

# Princípios e heurísticas instrumentalizadores da dimensão social na moda

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.139.16>

**Janice Rodrigues<sup>1</sup>, Mônica Moura<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> *Universidade Federal do Paraná, janiceaccioli@ufpr.br*

<sup>2</sup> *Universidade Estadual Paulista, monica.moura@unesp.br*

## Resumo

Uma das dimensões existentes e relevantes para o impulsionar da sustentabilidade é a dimensão social. Da mesma faz parte trazer um ambiente com maior inclusão das pessoas, em diversos aspectos, com maior justiça e garantia de direitos, além de maiores oportunidades e diminuição das desigualdades. Sendo assim, o presente artigo se detém a tratar sobre os princípios e as heurísticas propiciadoras da concretização da dimensão social da moda, os quais já têm sido praticados, o que pode ser comprovado pelos diversos exemplos expostos.

## Palavras-chave

Design; Sustentabilidade; Moda; Dimensão social

## 1. Introdução

Para entender melhor o funcionamento da dimensão social na moda, definir-se-á, primeiramente, o que é a dimensão social. Conforme Santos et al. (2019, p.46) a dimensão social é aquela na qual se prima pelas características essenciais ao desenvolvimento de uma sociedade mais sustentável, ou seja, “mais inclusiva, justa e democrática”. Este contexto acarreta a constante busca por valores como “a fraternidade, a igualdade e a liberdade”, além da coesão social e equidade. A coesão implica em um compartilhamento de objetivos, ações, ideais e crenças, por um grupo de indivíduos, e é importante para a construção da sustentabilidade, pois o partilhar das visões sustentáveis contribuem na criação de modos de produção e consumo neste sentido (Santos et al., 2019).

Conforme Vezzoli (2010), o Design pode contribuir com a coesão social, através da promoção e favorecimento de sistemas que facilitem a agregação dos indivíduos, com opiniões iguais e divergentes, inseridos nas comunidades. Já a equidade diz respeito à busca da diminuição de barreiras diversas que podem gerar desigualdades sociais, culturais, econômicas e políticas, além de primar pela justiça, com igualdade de oportunidade para todos; o tratamento diferenciado deve-se dar, apenas, para os que estão em desvantagem (Santos et al., 2019).

Considerando o raciocínio acima na moda, a dimensão social é aquela na qual não há trabalho infantil e/ou forçado; há um ambiente de trabalho seguro e saudável; cumprimento das leis; salários assegurando as necessidades básicas dos trabalhadores; jornada de trabalho adequada; gestão política da empresa conforme os requisitos da responsabilidade social; valorização da produção local e pequenos negócios com mão de obra local; geração de emprego e renda para as comunidades dos arredores (Lima et al., 2017). Além disso, o design objetivando a satisfação das necessidades das pessoas com menos recursos e/ou que tenham algum tipo de limitação – design social (Margolin e Margolin, 2014; Moura, 2018) e a criação de laços, com roupas valorizando o estilo do usuário, para não haver o consumo desenfreado – design para a empatia (Lima et al., 2017). Desta forma, o presente artigo pretende abordar os princípios e as heurísticas necessárias ao alcance da dimensão social na moda em sua plenitude. Também se propõe a fornecer exemplos, oriundos de diversas partes do mundo, da aplicação das heurísticas.

## 2. Método

O artigo em questão foi escrito, essencialmente, com o auxílio da revisão bibliográfica assistemática, a qual trouxe resultados substanciais. Esta revisão foi dividida em duas etapas: a) a revisão teve como base os autores conhecidos por seus trabalhos em relação a sustentabilidade como Manzini (2008), Vezzoli (2022), Gwilt (2014), Salcedo (2014) e Santos (2019), em prol de trazer um panorama aprofundado do assunto; b) foram selecionados textos de outros autores relacionados a moda, sustentabilidade, dimensão social, dentre outros, a fim de complementar as informações

obtidas. Os textos encontrados proporcionaram a escolha dos melhores para o desenvolvimento do artigo.

### 3. Resultados

#### 3.1. Princípios e estratégias de implementação

Os princípios aqui elencados possuem o papel de facilitadores na busca de soluções para uma esfera mais sustentável. Baseados em Santos et al. (2019) e trazendo as informações voltadas para a moda, estão os princípios instrumentalizadores da dimensão social na moda e suas respectivas estratégias de implementação:

- a) Melhorar as condições de trabalho e emprego na moda:** é um princípio que aborda tanto o ambiente físico de trabalho e a sua respectiva garantia de segurança e higiene, quanto sobre as condições do emprego, o que é importante para a motivação do trabalhador. Como estratégias de implementação, há a contribuição para ampliar o poder de negociação dos trabalhadores, no sentido de serem ouvidos, quanto às suas necessidades e direitos. Além disso, favorecimento aos mesmos, de jornadas e formas de trabalho flexíveis que proporcionem um tempo disponível para a vida pessoal;
- b) Favorecer a inclusão de todos na moda:** o princípio em questão está embasado na equidade. Isto significa a busca por soluções para amenizar a situação de vulnerabilidade e desvantagem dos trabalhadores e de outros núcleos que podem estar ligados à moda, como as comunidades locais, as pessoas com deficiência (PCD) e os idosos. Em relação a estes dois últimos, está incluso uma moda que atenda às suas necessidades (Gwilt, 2014). A busca pelas soluções mencionadas está baseada no foco da dimensão social que é a “democracia, direitos humanos, liberdade, segurança, educação, empregabilidade, respeito à diversidade cultural e identidade” (Vezzoli, 2010; Santos et al., 2019). Dentre as estratégias de implementação do princípio em questão que podem ser proporcionadas pelo design, estão as formações e treinamentos, em prol de uma maior capacitação profissional relacionada à moda; uso da tecnologia nos locais de trabalho para facilitar a atuação das pessoas com deficiência, além de espaço físico acessível para os mesmos; disponibilidade do Designer em se mostrar acessível aos trabalhadores marginalizados, em prol de um diálogo aberto;
- c) Melhorar a coesão social na moda:** este princípio aborda soluções que promovam a aproximação de pessoas diferentes, em prol da tolerância e confluência para um rol de objetivos em comum. Em relação às estratégias de implementação, têm-se as políticas públicas em prol do pleno acesso ao emprego; eliminação da discriminação de grupos menos favorecidos, permitindo que se expressem e que cresçam profissionalmente; estímulo a colaboração entre atores locais, nos moldes distribuídos, com o intuito de troca de conhecimentos e união para executar um trabalho; maior

integração entre locais próximos para a produção nos moldes distribuídos (Santos et al., 2019);

**d) Valorizar recursos e competências locais:** este princípio diz respeito à promoção e ao favorecimento de sistemas, produtos e serviços para a regeneração e a valorização dos recursos e competências locais. Além disso, fazer com que os valores e identidades locais adicionem ao produto de moda um atrativo a mais, e proporcionar às comunidades locais uma maior inserção no processo projetual e produtivo. Assim, haverá um desenvolvimento real da localidade. Isto implica no contexto da economia distribuída, na qual os atores locais estão em evidência. Como estratégias de implementação, considerando-se a economia distribuída, tem-se o favorecimento da integração da cultura local em produtos de moda e divulgação da utilização das técnicas ancestrais;

**e) Promover a educação em sustentabilidade na moda:** é o princípio voltado para soluções a favor de que o consumidor e outros stakeholders tenham um aprendizado contínuo para a sustentabilidade. Isso aumenta o senso de justiça, responsabilidade e ética no momento do consumo, ou seja, a reflexão sobre os problemas sociais e ambientais relacionados a área da moda; conferência dos códigos de ética e das políticas de trabalho das empresas; busca por informações sobre quem é a mão de obra que produz as roupas, dentre outros. Quanto às estratégias de implementação, adaptadas de Bharmra et al. (2011) para a moda, há aquelas que correspondem a três níveis, ou seja, orientar a mudança (a ecoinformação em prol de um consumo mais responsável), manter a mudança (o ecoestímulo: um prêmio ou penalidade, dependendo das suas escolhas de compras; a ecodireção: orientações para que o consumidor adote hábitos mais responsáveis) e assegurar a mudança (a ecotecnologia: uso de tecnologias em prol de que o consumidor tome decisões mais conscientes);

**f) Instrumentalizar o consumo responsável na moda:** é um princípio que intenciona a criação e a melhoria de soluções, para que os indivíduos e organizações reflitam antes de tomar decisões no consumo de moda. Este princípio também está ligado à educação, pois pretende levar as pessoas, através de informações prévias, a medirem os impactos sociais, ambientais e econômicos das decisões em questão. Isto implica em valorizar e priorizar pela compra de marcas de moda mais sustentáveis e locais e que envolvam trabalhadores também locais e outros grupos como os marginalizados; diminuir o consumo; valorizar marcas que utilizam da cultura e saberes locais para o projeto e a produção das peças; conhecer sobre as condições de trabalho de toda a cadeia produtiva da moda, ou seja, transparência na mesma. Quanto às estratégias de implementação, adaptadas de Santos et al. (2019) e Lilley (2009) para a moda, há três níveis para o alcance da dimensão social na moda. As estratégias do primeiro nível visam a uma mudança de comportamento, ou seja, lembranças de forma visual, tátil ou sensorial, quanto ao real valor dos produtos. O segundo nível trata da manutenção das mudanças, pelo incentivo, através de vantagens ou

restrições, ao consumir de determinada marca. Já o terceiro nível está ligado ao asseguramento das mudanças, utilizando de métodos persuasivos para que o consumo seja da maneira esperada, como descontos, promoções e programas de fidelidade.

Para o alcance dos princípios mencionados, se fazem necessárias as heurísticas, as quais serão especificadas no item posterior, juntamente com os respectivos exemplos de aplicações das mesmas.

### 3.2. Heurísticas e casos de aplicação

A fim de trazer heurísticas necessárias para a concretização dos princípios correspondentes, algumas já existentes (“a” e “c”) foram adaptadas para a moda, como as da pesquisa de Vezzoli (2007; 2010). Além disso, houve a criação de outras heurísticas (“b”, “d”, “e” e “f”), baseadas em Lilley (2009), Bhamra et al. (2011) e Santos et al. (2019) e exemplos das práticas.

a) Heurísticas relacionadas a “melhorar as condições de trabalho e emprego na moda” (Tabela 1):

Heurísticas	Exemplos de aplicação
Promover melhoria da saúde e segurança nas condições de trabalho	A OIT, a Abit e a ABVTEX trabalham com a metodologia Sustentando Empresas Competitivas e Responsáveis (SCORE) em pequenas e médias empresas. Essa visa, dentre outros, a saúde e a segurança no trabalho, através da cooperação entre trabalhadores e empregadores (Organização..., 2022).
Promover maior adequação das horas de trabalho e salários correspondentes	A empresa brasileira Dobra (acessórios), possui uma política salarial que preza pela igualdade de remuneração a todos os integrantes (Dobra, 2022).
Possibilitar satisfação, motivação e participação no emprego	Os fornecedores da marca Veja (FR) concedem a matéria-prima, produzida de forma responsável, e recebem o pagamento justo, para terem condições dignas de sobrevivência (Salcedo, 2014).
Garantir a continuidade da formação e treinamento para o trabalho	O Grupo Lunelli capacita e valoriza os profissionais com cursos como os de Malharia e Produção de Tinturaria, por meio do Centro de Treinamento “Abílio Lunelli” (Associação... 2017).
Envolver trabalhadores nos processos de decisão e criar clima favorável à melhoria contínua, considerando as sugestões inovadoras	O projeto Saia de Roda, da Universidade Federal de Goiás (UFG), foi desenvolvido nas comunidades quilombolas (GO). Valorizou-se o conhecimento prévio dos participantes, e os mesmos foram envolvidos no processo de discussão e construção das saias. Houve um curso para a melhoria das comunidades (Oliveira et al., 2019).

**Tabela 1**  
Melhorar as condições de trabalho e emprego na Moda.

Fonte: Baseado em Vezzoli (2007; 2010).

## b) Heurísticas relacionadas a “favorecer a inclusão de todos na moda” (Tabela 2):

**Tabela 2**

Favorecer a inclusão de todos na moda.

Heurísticas	Exemplos de aplicação
Garantir condições trabalho justas e não discriminatórias	As lojas de moda de Luxo Nordstrom procuram fornecer aos funcionários um ambiente inclusivo, no qual possam se expressar, além de serem respeitados como um todo (Monteiro, 2017).
Oferecer um espaço físico acessível, inclusive com artefatos tecnológicos, para os mais diversos tipos de deficiência	Na National Industries for the Blind (NIB) (EUA), há equipamentos que permitem ciclos de costura automáticos e guias de alinhamento precisos. Além disso, treinamento para os funcionários cegos ou com alguma deficiência visual, quando da chegada de algum aparelho novo para costura (Eaman, 2020).
Proporcionar o acesso ao trabalho e o bem-estar a pessoas com dificuldades de aprendizagem	A Teixidores (ES), além de proporcionar o trabalho de tecelão a pessoas com dificuldades de aprendizagem, com um método para facilitar a mesma, favorece com que a pessoa se sintam bem e útil (Salcedo, 2014).
Demonstrar acessibilidade (designer), em relação aos trabalhadores marginalizados	O projeto Costurando o Futuro é formado por um grupo de dez mulheres costureiras de Nazaré Paulista (SP) que produzem bolsas, camisetas e acessórios. Algumas designers se dispuseram, voluntariamente, a criar os produtos e, assim, gerar um valor a mais, as peças (Ipê, 2022).
Criar peças de roupa que promovam a satisfação de necessidades físicas e emocionais	A marca Equal possui peças convencionais e também adaptadas para pessoas com deficiência a fim de abranger pessoas com as mais variadas necessidades físicas (Shimada, 2021).

Fonte: Baseado em Santos et al (2019).

## c) Heurísticas relacionadas a “melhorar a coesão social na moda” (Tabela 3):

**Tabela 3**

Melhorar a coesão social na moda.

Heurísticas	Exemplos de aplicação
Promover sistemas que habilitem a integração entre pessoas que morem em locais próximos	O projeto Olé Rendeiras une mais de 20 comunidades de rendeiras (CE) para a confecção de roupas com a renda de bilro (The Look Stealers, 2022).
Promover sistemas de compartilhamento	O projeto Costure Aki aluga diversas máquinas, por hora, para a confecção (Sindicato...2022).
Promover o codesign	A ReRoupa é uma empresa de vestuário que segue os conceitos de upcycling e adota a co-criação com os usuários para personalizar peças que seriam descartadas (Bertoso, 2017).
Promover sistemas de coworking	O Clube de Costura (GO) é um fashion coworking para atender os trabalhos dos profissionais de moda. Oferece cursos e possui salas de costura, provador, etc (Fernandes, Rezende e Garcia, 2019).

Fonte: Baseado em Vezzoli (2007; 2010).

## d) Heurísticas relacionadas a “valorizar recursos e competências locais” (Tabela 4):

Heurísticas	Exemplos de Aplicação
Promover uma maior inserção da comunidade no processo projetual e de produção	A Bioregional é uma organização que objetiva o desenvolvimento de produtos e serviços sustentáveis permitindo que as comunidades se envolvam no processo (Fletcher, 2014).
Favorecer a integração da cultura local nos produtos de moda	O designer Tsemaye Binitie trabalha em colaboração com tecelões nigerianos para criar padrões mais modernos, em mais cores, para o tecido aso oke, feito a mão. Isto confere às peças originalidade, maior valor, dentre outros (Ndukwe, 2020).
Contribuir para a redução da marginalização da cultura local	O projeto Talentos da Natureza objetiva identificar as habilidades dos moradores de Nazaré Paulista (SP). Além disso, a capacitação dessas pessoas para a criação e o desenvolvimento de produtos mais sustentáveis, gerando renda (Ipê, 2022).
Promover a disseminação da cultura local e as técnicas antigas, através dos produtos do vestuário	A Marca Catarina Mina (CE) promove a cultura nordestina, através de suas peças feitas em crochê e renda de bilro, em uma estrutura em redes, em prol da distribuição da renda (The Look Stealers, 2022).

Fonte: Baseado em Santos et al. (2019).

**Tabela 4**

Valorizar recursos e competências locais.

## e) Heurísticas relacionadas a “promover a educação em sustentabilidade na moda” (Tabela 5):

Heurísticas	Exemplos de Aplicação
Promover a informação acerca dos problemas sociais relacionados a área da moda	O site Moda Livre disponibiliza informações também, através de um aplicativo, acerca da cadeia produtiva da moda. Dentre estas informações estão os problemas sociais, como os casos de trabalho escravo no Brasil e no mundo (Moda livre, 2019).
Promover a consciência acerca da importância das boas práticas trabalhistas, do combate ao trabalho infantil e ao escravo	A iniciativa ModaComVerso liderada pela ABVTEX, agrega varejistas, fornecedores e Organizações da Sociedade Civil comprometidas com as boas práticas trabalhistas e com o combate ao trabalho análogo ao escravo, infantil e de estrangeiros irregulares, além da redução da informalidade do setor (Peres, 2022).
Promover informações acerca dos impactos causados pela poluição da indústria têxtil e da própria forma de manutenção das roupas em casa	A empresa Autossustentável, especializada em conteúdo sustentável, possui um Blog que aborda vários assuntos, como os impactos socioambientais da indústria da moda tradicional, tornando as informações acessíveis (Abreu, 2017).
Facilitar a transparência sobre quem é a mão de obra utilizada para a produção de roupas	O Movimento Fashion Revolution com a campanha “Quem fez as minhas roupas” questiona as empresas, em prol de mostrar quem são os trabalhadores envolvidos na cadeia produtiva de moda, as condições de trabalho, etc (Fashion Revolution, 2019).
Facilitar o conhecimento do consumidor acerca dos impactos de sua decisão de compra	A iniciativa ModaComVerso objetiva informar e conscientizar o consumidor sobre o seu papel na promoção da moda responsável, pois, ao adquirir um produto confiável, contribui para a manutenção disto (Peres, 2022).

Fonte: Adaptado de Bhamra et al (2011).

**Tabela 5**

Promover a educação em sustentabilidade na moda.

f) Heurísticas relacionadas a “instrumentalizar o consumo responsável na moda” (Tabela 6):

**Tabela 6**  
Instrumentalizar o  
consumo responsável  
na moda.

Heurísticas	Exemplos de Aplicação
Facilitar o acesso a informações prévias para a medição dos impactos diversos do consumo	O Índice de transparência na Moda (Fashion Revolution), possui informações sobre as marcas e suas práticas (Fashion Revolution, 2021).
Projetar e produzir utilizando o design para a empatia	A designer Eujeong Jeon criou peças baseadas na experiência centrada no usuário, trazendo conforto e a personalização (Gwilt, 2014).
Valorizar marcas que possuam trabalhadores locais e outros grupos	O Movimento eu visto bem (SP) utiliza a mão de obra de detentas e ex-detentas que produzem peças diretamente para as empresas. A matéria-prima vem da economia circular (reciclagem) (Pequenas..., 2022).
Promover iniciativas que utilizam da cultura e saberes locais para o projeto e a produção das peças	A empresa Digitale Têxtil possui um blog de assuntos sustentáveis, como as marcas que produzem usando conhecimentos ancestrais, como as rendas do nordeste (Digitale têxtil, 2021).
Facilitar o acesso às informações acerca das condições de trabalho de toda a cadeia de valor da moda	A marca Pachacuti (chapéus panamá) disponibiliza o rastreamento de toda a sua cadeia de suprimentos, para estabelecer a confiança entre o produtor e o consumidor, via QR code (Gwilt, 2014).
Promover informações acerca das vantagens de consumir de determinada marca	A empresa Papel Semente, fornecedora de tags com papel reciclado e sementes, possui um blog sobre assuntos sustentáveis, como as vantagens de consumir de determinada marca (Papel semente, 2022).
Promover bônus aos consumidores, como forma de persuasão ao consumir de uma marca	A UpChoose concede descontos para a compra de novas roupas de bebês, aos pais que devolvem as peças antigas da marca (Spring wise, 2019).

Fonte: Baseado em Lilley (2009) e Santos et al. (2019).

## 4. Conclusões

As conclusões obtidas com o presente artigo, evidenciando os princípios e as heurísticas relacionadas à dimensão social, são que, primeiramente quanto ao princípio “melhorar as condições de trabalho emprego na moda”, o grande foco do mesmo são os trabalhadores. Desta forma, garantir a satisfação do trabalhador, seja por condições dignas de trabalho, seja pela valorização do lado pessoal do mesmo, traz ganhos para este e para a empresa, pois o primeiro passa a trabalhar mais motivado e a produzir com qualidade.

No que concerne a “favorecer a inclusão de todos na moda”, o enfoque principal é a inclusão de várias formas, o que, pelos exemplos mencionados, leva a crer que as pessoas, inclusive as que têm alguma deficiência, têm sido levadas em consideração, no contexto da moda. Isto se dá, seja pela inclusão no trabalho, seja através das roupas feitas para atender todos os públicos.



O ponto-chave de “melhorar a coesão social na moda”, é o compartilhamento, seja de idéias, saberes, objetos de produção, locais para o trabalho, etc. Este compartilhar é necessário para que a coesão social ocorra, pois quanto mais um grupo é coeso, mais a sua existência é garantida. Nisto se inclui o codesign, no qual o consumidor participa da criação e/ou customização da peça e assim, a mesma fica de acordo com a sua necessidade e não é descartada prematuramente.

No ponto “valorizar recursos e competências locais”, o enfoque é dado para a valorização em relação à cultura local. Essa valorização diz respeito, não apenas, à utilização de matéria prima ou conhecimentos locais, mas com a integração dessas características no produto, a fim de que o mesmo possa ser identificado quanto a sua origem e, conseqüentemente, valorizado.

Quanto à “promoção da educação em sustentabilidade na moda”, a transparência é o item chave, pois o acesso às informações deve se dar com facilidade. Isso é necessário para que o consumidor saiba o que ocorre na cadeia de valor da moda, como um todo, e assim possa tomar decisões de compra mais conscientes.

Por fim, no que se refere a “instrumentalizar o consumo responsável na moda”, o foco é dar ferramentas ao consumidor para que o mesmo aja conforme padrões mais sustentáveis. Isso pode ser demonstrado, através de uma maior valorização de marcas sustentáveis locais, além de um menor consumo de roupas.

## Agradecimentos

Ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), pelo auxílio financeiro em prol dos estudos que envolvem a pesquisa, a qual este artigo está atrelado.

## Referências

- Associação Brasileira da Indústria Têxtil, 2017. Grupo Lunelli investe em capacitação para seus funcionários. Disponível em: <https://bit.ly/3LFjA3b> [Acedido a 08 julho 2022].
- Abreu, N., 2017. O que a etiqueta não mostra! Os impactos socioambientais da moda tradicional. Disponível em: <https://bit.ly/3DucbhB> [Acedido a 8 julho 2022].
- Berlim, L., 2012. Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das letras e cores, 259p.
- Bertoso, L.A., 2017. Cocriação como estratégia de inovação no setor de vestuário. 141 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

- Bhamra, T.; Lilley, D.; Tang, T., 2011. Design for Sustainable Behaviour: Using Products to Change Consumer Behaviour. *The Design Journal*, v. 14, n. 4, p. 427-445. Disponível em: <https://bit.ly/3ZmZv4X> [Acedido a 30 junho 2022].
- Digitale Têxtil, 2021. Moda artesanal: sustentabilidade e criatividade em ação. sustentabilidade e criatividade em ação. Disponível em: <https://bit.ly/3QGkNqH> [Acedido em em 08 julho 2022].
- Dobra, 2022. Porque escolher a Dobra? Disponível em: <https://querodobra.com.br/porque/> [Acedido a 08 julho 2022].
- Eaman, H., 2020. A National Industries for the Blind cria oportunidades de crescimento na indústria têxtil para pessoas cegas ou com deficiência visual. Disponível em: <http://bit.ly/42hcAPD> [Acedido a 01 agosto 2022].
- Fashion Revolution, 2019. “Quem fez minhas roupas?” é um primeiro passo na jornada da sustentabilidade na moda. Disponível em: <https://bit.ly/44HXyU2> [Acedido a 05 julho 2022].
- Fashion Revolution, 2021. Índice de transparência da Moda Brasil [online]. Disponível em: <https://bit.ly/3Z7wcDc> [Acedido a 21 junho 2022].
- Fernandes, A.; Rezende, G.; Garcia, P., 2019. Coworking no segmento de moda: experiência numa região atacadista. In: SEABRA, L. (org.). *Processos contemporâneos: da ideia à publicação*. Goiânia: UFG, p. 77-87.
- Fletcher, K., 2014. *Sustainable Fashion and Textiles: Design journeys*. 2 ed. New York: Routledge, 267p.
- Gwilt, A., 2014. *Moda sustentável: um guia prático*. Márcia Longarço (trad.). São Paulo: Gustavo Gilli, 175 p.
- Ipê, 2022. Costurando o futuro. Disponível em: <https://www.ipe.org.br/> [Acesso em: 12 jul. 2022].
- Ipê, 2022. Talentos da natureza. Disponível em: <https://www.ipe.org.br/> [Acedido a 12 julho 2022].
- Lilley, D., 2009. Design for Sustainable Behaviour: strategies and perceptions. *DesignStudies*, Loughborough University, v. 30, n. 6, p. 704-720.
- Lima, B. L. et al., 2017. Proposta de diretrizes no modelo de processo de desenvolvimento de produto (pdp) para a moda ética. In: BERNARDES, M. M. S.; VAN DER LINDEN, J. C. S. *Design em pesquisa: Volume 1*. Porto Alegre: Marcavíual, p. 235-253.

- Manzini, E., 2008. Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Coordenação de tradução Carla Cipolla; equipe Elisa Spampinato, Aline Lys Silva. Rio de Janeiro: E-papers, 104p.
- Margolin, V; Margolin, S., 2004. Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa In: Revista Design em Foco, Salvador, v. 1, n. 1, p. 43-48.
- Moda livre, 2019. os casos de trabalho escravo já flagrados no Brasil. Disponível em: <<https://modalivre.org.br/ocorrencias>> [Acedido a 08 julho 2022].
- Moura, M., 2018. Design para o sensível: política e ação social na contemporaneidade. Revista ENSINARMODE, Florianópolis, v. 2, n. 2, p. 44-67.
- Ndukwe, I. O novo foco do luxo artesanal: Nigéria. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3KdYpUC> [Acedido a 08 julho 2022].
- Organização Internacional do Trabalho, 2022. Nova iniciativa da OIT, Abit e Abvtex vai fortalecer pequenas e médias empresas do setor têxtil de São Paulo. Disponível em: <https://bit.ly/40aGmUp> [Acedido a 05 julho 2022].
- Oliveira, A. M. et al., 2019. Saia de roda – vestimenta identitária quilombola com resíduos têxteis. In: SEABRA, L. (org.). Processos contemporâneos: da ideia à publicação. Goiânia: UFG, p. 123-134.
- Papel Semente, 2022. 12 Lojas e Marcas Slow Fashion para Conhecer. Disponível em: <<https://bit.ly/3e4SPX0>> [Acedido a 08 julho 2022].
- Pequenas empresas & Grandes negócios, 2022. Empresa de moda profissionaliza e emprega detentas em São Paulo e fatura R\$ 2 milhões. Disponível em: <<https://bit.ly/3ZpWMaG>> [Acedido a 05 julho 2022].
- Peres, E., 2022. Levantamento do movimento ModaComVerso reúne grandes varejistas para promover uma moda mais consciente. Disponível em: <<https://bit.ly/3TCwX5V>> [Acesso a 05 julho 2022].
- Salcedo, E., 2014. Moda ética para um futuro sustentável. Barcelona: Gustavo Gilli, 126p.
- Santos, A. S. et al., 2019. Conceitos e Princípios. In: SANTOS, A. (org.). Design para Sustentabilidade: Dimensão Social. Curitiba: Insight, p. 45-94.
- Shimada, B., 2021. Moda inclusiva: marcas brasileiras de roupas adaptadas para PCD. Disponível em: <<http://bit.ly/41Bopjg>> [Acedido a 09 julho 2022].

- Sindicato das Indústrias de Confecções de Roupas e Chapéus de Senhoras de Petrópolis, 2022. Confecção compartilhada: equipamentos acessíveis que podem ser alugados por hora. Disponível: <<http://bit.ly/3mgKTpA>> [Acedido a 10 julho 2022].
- Spring Wise, 2019. Startup permite que pais troquem roupas de bebê velhas por novos conjuntos. Disponível em: <http://bit.ly/41AOxLu> [Acedido a 08 julho 2022].
- The Look stealers, 2022. Saiba o que é o projeto nordestesse e porque ele é importante para a moda brasileira. Disponível em: <<https://bit.ly/3QL29O8>> [Acedido a 22 agosto 2022].
- The Look stealers, 2022. 4 marcas de moda nordestinas que valorizam as artes manuais para você conhecer. Disponível em: <<https://bit.ly/3Khe2sR>> [Acedido a 24 agosto 2022].
- Vezzoli, C., 2010. Cenário do design para uma moda sustentável. In: PIRES, D. B. (org.). Design de Moda: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, p. 197-205.