



Gestão de Inovação e Sustentabilidade Empresarial: O Papel dos Brechós na Moda Circular

Innovation Management and Corporate Sustainability: The Role of Thrift Stores in Circular Fashion

Adélia Almeida Ferreira

Juliana da Silva Barboza

Francisco Wenderson Pereira de Souza

Resumo: A moda circular emerge como uma alternativa viável para reduzir impactos ambientais e promover a sustentabilidade no setor da moda. Os brechós desempenham um papel essencial nesse contexto, proporcionando a reutilização de peças, minimizando desperdícios e incentivando novos modelos de negócios. Uma opção sustentável ligada ao consumo de itens de vestuário e moda em geral são os brechós, ou seja, espaços onde são comercializados produtos usados. A aderência à utilização de brechós vem crescendo atualmente, uma vez que impactos positivos da moda de segunda mão, em relação ao meio ambiente, à economia e à sociedade em geral, têm despertado crescente interesse na população. Neste aspecto, este artigo tem como objetivo analisar a interseção entre gestão da inovação e sustentabilidade empresarial, destacando a relevância dos brechós na economia circular da moda. A partir desse pressuposto, este trabalho tem como objetivo geral, identificar o papel dos brechós na moda circular com foco na gestão de inovação e sustentabilidade empresarial. Discutir a sustentabilidade e quais os ganhos para sustentabilidade, este projeto de utilizar e reutilizar, ao invés de realizar todo manejo de uma fabricação, utilizando recursos que possam prejudicar a longo prazo a saúde do planeta. A metodologia adotada inclui revisão bibliográfica de brechós que implementam práticas inovadoras e sustentáveis. Os resultados indicam que os brechós podem impulsionar a sustentabilidade no setor, promovendo um consumo mais consciente e responsável.

Palavras-chave: moda circular; sustentabilidade empresarial; inovação; brechós; economia circular.

Abstract: Circular fashion is emerging as a viable alternative to reduce environmental impacts and promote sustainability in the fashion sector. Thrift stores play an essential role in this context, enabling the reuse of items, minimizing waste and encouraging new business models. A sustainable option linked to the consumption of clothing and fashion items in general are thrift stores, that is, spaces where used products are sold. The use of thrift stores has been growing recently, since the positive impacts of second-hand fashion, in relation to the environment, the economy and society in general, have aroused increasing interest in the population. In this regard, this article aims to analyze the intersection between innovation management and business sustainability, highlighting the relevance of thrift stores in the circular economy of fashion. Based on this assumption, this work has the general objective of identifying the role of thrift stores in circular fashion with a focus on innovation management and business sustainability. To assess sustainability and the sustainability benefits of this project of using and reusing, instead of handling all manufacturing processes using resources that could harm the health of the planet in the long term. The methodology adopted includes a literature review of thrift stores that implement innovative and sustainable practices. The results indicate that thrift stores can boost sustainability in the sector, promoting more conscious and responsible consumption.

Keywords: circular fashion; business sustainability; innovation; thrift stores; circular economy.

INTRODUÇÃO

A indústria da moda é uma das mais poluentes do mundo, exigindo novas abordagens para reduzir seus impactos ambientais. A moda circular propõe um modelo de produção e consumo sustentável, baseado na reutilização, reciclagem e prolongamento do ciclo de vida das peças. Os brechós surgem como agentes fundamentais nesse processo, promovendo a economia circular e incentivando novos hábitos de consumo.

O consumo de itens de moda e acessórios é um tema de extrema relevância e intimamente relacionado à questão da sustentabilidade (Santos *et al.*, 2024). Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU, 2022), “a média de consumo de roupas por pessoa é 60% maior do que 15 anos atrás. E cada peça dura a metade do tempo que costumava durar no passado”. Isso se dá devido ao crescimento da indústria de *fast fashion* nas últimas décadas, oferecendo roupas a preços acessíveis, com vida útil curta e atualizações constantes de tendências (Santos *et al.*, 2024).

Os problemas ambientais da indústria têxtil vão desde a produção até o descarte (Santos *et al.*, 2024). O sistema de produção desenfreada de roupas está relacionado a extração de recursos naturais, ao uso de combustíveis fósseis, a produção de resíduos, ao despejo de produtos químicos no meio ambiente, e com a ausência ou pouca reciclagem no final da vida útil do produto fabricado (Kraetzig *et al.*, 2024). O Brasil se destaca por ocupar a 5ª posição na indústria têxtil global e a 4ª no setor de vestuário (Kraetzig *et al.*, 2024). No país se descarta mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano (Puentes, 2022).

Além dos problemas ambientais a indústria têxtil provoca impactos sociais, como o trabalho análogo ao escravo de crianças e mulheres, além de situações de violência e vulnerabilidade (Santos *et al.*, 2024), a exemplo de um caso que aconteceu em 2013:

[...] um prédio de oito andares desabou na periferia da capital de Bangladesh, matando 1.133 pessoas. Conhecido como Rana Plaza, o edifício abrigava cinco fábricas de confecção de roupas e empregava mais de 2 mil trabalhadores, que produziam itens para empresas como Walmart e Primark — o salário mensal era de aproximadamente R\$ 360, com jornadas de trabalho de 10 horas durante seis dias da semana (Tanji, 2016).

Apesar de suas consequências ambientais, a prática do consumo faz parte da vida humana, sendo indispensável à sua sobrevivência e uma de suas necessidades mais remotas (Pinto; Batinga, 2016). Dessa forma configura-se importante e urgente a disseminação da prática do consumo consciente, que está intimamente ligada à sustentabilidade. O consumo consciente é uma abordagem

que visa repensar a forma como consumimos produtos e recursos, levando em consideração o impacto que nossas escolhas têm no meio ambiente, na sociedade e na economia. Essa prática envolve tomar decisões responsáveis ao adquirir bens ou serviços, buscando reduzir o desperdício, a poluição e a exploração de recursos naturais (Pinto; Batinga, 2016).

Uma opção sustentável ligada ao consumo de itens de vestuário e moda em geral são os brechós, ou seja, espaços onde são comercializados produtos usados. A aderência à utilização de brechós vem crescendo atualmente, uma vez que impactos positivos da moda de segunda mão, em relação ao meio ambiente, à economia e à sociedade em geral, têm despertado crescente interesse na população (Prado *et al.*, 2023; Ramm; Morais, 2021).

Neste contexto, este trabalho tem como objetivo relatar a experiência de elaboração e aplicação de um evento do tipo “brechó” focado em trocas de produtos de vestuário e acessórios. Através da realização deste evento buscamos contribuir para a conscientização acerca da problemática do consumo de produtos têxteis e de acessórios, despertar a atenção dos participantes para a opção sustentável e econômica de reutilização de peças e, assim, contribuir para a redução de consumo e geração de lixo.

OBJETIVOS

Objetivos Gerais

A partir desse pressuposto, este trabalho tem como objetivo geral, identificar o papel dos brechós na moda circular com foco na gestão de inovação e sustentabilidade empresarial. Pontuar sobre a sustentabilidade e quais os ganhos para sustentabilidade, este projeto de utilizar e reutilizar, ao invés de realizar todo manejo de uma fabricação, utilizando recursos que possam prejudicar a longo prazo a saúde do planeta.

Objetivos Específicos

- Identificar as características de um brechó como agente promotor da moda circular;
- Investigar as características principais de uma gestão de inovação empresarial que podem ser aplicadas nos brechós;
- Sistematizar as contribuições da moda circular no desenvolvimento sustentável empresarial.
- Pontuar os ganhos sustentáveis da reutilização de roupas e acessórios.

GESTÃO DE INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL: O PAPEL DOS BRECHÓS NA MODA CIRCULAR

Moda Circular e Sustentabilidade Empresarial

A moda circular tem como princípio a minimização de resíduos têxteis e a maximização da utilização dos recursos. Empresas que adotam esse modelo incorporam práticas sustentáveis, como a produção responsável, o reaproveitamento de materiais e a comercialização de produtos de segunda mão. Os brechós se encaixam nessa lógica ao oferecerem uma alternativa à moda descartável e incentivarem um consumo mais consciente.

A moda circular é mais do que uma tendência; é uma revolução sustentável que transforma o jeito de consumir e produzir roupas. Com foco em reaproveitamento, redução de desperdícios e consumo consciente, esse movimento está conquistando espaço no guarda-roupa de quem busca unir estilo e responsabilidade ambiental (Paoleschi, 2025).

O processo de industrialização no Brasil se iniciou pela indústria têxtil, quando os nativos deixaram de adotar técnicas artesanais para confeccionar vestimentas com métodos europeus (Prado, 2019). A partir de 1990, a indústria da moda passou a adotar práticas sustentáveis, em razão da poluição ao meio ambiente, do desperdício de tecidos e das altas emissões de carbono, responsável por 1,2 bilhão de toneladas de gases de efeito estufa por ano (EMF, 2017).

Conforme dados da ONU Meio Ambiente, a indústria da moda é o segundo setor que mais consome água, produzindo 20% das águas residuais (Pena, 2019) e liberando 500 mil toneladas anual de microfibras sintéticas nos oceanos e 10% das emissões de gases estufa (Amaral *et al.*, 2019). No Brasil os maiores produtores têxteis estão concentrados nas regiões Sudeste e Sul, sendo considerado o quarto maior produtor de malhas e o quinto entre as maiores indústrias têxteis do mundo (ABIT, 2018).

Brechós e Inovação na Economia Circular

A gestão da inovação é essencial para que os brechós se tornem mais competitivos e eficazes na promoção da moda circular. Muitos brechós têm adotado tecnologias digitais, como plataformas de e-commerce e redes sociais, para ampliar seu alcance e atrair consumidores. Além disso, estratégias como curadoria especializada, parcerias com marcas sustentáveis e programas de fidelização têm sido implementadas para fortalecer o mercado da moda circular.

A indústria da moda está expandindo seu mercado e vê na sustentabilidade uma oportunidade para ampliar seus negócios (Galleli *et al.*, 2015). A moda se apresenta como um fenômeno efêmero, temporal, cultural, antropológico (Lipovetsky, 1989), contextual e conceitual (Janaudis, 2011).

Podemos dizer que é um processo complexo, com diversas dimensões e que é um sistema que acompanha o vestuário e integra o uso das roupas diárias

(Chiaretto, 2013). A sustentabilidade é reconhecida pelas pesquisas por meio da incorporação de práticas de reutilização de materiais e reciclagem (Leite e Sehnem, 2018).

Para a moda sustentável estar em evidência, são necessárias atitudes conjuntas entre o design do produto e o ciclo de vida (Refosco, Oenning e Neves, 2011). As criações de produtos sustentáveis podem propagar o desejo do consumidor (Berlim, 2012), e a gestão sustentável requer considerações alusivas a elementos ambiental, cultural, social e econômico, considerando os aspectos que podem afetar a comunidade local (Leite e Sehnem, 2018). Os consumidores estão evidenciando ações diárias voltadas para a sustentabilidade (Zhang, 2014). Assim, é primordial que o designer dê mais atenção a todas as fases do ciclo de vida do produto (Berlim, 2012).

Neste aspecto, a moda circular é um modelo sustentável que busca minimizar o impacto ambiental da indústria *fashion*, promovendo um ciclo contínuo de uso, reutilização e reciclagem de roupas. Diferente do modelo linear, que envolve produção, consumo e descarte, a moda circular prioriza a extensão da vida útil das peças (Paoleschi, 2025).

Benefícios Ambientais e Socioeconômicos

Os brechós contribuem significativamente para a redução do desperdício têxtil, diminuição da pegada de carbono e incentivo à economia local. Além dos benefícios ambientais, o setor também gera oportunidades econômicas, promovendo empregos e estimulando o empreendedorismo sustentável.

A adoção da moda circular oferece diversas vantagens que beneficiam tanto o meio ambiente quanto a sociedade. Ao repensar nossos hábitos de consumo e priorizar a reutilização e reciclagem de peças, contribuimos para um futuro melhor (Paoleschi, 2025).

Neste contexto, Paoleschi (2025) salienta ainda as vantagens de se criar um projeto desta magnitude:

Redução do impacto ambiental: A moda circular diminui a necessidade de produção de novas peças, reduzindo o consumo de recursos naturais e a emissão de poluentes. Isso resulta em menor degradação ambiental e preservação dos ecossistemas.

Economia de recursos: Ao prolongar a vida útil das roupas, economizamos água e energia que seriam utilizados na fabricação de novos produtos, contribuindo para a conservação dos recursos do planeta.

Estímulo para economia local: A moda circular incentiva o consumo de marcas locais e a participação em brechós. Por isso, fortalece a economia regional e acaba gerando empregos nas comunidades.

Valorização da mão de obra: Ao priorizar peças de qualidade e produção ética, a moda circular combate a exploração laboral. Promovendo, dessa forma, condições de trabalho justas e dignas para os trabalhadores da indústria têxtil.

Criação de peças únicas: A prática do *upcycling*¹ e a reutilização de roupas permitem a criação de itens exclusivos, refletindo a personalidade e o estilo individual de cada pessoa, além de reduzir o desperdício.

A preocupação com resíduos sólidos da indústria do vestuário induz os profissionais da moda a criarem coleções com uso de matérias-primas biodegradáveis (Amaral *et al.*, 2019). A solução de conflitos em torno de impactos ambientais e sociais demanda uma gestão colaborativa, mediante acordos e consensos (Lopes e Demajorovic, 2020).

METODOLOGIA

A metodologia é uma seção importante do trabalho de conclusão de curso, pois descreve a abordagem e os procedimentos utilizados para conduzir a pesquisa ou estudo apresentado no artigo. De acordo com Alves (2002, p.16) “o senso comum e a ciência são expressões da mesma necessidade básica, a necessidade de compreender o mundo, a fim de viver melhor e sobreviver.” Neste sentido, para se atingir o conhecimento científico é necessário a utilização do método científico e para garantir que este método seja o mais adequado a pesquisa é o papel da metodologia científica. Metodologia literalmente refere-se ao estudo sistemático e lógico dos métodos empregados nas ciências, seus fundamentos, sua validade e sua relação com as teorias científicas (Oliveira, 2011).

Embora procedimentos variem de uma área da ciência para outra, por exemplo, da área de exatas para a área de humanas – diferenciadas por seus distintos objetos de estudo, consegue-se determinar alguns elementos que diferenciam o método científico de outros métodos [filosófico e algoritmo – matemático etc.] (Oliveira, 2011).

O método científico é fundamental para validar as pesquisas e seus resultados serem aceitos. Dessa forma, a pesquisa, para ser científica, requer um procedimento formal, realizado de “(...) modo sistematizado, utilizando para isto método próprio e técnicas específicas” (Rudio, 1980, p.9). Como parte fundamental da pesquisa, a metodologia visa responder ao problema formulado e atingir os objetivos do estudo de forma eficaz, com o mínimo possível de interferência da subjetividade do pesquisador (Selltiz *et al.*, 1965), referindo-se às regras da ciência para disciplinar os trabalhos, bem como para oferecer diretrizes sobre os procedimentos a serem adotados.

Segundo Lakatos e Marconi (1992), para ser considerado apropriado, o problema deve ser analisado sobre os seguintes aspectos de valoração: viabilidade, relevância, novidade, exequibilidade e oportunidade. Cervo e Bervian (2002, p.85) complementam colocando que “desde Einstein, acredita-se que é mais importante

¹ “Upcycling é a transformação de um material que seria descartado em um novo produto, não necessariamente com a mesma funcionalidade, mas com maior valor agregado do que o anterior”, define Amanda Martins, fundadora da Ciclou, start-up especializada em upcycling. Fonte: <https://gshow.globo.com/comportamento/moda/noticia/upcycling-o-que-e-quais-os-beneficios-e-como-colocar-em-pratica-na-moda.ghtml>

para o desenvolvimento da ciência saber formular problemas do que encontrar soluções”.

Portanto, a metodologia deve apresentar como se pretende realizar a investigação. O autor deverá descrever a classificação quanto aos objetivos da pesquisa, a natureza da pesquisa, a escolha do objeto de estudo, a técnica de coleta e a técnica de análise de dados (Oliveira, 2011).

Neste contexto, para este trabalho, optou-se em uma pesquisa bibliográfica, para discutir e embasar o tema de grande relevância para a sociedade e o mundo sustentável.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Iniciativas sustentáveis são cruciais para empresas que se encontram em áreas de negócios mais sensíveis à temática, como é o caso da indústria da moda, reconhecida negativamente pelo uso intensivo de recursos naturais, pelas condições de trabalho insalubres (Caniato *et al.*, 2012), e subcontratações expansivas (Rech, 2008; Nunes e Campos, 2006). Este é um setor que oferece diversos riscos socioambientais, tendo em vista ser uma das indústrias que mais empregam no mundo – inclusive em países em desenvolvimento –, e seus processos fabris que habitualmente envolvem impactos ambientais agressivos (Gardetti e Torres, 2013; Uniethos, 2013).

No setor da moda, a sustentabilidade pode aparecer tanto nos processos produtivos organizacionais, quando no produto final: “Você pra ser sustentável não precisa ser só com algodão, com produtos naturais. Você pode ser sustentável nos processos que você tem dentro da sua empresa, através de outros mecanismos”. De fato, a partir da década de 1990, tem-se observado um movimento da indústria da moda em adotar a sustentabilidade também como fonte de diferenciação (Elkington, 1994).

Ressalta-se aqui o desafio em unir a cadeia da indústria da moda, em uma rede de parcerias interdependentes em prol da sustentabilidade. Não somente necessário para as organizações que almejam e possuem a sustentabilidade em sua estratégia de negócios (Valente, 2012), mas, há benefícios na atuação em parcerias, como a redução de riscos (Perry, 2012) e a diferenciação no mercado em que atua (Valente, 2012).

Vale pontuar que, antes de se esperar pela conscientização do consumidor é necessário que os próprios agentes da indústria se apropriem de conhecimento acerca da sustentabilidade. A não significativa orientação para o tema nas escolas de moda (Berlim, 2009), além de não incitar a ideia da sustentabilidade em futuros profissionais do setor, também não facilita a criação de uma identidade brasileira no contexto global de moda. A interdisciplinaridade nas universidades pode contribuir para a reversão deste quadro, haja vista são crescentes os cursos de graduação e pós-graduação que adotam a sustentabilidade em seus currículos (Barth; Godemann e Rieckmann, 2005; Unesco, 2005;).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda circular, impulsionada pelos brechós, representa uma solução eficaz para os desafios ambientais da indústria da moda. A inovação na gestão desses estabelecimentos pode ampliar seu impacto e fortalecer a sustentabilidade empresarial. Para que essa tendência se consolide, é fundamental que consumidores, empresas e governos incentivem iniciativas voltadas para a economia circular.

De acordo com os dados levantados, e pesquisas de fontes acerca do assunto, pode ser entendido que a sustentabilidade na moda é um recurso imprescindível quando se fala em conscientização e saúde do plante a curto e longo prazo.

Neste contexto é compreensivo que o uso de recursos naturais tem sobrecarregado nosso planeta e isso pode gerar impactos catastróficos a um futuro não muito longo. Pensando desse modo, a moda sustentável é um recurso importantíssimo quando se fala em sustentabilidade.

Apesar da existência de desafios institucionais, culturais e sociais, é possível visualizar oportunidades que podem ser de fato um recurso louvável para o desenvolvimento da sustentabilidade na indústria da moda brasileira, associada a ganhos em vantagem competitiva no mercado internacional.

Assim sendo, pode ser entendido então que há uma gama de vantagens, tanto na economia quanto na qualidade de vida, instaurar na moda o conceito de usar com sabedoria sem desperdício ou descartes impróprios.

Este estudo pontua sobre a importância de se implantar práticas sustentáveis na cadeia produtiva da moda, a fim de prevenir possíveis catástrofes ambientais, promovendo assim uma vida saudável com criatividade e inovação.

REFERÊNCIAS

ABIT; Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. **Perfil do setor: dados gerais do setor referentes a 2017**. São Paulo, SP: Autor. 2018. Recuperado de www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor

ALVES, Rubem. **Filosofia da Ciência: Introdução ao jogo e suas regras**. São Paulo: Editora Loyola, 2002.

AMARAL, W. A. N. *et al.* **Moda circular no Brasil**. Piracicaba, SP: Esalq/USP, 2019.

BARTH, M.; GODEMANN, J.; RIECKMANN, M. **Developing key competencies for sustainable development in higher education**. International Journal of Sustainability in Higher Education, v. 8, n. 4, p. 416–430, 2005.

BERLIM, L. **Moda: a possibilidade da leveza sustentável: tendências, surgimento de mercados justos e criadores responsáveis**. 2009. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal Fluminense. Eduff, RJ.

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

CANIATO, F. *et al.* **Environmental sustainability in fashion supply chains: an exploratory case based research**. International Journal of Production Economics, v. 135, n. 2, p. 659–670, 2012.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

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

ELKINGTON, J. **Towards the Sustainable Corporation: win-win-win business strategies for sustainable development**. California Management Review, v. 36, n. 2, p. 90-100, 1994.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Rumo a economia circular: o racional de negócio para acelerar a transição**. 2017. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/news/circular-economy-implementation-in-china>. Acesso em: 03 mar. 2025.

GARDETTI, M. A.; TORRES, A. L. **Sustainability in Fashion and Textiles: values, design, production and consumption**. United Kingdom: Greenleaf Publishing, 2013.

JANAUDIS, A. **A moda poetiza o corpo, Marie Rucki**. Fashion Bubbles, 15 fev. 2011. Disponível em: <www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/a-moda-poetiza-o-corpo-marie-rucki/>.

GALLELI, B.; SUTTER, M. B.; LENNAN, M. L. F. M. **Perspectivas para a sustentabilidade na oferta de moda brasileira no mercado internacional**. Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 9, n. 3, p. 45-62, 2015.

KRAETZIG, E. *et al.* **Mudanças climáticas e setor têxtil: uma revisão sistemática da literatura**. Revista GESTO: Revista de Gestão Estratégica de Organizações, v. 12, n. 1, p. 45-61, jun. 2024. DOI: <https://doi.org/10.31512/gesto.v12i1.1516>.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LEITE, A. A. V.; SEHNEM, S. **Proposição de um modelo de gestão sustentável e competitivo para o artesanato**. Cadernos EBAPE.BR, v. 16, n. 2, p. 264-285, 2018.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Lisboa, Portugal: Alfragide, 1989.

LOPES, J. C.; DEMAJOROVIC, J. **Responsabilidade Social Corporativa: uma visão crítica a partir do estudo de caso da tragédia socioambiental da Samarco**. Cadernos EBAPE.BR, v. 18, n. 2, p. 308-322, 2020.

NUNES, J. H.; CAMPOS, A. F. **O Setor de confecção em Goiânia: análise da relação entre trabalho doméstico e trabalho domiciliar**. Sociedade e Cultura, v. 9, n. 2, p. 237-255, 2006.

OLIVEIRA, M. F. de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração**. Catalão: UFG, 2011. 72 p.

ONU pede aos consumidores de moda mais reflexão antes de comprar. ONU News, 20 out. 2022. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2022/10/1804067>. Acesso em: 03 mar. 2025.

PAOLESCHI, Camille. **Entenda o que é moda circular e como participar do movimento**. 21 mar. 2025. Disponível em: <https://www.arthurcaliman.com.br/moda-circular/>. Acesso em: 21 mar. 2025.

PENA, R. A. **Atividades que mais consomem água**. Brasil Escola, 2019. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/atividades-que-mais-consoem-agua.htm>. Acesso em: 03 mar. 2025.

PERRY, P. **Exploring the influence of national cultural context on CSR implementation**. Journal of Fashion Marketing and Management, v. 16, n. 2, p. 141-160, 2012.

RECH, S. R. **Estrutura da Cadeia Produtiva de Moda**. Moda palavra e-periódico, v. 1, n. 1, p. 7-20, 2008.

PINTO, M. R.; BATINGA, G. L. **O consumo consciente no contexto do consumismo moderno: algumas reflexões**. Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, v. 14, p. 30-43, maio 2016. DOI: <https://doi.org/10.21714/1679-18272016v14Esp.p30-43>.

PRADO, A. M. *et al.* **Brechós: uma brecha para moda sustentável?** Revista Esquinas: Revista Digital Laboratório da Faculdade Cásper Líbero, 17 jan. 2023. Disponível em: <https://revistaesquinas.casperlibero.edu.br/arte-e-cultura/moda/brechos-uma-brecha-para-moda-sustentavel/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

PRADO, L. A. **Indústria do vestuário e moda no Brasil do século XIX a 1960: da cópia e adaptação à autonomização subordinada**. 2019. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, SP.

PUENTE, B. **Brasil descarta mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano**. CNN Brasil, Rio de Janeiro, 03 jun. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/brasil-descarta-mais-de-4-milhoes-de-toneladas-de-residuos-texteis-por-ano/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

RAMM, E. F.; MORAIS, R. T. R. **Brechó: empreendimento focado no consumo sustentável da moda em constante crescimento no mercado**. Revista de

Administração de Empresas Eletrônica, Rio Grande do Sul, n. 16, mar. 2022. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/administracao/article/view/2454>. Acesso em: 10 mar. 2025.

REFOSCO, E.; OENNING, J.; NEVES, M. **Da Alta Costura ao Prêt-à-Porter, da Fast Fashion a Slow Fashion: um grande desafio para a Moda**. Modapalavra, v. 4, n. 8, p. 1-15, 2011.

RUDIO, F. V. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1980.

SAMPAIO, F. **Sustentabilidade na moda: uma análise crítica da bibliografia de moda e sustentabilidade**. Contribuciones A Las Ciencias Sociales, São José dos Pinhais, v. 17, n. 7, p. 1-23, dez. 2024. DOI: <https://doi.org/10.55905/revconv.17n.7-436>.

SANTOS, A. L. *et al.* **Ciclo de vida e obsolescência de produtos: impactos ambientais e sociais da fast fashion**. Revista Educamazônia - Educação, Sociedade e Meio Ambiente, v. 17, n. 2, p. 344-360, jul. 2024. Disponível em: <https://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/educamazonia/article/view/15673>. Acesso em: 01 abr. 2025.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Herder, 1965.

TANJI, T. **Escravos da moda: os bastidores nada bonitos da indústria fast fashion**. Galileu, 23 jun. 2016. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2016/06/escravos-da-moda-os-bastidores-nada-bonitos-da-industria-fashion.html>. Acesso em: 05 abr. 2025.

UNESCO. **Década da Educação das Nações Unidas para um Desenvolvimento Sustentável, 2005-2014: documento final do esquema internacional de implementação**. Brasília: UNESCO, 2005.

UNIETHOS. **Sustentabilidade e Competitividade na Cadeia da Moda**. São Paulo: Casa36, 2013.

VALENTE, M. **Theorizing Firm Adoption of Sustaincentrism**. Organization Studies, v. 33, n. 4, p. 563–591, 2012.

ZHANG, R. **Sustainable apparel consumption: scale development and validation**. 2014. Tese (Doutorado) – Oregon State University, Corvallis, Oregon.