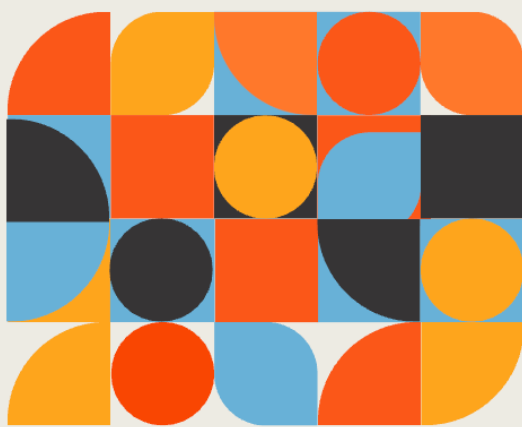




ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS DA DIMENSÃO SOCIAL DA SUSTENTABILIDADE NA MODA BRASILEIRA

Analysis of the Principles of the Social Dimension of Sustainability in Brazilian Fashion

Espadoto, Vitória Maginador; Graduanda; Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP,
vitoriamaginadorespadoto@aluno.faip.edu.br¹;

Ferreira, Camili Gabrieli; Graduanda; Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP,
camiligabrieliferreira@aluno.faip.edu.br²;

Soriano, Rhayssa de Lima; Graduanda; Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP,
rhayssadelimasoriano@aluno.faip.edu.br³;

Viggiani, Maria Fernanda Sornas; Doutoranda; Universidade Estadual Paulista – UNESP,
fernanda.sornas@unesp.br⁴.

Resumo: A dimensão social da sustentabilidade na moda brasileira envolve trabalho digno, inclusão social, consumo responsável e valorização cultural local. Exemplos como o projeto “Trabalho Escravo Nunca Mais”, a linha Adapt&, o programa “Cara e Coroa”, o movimento Fashion Revolution e o estilista Ronaldo Fraga ilustram essa prática. Essas iniciativas mostram a moda como agente de transformação social e ética. A conclusão do trabalho reforça a importância de integrar ética, justiça e responsabilidade social na moda.

Palavras chave: Coesão social; Equidade; Responsabilidade social.

Abstract: The social dimension of sustainability in Brazilian fashion involves dignified work, social inclusion, responsible consumption, and the appreciation of local culture. Examples such as the “Trabalho Escravo Nunca Mais” project, the Adapt& line, the “Cara e Coroa” program, the Fashion Revolution movement, and the designer Ronaldo Fraga illustrate this practice. These initiatives demonstrate fashion as an agent of social and ethical transformation. The conclusion of this work emphasizes the importance of integrating ethics, justice, and social responsibility in fashion.

Keywords: Social cohesion; Equity; Social responsibility.

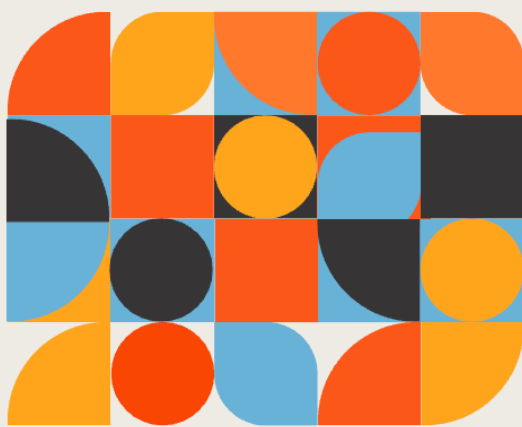
¹ Graduanda do Curso de Bacharelado em Moda e participante do Programa de Iniciação Científica da Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP. Marília/SP.

² Graduanda do Curso de Bacharelado em Moda e participante do Programa de Iniciação Científica da Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP. Marília/SP.

³ Graduanda do Curso de Bacharelado em Moda e participante do Programa de Iniciação Científica da Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP. Marília/SP.

⁴ Doutoranda e Mestre em Design pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Especialista em Direito da Moda (2020) e Gestão Empresarial (2011) pelo UniCesumar e em Moda, Produto e Comunicação (2011) pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Bacharel em Moda (2009) pelo UniCesumar. Professora na Faculdade do Interior Paulista (FAIP, Marília/SP), professora bolsista no Instituto Federal de São Paulo (Campus Bauru/SP) e professora no Centro Universitário Sagrado Coração (Unisagrado – Bauru/SP).





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Introdução

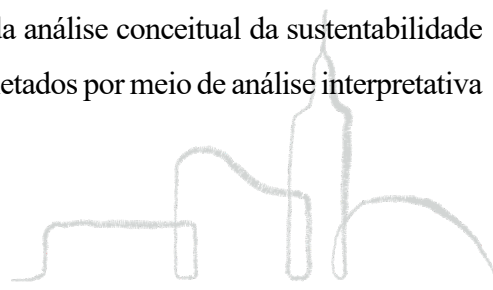
Nos últimos anos, a sustentabilidade tornou-se fundamental para enfrentar desafios ambientais, sociais e econômicos. Popularizada pela Comissão Brundtland da Organização das Nações Unidas (ONU) em 1983, seu marco foi o relatório “Nosso Futuro Comum” (1987), que definiu desenvolvimento sustentável como o atendimento das necessidades atuais sem comprometer as futuras gerações. Essa definição passou a guiar políticas e práticas que integram crescimento econômico, justiça social e preservação ambiental. Desde então, a sustentabilidade vem sendo incorporada em agendas governamentais, projetos comunitários e estratégias corporativas focadas na responsabilidade socioambiental (CMMAD, 1991).

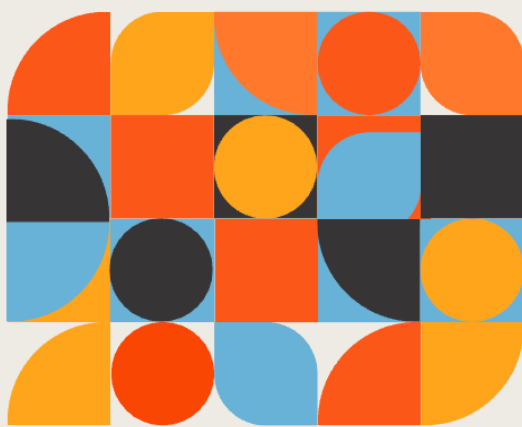
No contexto da indústria da moda, a sustentabilidade tem adquirido crescente relevância, especialmente diante do impacto socioambiental significativo desse setor, considerado o segundo mais poluente do mundo, superado apenas pela indústria petrolífera (Viggiani; Mendes; Barbosa, 2023). Além da degradação ambiental, a cadeia produtiva da moda destaca-se por recorrentes violações de direitos humanos, como a incidência de trabalho análogo à escravidão, particularmente em países em desenvolvimento, conforme apontam relatórios da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e do Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (Viggiani; Barata, 2021).

O agravamento dessa situação começou na Revolução Industrial, quando o capitalismo priorizou o lucro em detrimento do meio ambiente e das condições de trabalho. A consolidação do *fast fashion* (moda rápida, em tradução livre), com produção rápida e consumo em massa, intensificou os problemas sociais e ambientais na indústria da moda (Fletcher; Grose, 2011).

Neste contexto, este trabalho tem como objetivo geral analisar a aplicação dos princípios da dimensão social da sustentabilidade na moda brasileira, com base em casos reais. Os objetivos específicos incluem: demonstrar a relação entre moda e desenvolvimento sustentável, destacando suas interconexões; identificar os princípios da dimensão social segundo Santos *et al.* (2019); e explorar ações práticas na moda brasileira que incorporam esses princípios.

Esta pesquisa qualitativa e exploratória, baseada em revisão bibliográfica e documental, busca compreender fenômenos em seus contextos reais. Utilizando o método dedutivo, partiu-se da análise conceitual da sustentabilidade social para examinar práticas específicas na moda brasileira. Os dados foram coletados por meio de análise interpretativa





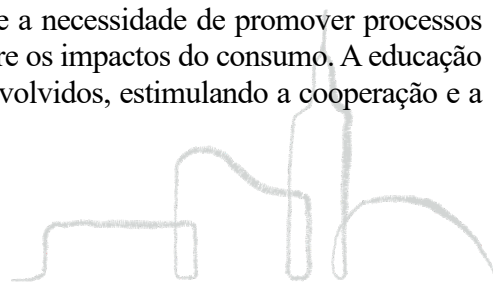
de diversas fontes publicadas entre 2012 e 2023, além da observação de ações práticas analisadas em aulas, enriquecendo a aplicação dos conceitos estudados (Gil, 2002).

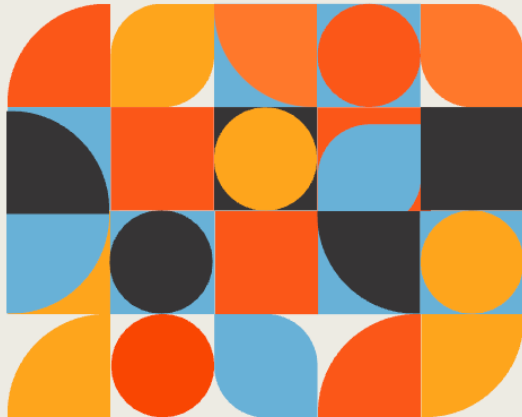
Dimensão Social da Sustentabilidade

A dimensão social da sustentabilidade é tão relevante quanto as esferas ambiental e econômica, especialmente no campo do design para a sustentabilidade, que visa promover uma sociedade mais justa, inclusiva e equitativa (Santos *et al.*, 2019). Envolve a garantia de condições dignas de trabalho, o respeito às culturas locais e a valorização do bem-estar coletivo, articulando princípios como coesão social, equidade, inclusão e educação para o consumo consciente.

No setor da moda, essa dimensão assume papel importante. Embora haja iniciativas voltadas à ética e à valorização cultural, persistem problemas como o trabalho análogo à escravidão e a violação de direitos humanos (Viggiani; Barata, 2021). A moda socialmente sustentável deve priorizar práticas como o *slow fashion* (moda lenta, em tradução livre), o respeito aos produtores locais e a valorização de saberes tradicionais. Para isso, princípios como o fortalecimento da coesão social, a promoção da equidade, a valorização de competências locais e a educação em sustentabilidade tornam-se fundamentais. São princípios sociais da sustentabilidade destacados por Santos *et al.* (2019):

1. **Melhorar as condições de trabalho e emprego:** Este princípio compreende o planejamento e a implementação de ambientes laborais seguros, salubres e humanizados, visando o bem-estar físico e mental dos trabalhadores. Inclui, ainda, a garantia de jornadas equilibradas que permitam tempo para o lazer, a convivência familiar e o desenvolvimento pessoal.
2. **Favorecer a inclusão de todos:** Refere-se à criação de soluções que ampliem a equidade e a justiça social, com atenção especial a grupos em situação de vulnerabilidade. Busca-se a construção de uma sociedade mais ética, na qual todos tenham acesso igualitário a oportunidades e direitos.
3. **Melhorar a coesão social:** Este princípio envolve a adoção de estratégias que promovam a integração entre indivíduos com diferentes origens e características, incentivando a convivência harmoniosa, a tolerância mútua e o engajamento coletivo em torno de objetivos comuns.
4. **Promover a educação para a sustentabilidade:** Ressalta-se a necessidade de promover processos educativos contínuos que despertem a consciência crítica sobre os impactos do consumo. A educação deve alcançar consumidores, produtores e demais agentes envolvidos, estimulando a cooperação e a responsabilidade compartilhada.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

5. **Instrumentalizar o consumo responsável:** Implica desenvolver produtos, serviços e sistemas que orientem organizações e indivíduos a fazer escolhas informadas e conscientes, considerando os efeitos sociais, ambientais e econômicos de suas ações de consumo.
6. **Valorizar os recursos e saberes locais:** Defende-se o fortalecimento de sistemas produtivos baseados nas competências e matérias-primas regionais, promovendo a regeneração cultural e econômica das comunidades. Essa valorização estimula a identidade local, a autonomia dos agentes envolvidos e a preservação dos saberes tradicionais.

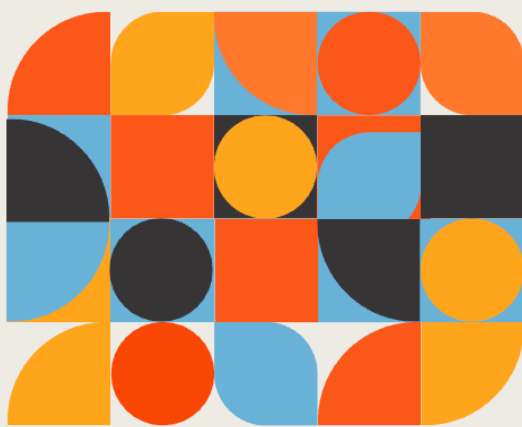
Segundo Fletcher e Grose (2011), a lógica globalizada da indústria da moda ignora os impactos sociais e ambientais ao centralizar a produção em larga escala. Em contraponto, o design local estimula soluções alinhadas à cultura e aos recursos regionais, gerando emprego, reduzindo transporte e promovendo diversidade cultural e estética. Ao projetar com sensibilidade ao local, o designer deixa de tratar elementos culturais como ornamento superficial e passa a reconhecer seus significados históricos e simbólicos.

Nesse contexto, valorizar atores e comunidades locais no desenvolvimento da moda requer uma abordagem inovadora e inclusiva, capaz de desafiar estruturas tradicionais de poder e gerar impactos sociais positivos por meio de parcerias sustentáveis e transformadoras.

Casos reais brasileiros sob a ótica da dimensão social da sustentabilidade

A partir dos princípios da dimensão social da sustentabilidade apresentados por Santos *et al.* (2019), diversas iniciativas brasileiras demonstram a aplicação prática desses conceitos no setor da moda. Um exemplo emblemático é o projeto “Trabalho Escravo Nunca Mais #SomosLivres”, desenvolvido em 2021, que visou melhorar as condições de trabalho e emprego, atendendo mulheres e homens resgatados de situações análogas à escravidão na indústria da moda em São Paulo. Conforme a Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2021), o projeto ofereceu capacitação profissional em design de moda em parceria com o Ministério Público do Trabalho (MPT) e a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Essa iniciativa combate à exploração laboral, fomenta o trabalho decente e promove a inclusão





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

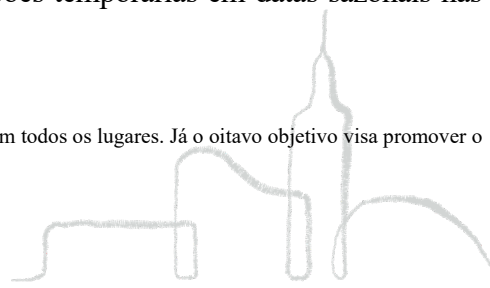
social, alinhada aos objetivos da Agenda 2030⁵ da ONU. As oficinas, conduzidas por profissionais renomados como a equipe do estilista Reinaldo Lourenço, proporcionaram aos participantes não só o desenvolvimento técnico, mas também a restauração da autoestima e a ampliação das perspectivas de vida. O projeto culminou em um desfile exibido no Museu da Imigração e repercutido na Revista Elle nas redes sociais (Viggiani; Viggiani, 2021).

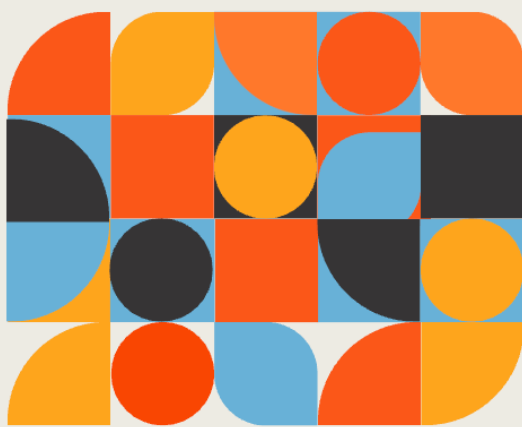
Além de contribuir para a melhoria das condições laborais, o projeto reforçou o princípio da educação em sustentabilidade ao oferecer formação contínua voltada para uma inserção crítica e responsável no setor da moda. Essa abordagem permite que os participantes compreendam os impactos sociais e culturais do trabalho digno, estimulando práticas sustentáveis e fortalecendo a capacidade de ação consciente no contexto produtivo. Assim, contribui-se para a construção de trajetórias profissionais éticas e inclusivas, demonstrando que a educação é fundamental para a transformação social dentro da indústria da moda.

O princípio da inclusão social, também destacado por Santos *et al.* (2019), encontra expressão na linha Adapt&, lançada em 2021 pela marca Reserva em parceria com a Equal Moda Inclusiva. Essa coleção foi desenvolvida para atender às necessidades de pessoas com deficiência, que no Brasil somam aproximadamente 12 milhões, promovendo maior autonomia e inclusão social. Com peças adaptadas que mantêm o design convencional, mas com funcionalidades como zíperes laterais, botões de pressão e ajustes ergonômicos, a linha facilita o vestir e o uso diário para pessoas com deficiências físicas ou motoras (FASHIONUNITED, 2021). Em 2023, o projeto foi ampliado para incluir roupas íntimas adaptadas e recursos de acessibilidade nos pontos de venda, como atendimento em Libras e *QR Codes* com audiodescrição, refletindo sensibilidade às demandas do público e alinhamento com práticas éticas e sustentáveis (Moda em rodas, 2023).

No que se refere ao fortalecimento da coesão social, outro princípio essencial da dimensão social da sustentabilidade (Santos *et al.*, 2019), destaca-se o programa “Cara e Coroa”, da marca Reserva, iniciado em 2018 para oferecer oportunidades de emprego a profissionais com 50 anos ou mais. Segundo Rodrigues (2015), o programa foi motivado pela observação da assiduidade e experiência dos colaboradores seniores, promovendo uma troca geracional saudável no ambiente de trabalho. A iniciativa, que teve início com contratações temporárias em datas sazonais nas

⁵ A Agenda 2030 estabelece, como seu primeiro objetivo, a erradicação da pobreza em todas as suas formas e em todos os lugares. Já o oitavo objetivo visa promover o crescimento econômico sustentável, aliado à garantia de trabalho decente para todas as pessoas.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

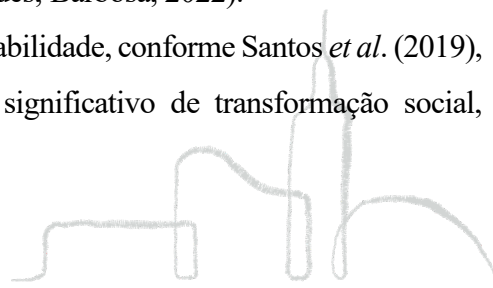
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

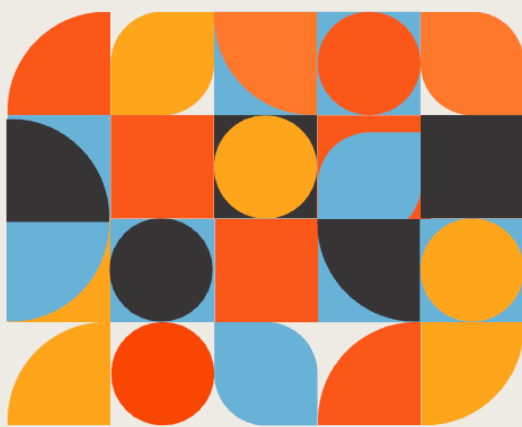
regiões do Rio de Janeiro e São Paulo, expandiu-se para incluir pessoas com mais de 60 anos em 2014 e, posteriormente, profissionais com mais de 50 anos. Parcerias com plataformas como “Vagas.com” facilitaram a criação de bancos de talentos específicos para esse grupo, reforçando a inclusão e a valorização da diversidade etária no mercado de trabalho. Ao promover o respeito intergeracional, o programa fortalece o conhecimento acumulado e contribui para uma cultura organizacional plural e coesa, demonstrando um compromisso prático com a coesão social.

O incentivo ao consumo responsável, quinto princípio destacado por Santos *et al.* (2019), é amplamente representado pelo movimento Fashion Revolution, criado em 2014 após o trágico desabamento do edifício Rana Plaza, em Bangladesh, que matou 1.134 trabalhadores submetidos a condições análogas à escravidão. O movimento, que utiliza a *hashtag* “#QuemFezMinhasRoupas”, visa conscientizar consumidores e promover transparência na cadeia produtiva da moda, mobilizando para um setor mais justo e sustentável (Arantes, 2020). No Brasil, o Fashion Revolution atua há mais de seis anos, organizando eventos, o Fórum Fashion Revolution e a Semana Fashion Revolution, que reúne oficinas, debates e campanhas para incentivar a consciência crítica e o consumo ético. Um destaque é o Índice de Transparência da Moda, que avalia a abertura das marcas em relação às suas cadeias produtivas e incentiva a prestação de contas socioambientais (Luglio, 2021).

Finalmente, a valorização de recursos e competências locais, sexto princípio da dimensão social da sustentabilidade (Santos *et al.*, 2019), está expressa no trabalho do estilista brasileiro Ronaldo Fraga. Reconhecido por incorporar cultura, história e identidade regional em suas coleções, Fraga fortalece comunidades locais ao promover o conhecimento tradicional e resgatar memórias e saberes populares. Seu trabalho valoriza pessoas e materiais oriundos das regiões retratadas em seus desfiles, evidenciando o potencial da moda como agente de transformação cultural e social. O estilista foi o primeiro a receber a Ordem do Mérito Cultural (2007), reconhecimento que destaca sua contribuição à valorização da cultura brasileira. Suas coleções, sempre temáticas e narrativas, enfatizam aspectos identitários que inspiram estudos acadêmicos em moda e sustentabilidade. Para Fraga, o Brasil é visto pelo olhar mestiço, reconhecendo na diversidade cultural uma fonte inesgotável de inspiração, o que lhe permite criar moda com propósito integrando dimensões sociais, culturais e ambientais (Viggiani; Mendes; Barbosa, 2022).

Em síntese, a análise dos seis princípios da dimensão social da sustentabilidade, conforme Santos *et al.* (2019), mostra que a moda brasileira tem se configurado como um instrumento significativo de transformação social,





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

promovendo trabalho digno, inclusão, consumo consciente, coesão social e valorização cultural. Projetos como “Trabalho Escravo Nunca Mais”, a linha Adapt&, o programa “Cara e Coroa”, o movimento Fashion Revolution e o trabalho de Ronaldo Fraga demonstram que é possível integrar ética, justiça e responsabilidade social à cadeia produtiva da moda. Essas iniciativas ressaltam a urgência de um modelo mais humano, inclusivo e participativo, que valorize saberes locais, respeite direitos fundamentais e fomente a diversidade e a equidade no setor da moda.

Considerações Finais

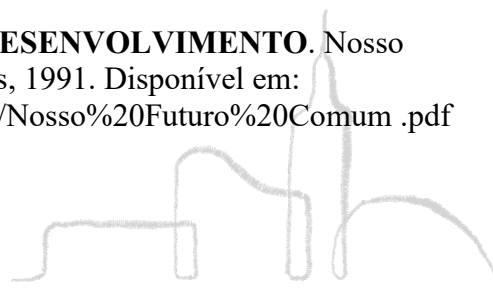
Conclui-se que a dimensão social da sustentabilidade é fundamental para a transformação da indústria da moda no Brasil, promovendo práticas que valorizam o trabalho digno, a inclusão social, o consumo responsável e a valorização cultural local. Os exemplos analisados demonstram que, apesar dos desafios históricos e estruturais, há iniciativas concretas que buscam alinhar produção e consumo com princípios éticos e sociais, contribuindo para um setor mais justo e inclusivo. Dessa forma, a moda pode funcionar como um agente de mudança social, capaz de fortalecer comunidades, preservar saberes e ampliar a participação social no desenvolvimento sustentável.

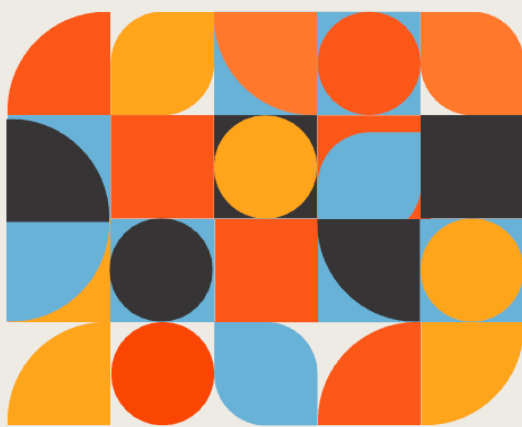
Para futuras pesquisas, recomenda-se aprofundar estudos sobre os impactos a longo prazo dessas iniciativas na vida dos trabalhadores e comunidades envolvidas, bem como investigar as barreiras e oportunidades para a ampliação de práticas socialmente sustentáveis em outras regiões e segmentos do setor. Além disso, sugere-se explorar as percepções e comportamentos dos consumidores brasileiros diante da sustentabilidade social na moda, buscando compreender como esses fatores influenciam as escolhas de compra e a pressão por transparência e ética das marcas.

Referências

ARANTES, Hellen Rodrigues. Fashion Revolution Brasil: o consumo consciente no cotidiano do instagram à luz da publicidade social de causa. 2020. 240 f. **Dissertação** (Mestrado em Mídia e Cotidiano) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2020. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/13040>. Acesso em: 02 maio 2025.

CMMAD – COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. Nosso Futuro Comum. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4245128/mod_resource/content/3/Nosso%20Futuro%20Comum.pdf. Acesso em: 23 maio 2025.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

FASHIONUNITED. Reserva lança linha inclusiva para consumidor PcD. FashionUnited, 1 set. 2021. Disponível em: <https://fashionunited.com.br/news/fashion/reserva-lanca-linha-inclusiva-para-consumidor-pcd-1630518386/20210901420200>. Acesso em: 2 jul. 2025.

FLEATHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade:** design para mudança. Tradução: Janaína Marcoantonio. São Paulo: Editora Senac, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LUGLIO, Isabella. Responder #EuFizSuasRoupas é importante, mas não é o suficiente. In: **Carta Capital.** 11 abr. 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/fashion-revolution/responder-eufizsuasroupas-e-importante-mas-nao-e-o-suficiente/>. Acesso em: 02 maio 2025.

MODA EM RODAS. Reserva lança underwear adaptado para pessoas com deficiência. Moda em Rodas, 14 mar. 2023. Disponível em: <https://www.modaemrodas.com/post/linha-underwear-adapte>. Acesso em: 2 jun. 2025.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). **Linha, Agulha e Inclusão:** capacitação profissional em moda cria oportunidade de trabalho decente para migrantes em São Paulo. 24 mar. 2021. Disponível em: http://www.oit.org/brasil/noticias/WCMS_776327/lang-pt/index.htm. Acesso em: 31 mar. 2025.

RODRIGUES, Anna Caroline. Reserva contrata profissionais com mais de 50 anos para o Natal. **Você S/A,** 11 dez. 2015. Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/geral/reserva-contrata-profissionais-com-mais-de-50-anos-para-o-natal/>. Acesso em: 2 jun. 2025.

SANTOS, Aguinaldo dos; *et. al.* **Design para a sustentabilidade:** dimensão social. Curitiba, PR: Insight, 2019.

VIGGIANI, Maria F.S.; VIGGIANI, Tatiana S. O panorama do resgate de trabalhadores escravizados pelas indústrias têxteis e seus direitos. In: MOREIRA, Amanda O. C. **Estudos sobre fashion law:** do clássico ao inovador. Curitiba: Brazil Publishing, 2021. 149-168 p.

VIGGIANI, Maria Fernanda S.; BARATA, Tomas Queiroz F. O combate ao trabalho análogo a escravo nas indústrias têxteis. In: **VIII Simpósio de Design Sustentável.** 2021. Curitiba/PR. Disponível em: <https://eventos.ufpr.br/sds/sds/paper/viewFile/4508/997>. Acesso em: 20 nov. 2022.

VIGGIANI, Maria Fernanda Sornas; MENDES, Francisca Dantas; BARBOSA, Lara Leite. A valorização e a inclusão de comunidades em projeto de moda: coleções de Ronaldo Fraga. **Modapalavra e-periódico,** Florianópolis, v. 16, n. 40, p. 118–166, 2023. DOI: 10.5965/1982615x16402023118. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/23106>. Acesso em: 1 jun. 2025.

