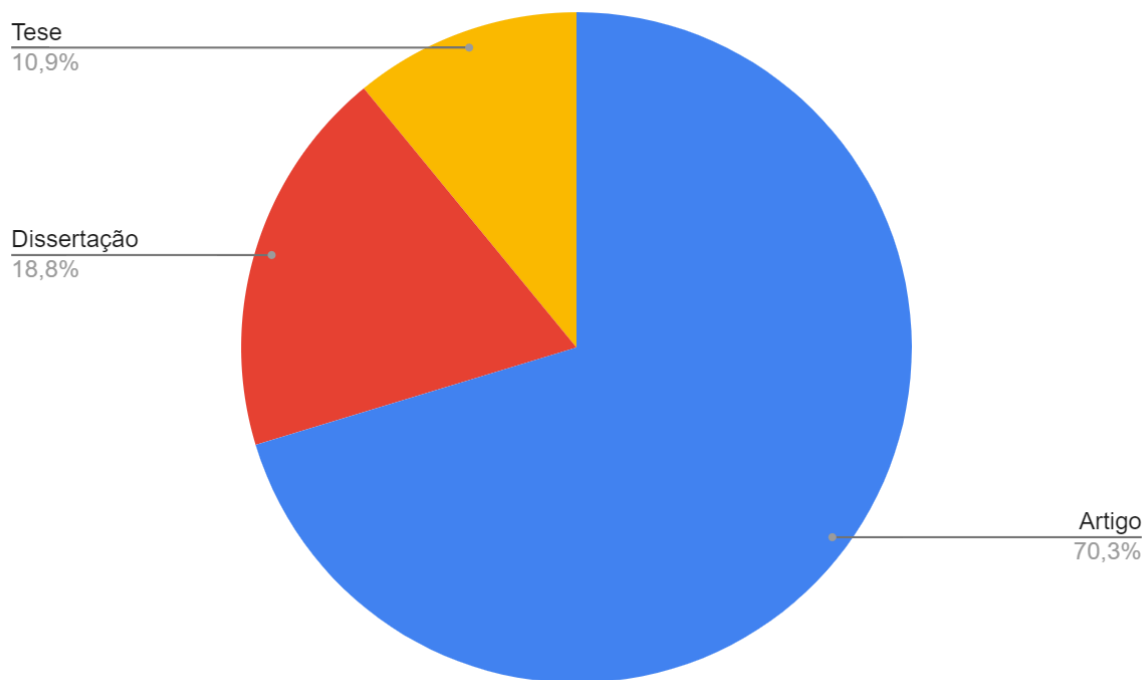
⁷ Abreviação do termo em inglês “*collaboration*”, que significa colaboração / parceria entre indivíduos ou empresas com o objetivo de trabalhar em conjunto em um projeto específico.

⁸ Link de acesso ao site: <https://www.almabravaeco.com>

obteve-se artigos e dissertações para fundamentar nossos estudos, amparando os entendimentos sobre os temas de moda e sustentabilidade com ênfase no conceito de *slow fashion*.

A revisão como um todo, sucedeu em 45 artigos (70,3% dos dados obtidos), 12 dissertações (18,8% dos dados obtidos) e 7 teses (10,9% dos dados obtidos), como demonstra a porcentagem no gráfico abaixo.

Gráfico 1 - Resultado das buscas feita pela RSL



Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2023)

Posteriormente, com base nas publicações encontradas na RSL, considerando as limitações geográficas e a dificuldade de deslocamento às empresas, pois a pesquisadora reside em Jaraguá do Sul (Santa Catarina, Brasil) e as empresas estão situadas em Florianópolis e Criciúma, a tecnologia foi útil ao levantamento de dados mediante formulário. Foram elaborados dois questionários no Google Forms, cada um direcionado e aplicado a uma empresa. Os formulários contendo as perguntas e respostas, podem ser acessados via ⁹link em nota de rodapé.

O intuito destes formulários aplicados foi o levantamento de dados acerca do processo produtivo destas empresas, analisando o perfil de cada uma delas tendo em vista o sistema do *slow fashion*.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante das respostas obtidas pelos formulários, foi constatado que as empresas possuem uma preocupação ambiental na produção de seus artigos. A Pantalones trabalha somente com resíduo, elaborando suas coleções de acordo com os materiais que são descartados de empresas

⁹ Link para acesso as perguntas e respostas sobre as empresas pesquisadas:
<https://drive.google.com/drive/folders/1F21YcRGDBu3-LpM4ACZatFPzEFWp0FVR?usp=sharing>

catarinenses do ramo têxtil e reaproveitando para suas produções. A Ohana, produz suas bolsas com material sintético premium, 100% livre de origem animal e, por fim, Alma Brava tem sua linha de moda praia toda feita por um tecido tecnológico, a poliamida biodegradável.

A revisão sistemática de literatura (RSL), possibilitou o entendimento sobre a relação entre moda, sustentabilidade e *slow fashion*. Também foi constatado que para uma empresa ser identificada como seguidora e atuante no movimento *slow fashion* é necessário que responda a requisitos que definem a moda sustentável, promovendo a cultura e os movimentos lentos, com respeito aos princípios, entre outros, de âmbito ambiental, social e ético.

Segundo Sobreira (2021), uma empresa *slow fashion* deve atender a alguns critérios, como: valorização dos recursos locais, utilização de materiais sustentáveis, comunicação transparente e qualidade do produto. Tendo em vista estes critérios, foi disponibilizado um formulário e as respostas das empresas pesquisadas foram analisadas, no intuito de verificar o perfil dessas, com foco na produção e comunicação dos produtos, identificando o atendimento, não atendimento ou atendimento parcial dos critérios citados.

A tabela a seguir apresenta os critérios e os resultados obtidos com base nas respostas de um formulário padrão enviado às empresas e respondido por seus representantes.

Tabela 1 - Resultados da pesquisa

CRITÉRIOS	PANTALONES	OHANA E ALMA BRAVA
1. Utilização de recursos locais;	Atende. Utilizam tecidos de fim de rolo de indústrias têxteis de Santa Catarina.	Não atende. Os tecidos biodegradáveis vinham de SP e o couro utilizado nas bolsas, RS.
2. Utilização de materiais sustentáveis;	Atende. Reutilizam o que seria descartado nas grandes empresas do Estado.	Atende parcialmente. Os materiais utilizados na marca <i>beachwear</i> são tecidos biodegradáveis e as bolsas feitas com material sintético premium 100% livre de origem animal.
3. Comunicação transparente;	Atende. Possuem um <i>site</i> sobre a marca e também disponibilizam as informações nas redes sociais.	Atende. Possuem site com todas as informações sobre a origem dos produtos e também nas redes sociais.
4. Qualidade e exclusividade do produto;	Atende. São produtos exclusivos, pois sendo de reaproveitamento, a metragem disponível é pouca e como a confecção é toda artesanal, acabam produzindo peças limitadas.	Atende. São produtos limitados e confeccionados em pequena escala dentro do Estado de Santa Catarina.

Fonte: elaborado pelo próprio autor (2023)

Com base na questão deste estudo: "como as empresas catarinenses estão executando os seus produtos para inserir-se no perfil de uma organização *slow fashion*?" No limite das

empresas pesquisadas, a empresa Pantalones responde totalmente no perfil do *slow fashion*, atendendo todos os critérios denominados neste estudo. Já as empresas Ohana e Alma Brava, atendem parcialmente, tendo em vista o não atendimento da utilização dos recursos locais e o atendimento de partes dos critérios na utilização de materiais sustentáveis, estabelecidos na pesquisa para análise dos espaços comerciais citados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A finalidade desta pesquisa foi caracterizar três empresas catarinenses do segmento *slow fashion* a fim de sistematizar seu perfil dentro deste mercado específico. Diante das respostas obtidas com os formulários e análise dos itens estabelecidos para este fim, foi sintetizado que a empresa Pantalones atende totalmente aos pontos definidos, enquanto as empresas Ohana e Alma Brava, atendem parcialmente, tendo em vista o não atendimento ou atendimento de partes dos critérios estabelecidos na pesquisa.

Esta investigação trouxe novos aprendizados à esfera científica, ainda que de forma tecnológica, devido às limitações de tempo e recursos para o deslocamento físico até as empresas, que ficam distantes. A experiência da comunicação com as proprietárias das empresas se deu de forma estável e assertiva, visto que estavam dispostas a colaborar com a pesquisa. Para futuros estudos, pode-se ampliar a gama de empresas participantes e incluir formas mais detalhadas de análise sobre o assunto.

Como a sociedade atualmente está buscando formas mais sustentáveis de consumo, evidenciar as empresas que produzem para esta causa faz com que a visibilidade aumente para aquilo que é ecologicamente correto e cada vez mais conscientizando a todos.

AGRADECIMENTOS

Minha gratidão primeiramente à Deus, por toda proteção durante o percurso da graduação. Agradeço a toda minha família pelo apoio e entendimento. À minha orientadora, obrigada por todo comprometimento e dedicação a minha pesquisa e também pelo conhecimento compartilhado. Para as proprietárias das empresas participantes deste trabalho, gratidão pela participação, por estarem dispostas a mostrar seus ideais e pelo tempo disponibilizado para responder aos questionários.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Érica Janaina Rodrigues de; DILARRI, Guilherme; CORSO, Carlos Renato. **A indústria têxtil no Brasil: Uma revisão dos seus impactos ambientais e possíveis tratamentos para os seus efluentes**. Departamento de Bioquímica e Microbiologia, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Avenida 24 A, nº 1515, 13506-900, Rio Claro - SP. Disponível em: <<https://conexaoagua.mpf.mp.br/arquivos/artigos-cientificos/2016/01-a-industria-textil-no-brasil-um-a-revisao-dos-seus-impactos-ambientais-e-possiveis-tratamentos-para-os-seus-efluentes.pdf>>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

ANICET, Anne; RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Relações entre moda e sustentabilidade**. 9º Colóquio de moda, 2013. Disponível em:

<<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Sustentabilidade/Relacoes-entre-moda-e-sustentabilidad.pdf>>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

CAMPOS, Amanda Queiróz. **Panorama da Indústria de Moda Catarinense**: Desafios na valorização estética simbólica dos produtos do vestuário. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, VOL XIII (25), p. 57-68. Disponível em:

<<https://convergencias.ipcb.pt/index.php/convergences/article/view/109>>. Acesso em: 10 de out. de 2023.

CARVALHO, Mariana Moreira. BABINSKI, Valdecir Júnior. SCHULTE, Neide Köhler. DOS SANTOS, Célio Teodorico. Preocupação Ambiental e Produção Industrial: Um Exemplo de Santa Catarina. **Mix Sustentável**, 2020, Vol.6 (2), p. 163 - 174. Disponível em:

<https://rnp-primo.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/fulldisplay?docid=TN_cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_c788ad98dc4644b3ae75a7b415d4ec43&vid=CAPES_V3&search_scope=default_scope&tab=default_tab&lang=pt_BR&context=PC>. Acesso em: 10 de out. de 2023.

CESTARI, Glauba Alves do Vale. **Cerâmica do quilombo de Itamatatua**: interações do design com o artesanato voltadas à sustentabilidade. 2014. 190 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Design. Universidade Federal do Maranhão, 2014. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/279157874_Artesanato_tradicional_design_e_sustentabilidade_com_a_palavra_quem_produz_ceramica_em_Itamatatua>. Acesso em: 10 de out. de 2023

CONTINO, Joana. **Indústria 4.0**: organização do trabalho e indústria da moda. 13º Congresso pesquisa e desenvolvimento em design, Univille, Joinville (SC), 2018. Disponível em:

<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2018/6.1_ACO_04.pdf>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

FERRONATO, Priscilla; FRANZATO, Carlo. Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda. **ModaPalavra e-periódico**, 2015, p. 103-115. Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Disponível em: <

<https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051509007.pdf>>. Acesso em: 10 de out. de 2023.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. Moda e sustentabilidade, design para a mudança. **IARA - Revista de moda, cultura e arte**. São Paulo: Editora Senac, 2011. ISBN: 978-8539601639.

Disponível em:

<http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/08_IARA_vol5_n2_Resenha.pdf>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008. Disponível em:

<<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 10 de out. de 2023.

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Cadernos do grupo de altos estudos, vol. I. Programa de Engenharia de Produção da Coppe / UFRJ, 2008. Disponível em:

<https://instrumentosprojetuais.files.wordpress.com/2019/02/design-para-inovacca7acc83o-e-sustentabilidade_manzini.pdf>. Acesso em: 10 de out. de 2023.

MENDES, Rafaela Ferreira Rodrigues. **Os bastidores da indústria da moda**: desafios no enfrentamento do trabalho escravo no Brasil, Araçatuba, 2018. Disponível em:

<<https://servicos.unitoledo.br/repositorio/bitstream/7574/1790/3/OS%20BASTIDORES%20DA%20IND%20C3%20A%20TRIA%20DA%20MODA-DESAFIOS%20NO%20ENFRENTAMENTO%20DO%20TRABALHO%20ESCRAVO%20DO%20BRASIL%20-%20RAFAELA%20FERREIRA%20RODRIGUES%20MENDES.pdf>>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

MESQUITA, Patrícia. **A Sustentabilidade na Indústria da Moda**, Covilhã, 2015. Disponível em: <https://ubiblorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/5580/1/4542_8586.pdf>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

NISHIMURA, Maicon Douglas Livramento. **Vestuário de moda sustentável**: elementos que agregam valor ao produto. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/190895>>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

PAZMINO, Ana Verónica. **Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável**. Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, Curitiba, 2007. ISBN 978-85-60186-01-3. Disponível em: <<https://naolab.nexodesign.com.br/wp-content/uploads/2012/03/PAZMINO2007-DSocial-EcoD-e-D-Sustentavel.pdf>>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

PEREIRA, Dilara Rubia; NOGUEIRA, Márcia Ferreira. **Moda sob medida uma perspectiva do slow fashion**. 9º Colóquio de Moda, Fortaleza (CE), 2013. Disponível em: <http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-1-DESIGN_COMUNICACAO-ORAL/Moda-sob-medida-uma-perspectiva-do-slow-fashion.pdf>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

PRADO, Luís André do. **Indústria do vestuário e moda no Brasil do século XIX a 1960**: da cópia e adaptação à autonomização subordinada. 2019, 433 p. Tese de doutorado em História Econômica – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8137/tde-16102019-145105/publico/2019_LuisAndreDoPrado_VCorr.pdf>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

SERRÃO, Mônica. ALMEIDA, Aline. CARESTIATO, Andréa. **Sustentabilidade**: uma questão de todos nós. Editora Senac São Paulo, 14 de maio de 2020 - 206 páginas. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=1dfkDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 10 de out. de 2023.

SILVA, Adilson. **A organização do trabalho na indústria do vestuário: uma proposta para o setor da costura**. Florianópolis. 2002. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/82517/189978.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

SOBREIRA, Érica Maria Calíope. SILVA, Clayton Robson Moreira da. ROMERO, Cláudia Buhamra Abreu. Consumo Colaborativo de Moda e Slow fashion: percursos para uma moda sustentável. **ModaPalavra e-periódico / VARIATA**, Florianópolis, V. 14, N.34, p.35–60, out./dez. 2021. Disponível em: <<https://periodicos.udesc.br/index.php/modapalavra/issue/view/706/318>>. Acesso em: 10 de out. de 2023.

VIEIRA, Suellen Cristina. **Moda, Artesanato e Imaginário Social**: O *Slow Fashion* como potência simbólica na sociedade pós-moderna. Mestrado em Ciências da Linguagem. Instituição de Ensino: Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Tubarão, 2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/3199/1/DISSERTA%c3%87%c3%83_O_SUELLEN_CRISTINA_VIEIRA_2020.pdf>. Acesso em: 10 de out. de 2023.