

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

O MODELO SLOW FASHION DE PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO: UMA ANÁLISE EPISTEMOLÓGICA DA PRODUÇÃO ACADÊMICA NO PERÍODO DE 2008 A 2016

Márcia Meira Berti Fiorin¹

RESUMO

Este artigo apresenta uma análise das pesquisas acadêmicas sobre o *slow fashion*, uma nova abordagem de produção de vestuário baseado nos princípios de sustentabilidade. O *slow fashion* é apresentado como um modelo de produção e consumo, que busca uma maior transparência em todas as etapas do produto ao longo da cadeia de abastecimento e produção, e sugere uma ruptura com os valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico da indústria do vestuário, incentivando um modo de consumo onde menos é mais – a qualidade sobre quantidade – além de resgatar o valor das roupas removendo a imagem da moda como algo descartável. Para tanto promove uma consciência de compra que deve ser baseada na durabilidade das peças e a forma como são produzidas. Os artigos para esta análise foram publicados no período de 2008 a 2016, os quais têm contribuído com o desenvolvimento de um quadro de referência sobre o fenômeno. A análise dos artigos demonstrou que, embora o conceito abranja a organização como um todo, o foco principal de investigação concentra-se no mercado consumidor. A preocupação dos pesquisadores com os fatores microeconômicos deve-se em razão dos preços dos produtos *slow fashion* serem superiores aos dos produtos *fast fashion*, em razão da qualidade e da quantidade produzida, além dos demais fatores de produção que elevam o custo total. Esses fatores afetariam a decisão dos consumidores que preferem comprar roupas da moda a preços baixos. Assim, para sustentar a rentabilidade, as empresas de *slow fashion* se concentram em alta qualidade, o que exige um preço mais alto. Por isso a preocupação com o comportamento do mercado consumidor, pois, mesmo quando estes têm consciência sobre as questões éticas e sustentáveis, o preço é um importante fator de influência na decisão de compra, o que afeta as questões econômicas. Entender os consumidores é uma preocupação quando um conceito ou produto é algo recente no mercado, como é o caso do *slow fashion*, muito embora a pressão por uma moda mais sustentável vem influenciando a postura dos consumidores desde a década de 1960. Essa posição denota que as pesquisas estão embasadas na concepção teleológica, voltada, sobretudo para o mercado e os aspectos econômicos da organização. O objetivo das pesquisas e a metodologia utilizada evidenciaram que as pesquisas se baseiam no paradigma funcionalista, pois, assume as organizações como coletividades estabelecidas para a perseguição de objetivos relativamente específicos.

Palavras-chave: Epistemologia da Administração; Modelo de Produção; *Slow Fashion*; Vestuário/Moda.

¹mbfiorin@gmail.com

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

1 INTRODUÇÃO

O movimento de produção *slow fashion* surgiu no início deste século como um modelo de produção de moda baseado em princípios éticos e sustentáveis, visando maior transparência ao longo da cadeia de abastecimento e produção, priorizando a redução da poluição, o uso de fibras ecológicas, melhores condições de trabalho e remuneração justa para os trabalhadores, bem como a redução das novas coleções (verão/inverno), além de incentivar os consumidores para considerar suas compras com base na qualidade ao invés de quantidade (FLETCHER, 2007; SIEGEL et al., 2012).

Pelos conceitos que o fundamenta, o movimento *slow fashion* se opõe a o *fast fashion*, principal modelo global de produção de grandes varejistas, e que se baseia na fabricação de roupas em larga escala, com intervalos de curto tempo entre o desenvolvimento, produção e distribuição, a preços relativamente baixos (WATSON; YAN, 2013; POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). Para tanto o varejo adiciona ciclos de venda, tornando menor o tempo entre os ciclos e incentivando compras mais frequentes, com introdução de novos estilos e mercadorias semanalmente ou quizenalmente (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). Esta forma de produzir e vender encoraja os consumidores a comprar em maior quantidade e a descartá-los tão logo inicie outra temporada com novas tendências de moda, resultando em aumento de resíduos de moda (JUNG, 2016). Estima-se que um milhão de toneladas de peças de roupas são descartados em aterros sanitários todos os anos (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013).

O *slow fashion* sugere então uma ruptura com esses valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico da indústria do vestuário, incentivando um modo de pensar, agir e consumir com os clássicos “qualidade sobre quantidade” e “menos é mais” – além de resgatar o valor das roupas removendo a imagem da moda como algo descartável, e para tanto promove uma consciência de compra que deve ser baseada na durabilidade das peças e a forma como são produzidas (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013).

Desse modo, o *slow fashion* é uma alternativa à produção em massa e ao *mainstream* da produção de vestuário, e por isso sugere uma ruptura com os valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico. Dessa maneira, permite que os trabalhadores executem o trabalho com mais tempo e por se dedicar mais em cada peça para garantir a melhor qualidade. Por isso o fator da remuneração justa é um princípio do *slow fashion* que implica num custo maior de produção, e por isso exige que o mercado reconheça que o preço reflete o valor real do produto, pois o preço da roupa para atender ao consumidor não pode ser um salvo-conduto para produzir sob a exploração da mão de obra e o meio ambiente. Pois, como observou Lallement (2006), a fabricação de produtos de má qualidade e a exploração de trabalhadores falsificam a eficácia e a boa harmonia da comunidade de produtores.

Por ser um fenômeno recente na indústria do vestuário, o presente trabalho tem por objetivo estudar o surgimento do movimento *slow fashion*, e para tanto será analisado artigos que têm discutido sobre esse fenômeno, e que apresenta contribuições para o

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

desenvolvimento de um corpo de conhecimento. O levantamento realizado na base Scopus², utilizando-se o termo *slow fashion* como palavra-chave, resultou em 10 artigos publicados no período de 2008 a 2016. O levantamento foi realizado no mês de agosto de 2016, e demonstra que a produção ainda é modesta, e se concentra na Europa e Estados Unidos.

A análise desse fenômeno se justifica em razão do setor têxtil estar em meio a mudanças dinâmicas, como escassez de recursos, mudanças climáticas, as alterações demográficas, as novas tecnologias e mudanças na economia global. Além do que, a sustentabilidade e conduta ética são fatores importantes na condução das organizações (POOKULANGARA SHEPARD, 2013, p. 2000).

Reportando a Chevallier e Loschak (1980, p. 45) “a administração é também uma instituição social, e ela reproduz no seu arranjo interno uma série de traços gerais comuns ao conjunto das formas instituídas”, as quais dependem do tipo de sociedade em que se situa, e para tanto reproduz um modelo de organização social que tende a curvar as representações e práticas e para resistir às transformações. E como bem disse Japiassu (1991, p. 39), “as ciências nascem e evoluem em circunstâncias históricas bem determinadas, cabe à epistemologia perguntar-se pelas relações existentes entre sociedade e a ciência, e entre as ciências e as instituições científicas”.

Para tanto, visando descrever o fenômeno *slow fashion* e sua constituição como um modelo de produção, no tópico seguinte será apresentada uma síntese das bases epistemológicas e na sequência o surgimento desse movimento, destacando os acontecimentos que deram origem ao fenômeno. Conforme Japiassu (1991), a epistemologia geral trata do saber globalmente considerado; a epistemologia particular trata de um campo particular do saber; e a epistemologia específica diz respeito a uma disciplina constituída em unidade bem definida do saber, para assim estudar de maneira bem próxima, com detalhamento técnico, mostrando sua organização, funcionamento e relações com demais disciplinas.

O artigo se divide em cinco seções, incluindo esta introdução. Nas seções dois e três, o referencial teórico, na seção quatro os elementos empíricos e a análise, e por fim a conclusão.

2 O SURGIMENTO DO MOVIMENTO *SLOW FASHION*

O conceito de *slow fashion*, uma nova abordagem de produção de vestuário baseado nos princípios de sustentabilidade, é apresentado como um modelo de produção e consumo, que busca uma maior transparência em todas as etapas do produto ao longo da cadeia de abastecimento e produção, priorizando a redução da poluição, o uso de fibras ecológicas e melhores condições de trabalho para os operários, além de incentivar os consumidores para considerar sua compra de uma forma holística, compreendendo o impacto ambiental e social (FLETCHER, 2012; SIEGEL et al., 2012).

²Base Scopus. Disponível em <<https://www-scopus-com.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

O *slow fashion* tem inspiração no movimento *slow food*, que, além de enfatizar métodos tradicionais de preparo dos alimentos e o desenvolvimento de produtos com materiais e recursos locais, incentiva a construção de relacionamentos entre produtores como de forma a apoiar o desenvolvimento das empresas locais e o comércio justo (FLETCHER, 2012). Assim, para um entendimento do contexto em que surgiu o conceito de *slow fashion* é importante, antes, descrever sobre a sustentabilidade e o movimento *slow food*, que deram origem a esse movimento. Pois, conforme Malinowski (1970) é impossível isolar o comportamento social do aspecto material, devendo-se considerar a totalidade para uma compreensão clara da natureza dos fenômenos.

2.1 Sustentabilidade

Até a década de 1960, prevalecia a convicção de que as fontes de recursos naturais seriam infinitas e que o livre mercado maximizaria o bem-estar social. A natureza não era considerada fator de limitação, uma vez que a teoria econômica convencional considerava o meio ambiente irrelevante para a economia (TACHIZAWA, 2002). Uma das primeiras organizações a apontar os riscos do crescimento econômico contínuo foi o Clube de Roma em 1972 (VAN BELLEN, 2002). No mesmo ano, a Organização das Nações Unidas (ONU) realizou a Conferência de Estocolmo, que abordou problemas ambientais decorrentes da poluição atmosférica, crescimento populacional e crescimento versus desenvolvimento. A seguir, no ano de 1974, é apresentado o conceito de ecodesenvolvimento, formulada por pesquisadores como Sachs, Leff e Strong, que incorporam à noção de desenvolvimento, além das questões econômicas e sociais, questões culturais, políticas e ambientais (LEFF, 2005).

O conceito de desenvolvimento sustentável foi apresentado pela comissão Brundtland, no ano de 1987, organizada pela ONU para analisar assuntos relacionados com a temática socioambiental, tendo como resultado propostas de soluções para o referido problema. Segundo o Relatório Brundtland “Nosso Futuro Comum”, o desenvolvimento sustentável é aquele que “*satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras satisfazerem suas próprias necessidades*” (PIMENTA, 2010).

A partir daí, a proteção ao meio ambiente e a responsabilidade social ganha importância e passa a ser o novo paradigma da organização, e na década de 1990, “*o conceito de desenvolvimento sustentável consolida-se, a partir da constatação de que os sistemas naturais do planeta são limitados para absorver os efeitos da produção e do consumo*” (TACHIZAWA, 2002, p. 44). Nessa definição, segundo Robles Júnior e Boneli (2006) se insere dois conceitos, sendo o primeiro o das necessidades, que devem ser satisfeitas para assegurar as condições essenciais de vida a todos e, o segundo conceito é o da limitação, que reconhece a necessidade da tecnologia como suporte para desenvolvimento de soluções para a conservação de recursos limitados, e que permitam renová-los na medida em que possam ser necessários às gerações futuras.

Conforme Pimenta (2010, p. 19), a partir do conceito genérico, definido pelo Relatório de Brundtland, a inclusão do conceito de desenvolvimento sustentável no mundo corporativo foi definida pelo *World Business Council for Sustainable Development* -

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

WBCSD, como o alcance do equilíbrio entre as três dimensões que balizam a sustentabilidade: a economia, meio ambiente e a sociedade. Essas dimensões influenciam todas as organizações constituintes de uma cadeia produtiva: “a economia (diferencial competitivo); meio ambiente (ecoeficiência das operações) e a sociedade (responsabilidade social)”.

A partir da ampliação dos conceitos de desenvolvimento ambiental, as organizações passaram a avaliar suas estratégias de mercado, considerando a postura rígida dos consumidores, exigindo maior transparência, ética e atuação de forma ambientalmente correta (TACHIZAWA, 2002). Segundo Peatti e Charter (2005), após a publicação do Relatório de Brundtland, muitos governos e grandes organizações do mundo buscaram implementar ações para a busca da sustentabilidade.

Neste século as consequências sociais e ambientais tornaram-se cada vez mais claras e, para tanto, as empresas “*estão tendo que reagir às mudanças nas necessidades dos clientes, às novas regulamentações e a um novo zeitgeist (espírito do tempo) que reflete a crescente preocupação com os impactos socioambientais dos negócios*” (PEATTI; CHARTER, 2005, p. 517). Conforme explica Van Bellen (2002, p. 14), “alguns métodos que procuram avaliar a sustentabilidade partem da suposição sobre algumas características e metas da sociedade”. Porém, o maior desafio para a humanidade, segundo Peatti e Charter (2005, p. 517), “é descobrir modos mais sustentáveis e equitativos de produzir, consumir e viver”.

E foi no contexto dessas discussões sobre as consequências sociais e ambientais que surgiu o movimento *slow food* em defesa da biodiversidade na alimentação, opondo-se a padronização do paladar, defendendo a necessidade de informação dos consumidores e ainda proteger as identidades culturais vinculados aos alimentos. Dessa maneira, além de enfatizar métodos tradicionais da culinária, também tem feito esforço para apoiar os pequenos agricultores locais e promover o uso de produtos locais e sazonais e o comércio justo (FLETCHER, 2012).

2.2 O movimento *slow food*

Fundado por Carlo Petrini em 1986 na Itália, o *Slow Food* liga prazer e alimentação com consciência e responsabilidade. Para tanto, o modelo incentiva a construção de relacionamentos entre produtores, e o desenvolvimento de produtos busca utilizar materiais e recursos locais, de forma a apoiar o desenvolvimento das empresas locais (FLETCHER, 2012).

Segundo Gentile (2016), as origens históricas e ideológicas do movimento *slow food* remontam ao período de grande efervescência política e cultural que caracterizou a Itália, a Europa, assim como outras regiões do mundo, a partir do final da década de 1960 e durante a década de 1970, da qual participou Carlo Petrini, sociólogo, jornalista e gastrônomo, que juntamente com os amigos Azio Citi e Giovanni Ravnale, nativos de Bra, uma vila da região do Piemonte (norte da Itália) integraram o PDUP (*Partito di Unità Proletaria*), e inspirados por ideais comuns, começaram a se dedicar a iniciativas sociais e cívicas de cunho popular, destinadas às classes proletárias e camponesas, como a abertura

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

da *Cooperativa Libreria La Torre* e do *Spaccio di Unitá Popolare*, uma pequena revenda de produtos alimentares locais, ambos fundados em 1975, em Alba. Como vereador na cidade de Bra, Carlo Petrini estava ligado a modelos de expressão cultural da identidade regional, contribuindo para a fundação de associações de natureza político-cultural, todas elas ligadas a ambientes da esquerda italiana e voltadas para a preservação e promoção das tradições camponesas, da gastronomia e da produção vinícola local (entre as associações, *Arci Langhe*, *Libera* e *Emerita Associazione Amici Del Barolo*, fundadas em 1981, e *Arcigola*, em 1986). Essas atividades contribuíram para a elaboração do que se tornou o movimento *slow food*, bem como para a sua forma organizacional (GENTILE, 2016).

A Itália dos anos 1980 vivencia o ápice da fase de crescimento e do *boom* econômico, e iniciam-se as mudanças sociais e econômicas do sistema neoliberal, com mudanças nos valores e modelos de consumo. Chegam à Itália as cadeias de *fast food*, que são estranhas à cultura nacional e aos hábitos de alimentação baseados na tradição italiana. Contrários a abertura desse modelo de negócio, Carlo Petrini e seus amigos, lideram uma manifestação contra a abertura de um restaurante McDonald's próximo da histórica *Piazza di Spagna*, em Roma (GENTILE, 2016). É nesse momento que é criado o termo *slow food*. Logo após a manifestação, é redigido o manifesto do *slow food*, inspirado pelo Manifesto Futurista de Marinetti (de 1909) e pela máquina para a nutrição humana do filme *Tempos Modernos*, de Charlie Chaplin (GENTILE, 2016). O manifesto contesta os valores do produtivismo e consumismo, exaltando as virtudes de uma vida lenta, baseada nos valores e nos prazeres dos sentidos e da sabedoria, e foi escrito por Folco Portinari, um poeta italiano, em 9 de novembro de 1989:

O nosso século, que se iniciou e tem se desenvolvido sob a insígnia da civilização industrial, primeiro inventou a máquina e depois fez dela o seu modelo de vida.

Somos escravizados pela rapidez e sucumbimos todos ao mesmo vírus insidioso: a Fast Life, que destrói os nossos hábitos, penetra na privacidade dos nossos lares e nos obriga a comer Fast Food.

O Homo sapiens, para ser digno desse nome, deveria libertar-se da velocidade antes que ela o reduza a uma espécie em vias de extinção.

Um firme empenho na defesa da tranquilidade é a única forma de se opor à loucura universal da Fast Life.

Que nos sejam garantidas doses apropriadas de prazer sensual e que o prazer lento e duradouro nos proteja do ritmo da multidão que confunde frenesi com eficiência.

Nossa defesa deveria começar à mesa com o Slow Food. Redescubramos os sabores e aromas da cozinha regional e eliminemos os efeitos degradantes do Fast Food.

Em nome da produtividade, a Fast Life mudou nossa forma de ser e ameaça nosso meio ambiente. Portanto, o Slow Food é, neste momento, a única alternativa verdadeiramente progressiva.

A verdadeira cultura está em desenvolver o gosto em vez de atrofiá-lo. Que forma melhor para fazê-lo do que através de um intercâmbio internacional de experiências, conhecimentos e projetos? Slow Food garante um futuro melhor.

Slow Food é uma ideia que precisa de inúmeros parceiros qualificados que possam contribuir para tornar esse (lento) movimento, em um movimento internacional, tendo o pequeno caracol como seu símbolo (SLOW FOOD, 2016).

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

Em dezembro de 1989, após o manifesto, o *slow food* é lançado oficialmente em Paris, com a presença de delegações de 15 países, nascendo então como um movimento internacional, destinado a difundir as práticas e filosofia de um conceito de comida que é definido por três princípios interligados: bom, limpo e justo. Bom: qualidade, sabor e comida saudável; Limpo: produção que não agride o meio ambiente; e Justo: preços acessíveis para os consumidores e condições de pagamento de forma justa para os produtores (SLOW FOOD, 2016).

O movimento *slow food* nasce então com o propósito de desafiar o modelo vigente em que as grandes cadeias globais de alimentos começam a se espalhar pelo mundo, com um modelo de gestão racional, baseado na exploração do trabalho e altos lucros. O *slow food* volta-se então para um modelo que apóia os pequenos agricultores e valoriza a produção em pequenas escala, considerando os aspectos socioculturais, valorizando a história local e promovendo a economia de forma igualitária.

O movimento *slow food* inspirou o surgimento de outros movimentos lentos, entre os quais o *slow fashion*, que baseia-se na sustentabilidade da indústria da moda e incorporando design de alta qualidade, pequenas linhas, produções regionais e trabalho justo (FLETCHER, 2012; GENTILE, 2016).

2.3 Slow Fashion

Com o crescimento do movimento *slow food* pelo mundo, entre designers e estilistas constituiu-se também um movimento crescente para uma produção com base na sustentabilidade (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013).

Segundo Clark (2008), no âmbito da moda, o termo *slow* apareceu pela primeira vez no ano de 2004, em um artigo escrito por Angela Murrills, colunista de moda da Georgia Straight, uma revista de moda online baseada em Vancouver, Canadá. Neste artigo ela emprega o termo “*slow clothes*” para descrever a produção e consumo de roupas baseada nos princípios orientadores do *slow food*, e como isso teria efeito positivo no guarda-roupa das pessoas, cujas escolhas de aquisição de roupas seria como comer as frutas das estações, cada qual produzida a seu tempo, e ainda com a certeza de onde e como são produzidas (MURRILLS, 2004).

Em 2006 foi realizado em Milão, na Itália, o Simpósio “Slow + Design”, no qual foi apresentado o manifesto sobre a abordagem *slow* considerando três linhas de reflexão: (a) valorização dos recursos locais e distribuição da economia; (b) sistemas de produção transparentes com menos intermediação entre produtor e consumidor; e (c) valorização de produtos sustentáveis e sensoriais, com uma vida mais longa utilizável (CLARK, 2008). A partir desse simpósio vários designers aderem ao princípio *slow design*.

No ano seguinte, em 2007, Kate Fletcher, professora do Centro de Moda Sustentável da Universidade de Artes de Londres, publica um artigo no site *Ecologist* com o título *Slow Fashion*, no qual alerta para que os compradores desacelerem suas compras, considerando o “custo real de escolher quantidade sobre a qualidade” (FLETCHER,

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

2007). Para tanto, sugeriu uma abordagem diferente, no qual designers, compradores, varejistas e consumidores fossem mais conscientes dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, comunidades e ecossistemas.

Assim, surge o movimento *slow fashion*, preconizando uma maior consciência dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, a comunidade e o ecossistema (FLETCHER, 2012; JOHANSSON, 2010), e com um modelo de produção baseado em ações ambientalmente corretas em toda a cadeia de produção, tendo prioridade os aspectos sociais, econômicos e ambientais (OENNING, 2012, p. 17). Esse novo conceito de produção têm contribuído para a formação de um modelo fabril que desafia o modelo dominante na indústria têxtil, uma vez que a abordagem *slow fashion* opõe-se ao modelo *fast fashion*, que se baseia na produção de roupas em larga escala, com intervalos de curto tempo entre o desenvolvimento, produção e distribuição, e tem como objetivo produzir e vender muito em menor tempo, a preços relativamente baixos, como um meio de promover o crescimento econômico contínuo (WATSON; YAN, 2013; POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). Este é o conceito central de grandes varejistas globais como Zara (Espanha), H&M (Suécia), Forever 21 (EUA) e Top Shop (Reino Unido) (WATSON; YAN, 2013; JUNG; JIN, 2016a).

O tempo de reposição no modelo *fast fashion* é muito mais curto do que o tradicional *prêt-à-porter*³, pois os varejistas têm dois objetivos principais que são reduzir o tempo necessário e fornecer mercadoria de moda simultaneamente ao tempo em que as tendências surgem. A produção é feita em larga escala, com intervalos de curto tempo entre o desenvolvimento, produção e distribuição, e tem como objetivo produzir e vender muito em menor tempo, a preços relativamente baixos, como um meio de promover o crescimento econômico contínuo (WATSON; YAN, 2013; POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). Para tanto, o varejo adiciona ciclos de venda, tornando menor o tempo entre os ciclos e incentivando compras mais frequentes, pois introduz novos estilos e mercadorias semanalmente ou quizenalmente (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013).

Entre as características do *fast fashion* estão a produção *just in time*, apoiado pela comunicação eletrônica (EDI)⁴, entregas frequentes e descontos mínimos. A comunicação eletrônica permite que as lojas informem o giro das mercadorias e assim novas solicitações de produção são enviadas automaticamente, reduzindo o tempo de ordem e produção, e a vida de prateleira de produtos de *fast fashion* é bastante reduzido porque os itens de moda são continuamente substituídos (WATSON; YAN, 2013).

O movimento *slow fashion* sugere então uma ruptura com os valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico da indústria do vestuário, incentivando um modo de consumo onde menos é mais – a qualidade sobre quantidade – além de resgatar o valor das roupas removendo a imagem da moda como algo descartável, e para tanto promove uma consciência de compra que deve ser baseada na durabilidade das peças e a forma como são produzidas (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). A fim de atender essas prioridades, as organizações que defendem o movimento *slow fashion* buscam produzir novas coleções duas vezes por ano, na primavera/verão e

³Roupas produzidas em série prontas para vestir; *ready-to-wear*.

⁴Electronic Data Interchange

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

outono/inverno” (HENNINGER, 2015, p. 6014). Entretanto, esse custo incide no preço, que são maiores devido ao modo de produção, os recursos sustentáveis e salários justos, ou seja, um custo real.

3 BASES EPISTEMOLÓGICAS

O campo dos Estudos Organizacionais, situado na área das ciências sociais aplicada, possui um corpo teórico formado a partir de princípios gerenciais apresentados por Taylor e Fayol no início do século XX, e desde então está em constante desenvolvimento buscando fortalecer-se como ciência. No entanto, a base para a constituição desse conhecimento remonta o desenvolvimento da ciência, sendo, portanto, imprescindível ir ao encontro dessa base de origem para entender e situar o campo dentro das ciências. Assim, é de extrema importância, ao estudar qualquer área das ciências, que se tenha uma compreensão do desenvolvimento da ciência, e como surgiram as correntes de pensamento ao longo do tempo, bem como os cânones que foram instituídos para direcionar a ação daqueles que tem como empreitada produzir ciência.

Japiassu (1991) define o saber como um conjunto de conhecimentos metodicamente adquiridos, organizados sistematicamente e que possa ser transmitido em um processo de ensino, e por isto, pode ser aplicado tanto à aprendizagem como ao desenvolvimento de teorias. Já a ciência, esta é um conjunto de aquisições intelectuais, tanto do campo das matemáticas como da investigação do dado natural e empírico. E, a epistemologia é a disciplina cuja função essencial consiste em submeter a prática dos cientistas a uma reflexão que toma por objeto as ciências em vias de se fazerem, em seu processo de formação.

A formação do conhecimento no mundo passou por várias fases e movimentos intelectuais, entre as quais o Mundo Antigo, a Idade Média e o Renascimento, sendo que nesta última passou por profundas transformações o que transpôs a ciência para uma nova fase: a modernidade. Após o fim da Idade Média, período em a ciência foi submetida à regras e dogmas religiosos, a ordem das coisas começa a ser invertida – período em que a Idade Média entra em decadência. Nos séculos XV e XVI o mundo presencia mudanças na literatura, artes, filosofia e ciências, como também nas esferas econômica e social, com o nascimento do capitalismo, e as grandes navegações. Os filósofos, em busca da verdade e novas certezas questionam a ciência, a filosofia e a religião, opondo-se à metafísica, iniciando assim um período que se chamou de modernidade, na qual se constituiu uma nova forma de pensar, e duas vertentes se destacam: Racionalismo (René Descartes) e no Empirismo (Francis Bacon, John Locke, David Hume). Em seguida Immanuel Kant faz uma crítica a essas vertentes, conhecida como Criticismo Kantiano.

3.1 Bases da ciência na modernidade: o empirismo e o racionalismo

René Descartes toma como base a geometria para chegar ao conhecimento, que ficou conhecido como racionalismo cartesiano, e que resume seu método em quatro

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

regras, ou passos, que devem ser seguidos rigorosamente, a fim de se chegar ao conhecimento verdadeiro, pois para ele, o senso comum de uma época, qualquer que seja, não é nem pode ser critério de verdade: (1) jamais acolher alguma coisa como verdadeira sem que se saiba se é evidentemente verdadeira, assim, deve-se evitar a precipitação e a prevenção (duvidar); (2) dividir as dificuldades em tantas parcelas quantas forem possíveis para melhor resolvê-las; (3) conduzir por ordem, começando pelo mais simples e mais fáceis de conhecer (ordenar); (4) fazer enumerações completas e revisões gerais para nada omitir (enumerar) (DESCARTES, 1979, p. 39).

Francis Bacon desenvolve o método indutivo, que permite por meio da observação da regularidade dos fenômenos e a generalização, a formulação correta de leis científicas, e faz uma classificação rigorosa das ciências e apresenta o *novo organum*, na qual apresenta as três tábuas de investigação: (1) de presença ou afirmação; (2) de ausência ou negação; e (3) de graduações ou comparações (KEINERT, 2003).

O racionalismo e o empirismo influenciaram duas grandes correntes de pensamento: O Positivismo é influenciado pelo empirismo, e o Idealismo é influenciado pelo racionalismo. As diferenças dessas duas vertentes devem principalmente ao método: empirismo (experimentação, indução) e o racionalismo (razão, dedução).

3.2 O Utilitarismo, Positivismo e Neopositivismo

Do empirismo e o racionalismo a ciência segue para o positivismo, sob a influência de Auguste Comte, que parte do princípio utilitarista. O utilitarismo, ou princípio da utilidade, é aquele que aprova ou desaprova qualquer ação, segundo a tendência que tem a aumentar ou diminuir a felicidade da pessoa cujo interesse está em jogo. Bentham (1979) defende a tese do hedonismo, afirmando que os homens buscam o prazer e evitam a dor. O princípio da utilidade reconhece esta sujeição, colocando-o como fundamento desse sistema, ao supor que prazer e dor são vinculados ao que é certo e errado, e, são as causas das ações humanas ou as bases de um critério normativo da ação. Para Bentham (1979, p. 4), as pessoas agem como maximizadoras racionais de suas satisfações em todas as esferas da vida. Assim, uma ação de governo estará em conformidade com o princípio da utilidade, quando a tendência que ela tem para aumentar a felicidade for maior do que qualquer tendência que tenha a diminuí-la. Deste modo, entendendo os interesses da comunidade como a soma dos interesses de seus diversos membros caberia aos governantes e legisladores propor leis e políticas públicas no sentido de gerar o máximo de felicidade para todos. Sendo assim, é missão dos governantes em promover a felicidade da sociedade, punindo e recompensando (BENTHAM, 1979).

Segundo Padovani e Castagnola (1990), o positivismo representa uma reação contra o formalismo, o idealismo, exigindo maior respeito para a experiência e dos dados positivos. A diferença entre idealismo e positivismo é que o primeiro procura uma interpretação, uma unificação da experiência mediante a razão, e, o segundo, ao contrário, quer limitar-se à experiência imediata, pura, sensível, como no empirismo. Além de ser uma reação contra o idealismo, o positivismo é ainda devido ao grande progresso das ciências naturais. O positivismo é uma reação contra o abstratismo idealista, e admite, como fonte única de conhecimento e critério de verdade, a experiência, os fatos positivos,

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

os dados sensíveis. Nenhuma metafísica, portanto, como interpretação, justificação transcendente. A filosofia é reduzida à metodologia e à sistematização das ciências. Dessas premissas teóricas decorrem necessariamente as concepções morais hedonistas e utilitárias, que florescem no seio do positivismo, e delas dependem também os sistemas político-econômico-sociais, que floresceram no âmbito natural do positivismo.

Assim, a ciência da Administração surge impregnada dos valores discutidos por estes autores, e a palavra de ordem era utilidade. Por esse conceito, as pessoas agiriam de forma a maximizar o seu próprio prazer. Assim, por meio da compra de produtos que facilitassem sua vida as pessoas encontrariam a felicidade: os produtos fabricados pelas indústrias nascentes. Os donos das fábricas teriam como retorno o lucro, que lhes oportunizaria dinheiro para a compra de produtos que lhes satisfizessem (SCHLICKMANN; MELO, 2009)

Para o Círculo de Viena (DORTIER, 2000), somente a ciência que se baseia em demonstrações rigorosas e em fatos observáveis, pode produzir conhecimento, sendo estes de duas ordens: as proposições lógicas e matemáticas, e as proposições empíricas, baseadas em fatos. As proposições empíricas devem ser submetidas aos critérios de verificação para serem estabelecidas como verdade. E o método do empirismo é a indução, a experimentação.

Conforme Demo (1985), a indução é o método que parte do particular e coloca a generalização como um produto posterior. Desse modo, a indução inverte o movimento evolutivo do pensamento, iniciando pela observação, e não seria buscada em formulações a priori de um conhecimento prévio. Ao contrário da dedução, que parte do geral e vai ao particular. Segundo Demo (1985, p. 105), “o empirismo alimentou a esperança de atingir a ciência objetiva e evidente”, e ao abandonar o contato com a filosofia, “agarrou-se à superfície do fenômeno [...], estipulou que a generalização é produto da observação repetida, nunca anterior a essa [...]. A ciência explica apenas o observável”.

O problema da indução consiste no fato de que, por mais dados singulares que o cientista acumule, não há uma garantia lógica de que o enunciado universal daí inferido seja verdadeiro. Popper (1980) defende em sua obra que o critério de demarcação da ciência não é a verificação, mas sim o falseamento. O que caracteriza o procedimento do cientista é uma tomada de decisão, em termos metodológicos, de não proteger do falseamento nenhum enunciado científico. Popper mostra como a ciência só pode ser definida por meio de regras metodológicas. Para ele a tarefa de formular uma definição aceitável da ideia de uma “ciência empírica” não está isenta de dificuldade, pois existem muitos sistemas teóricos com estrutura similar da ciência empírica. Segundo Popper (1980) defende o critério da falseabilidade, pois, um sistema científico deve ser testado pela experiência, podendo ser ou não refutado.

3.3 O funcionalismo e o Sistemismo

O debate em torno do positivismo conduziu para um novo paradigma: o funcionalista. Conforme expõe Durkheim (1978) as sociedades são marcadas pela divisão do trabalho, cujo papel foi o de aumentar a força produtiva e a habilidade do trabalhador, o

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

que possibilitou o desenvolvimento intelectual das sociedades, visto, sobretudo, como fonte da civilização. Para Durkheim (1978), a divisão do trabalho não aumenta o rendimento das funções, mas torna-as solidárias, e solidariedade é um fato social completamente moral.

Conforme Bertero (1975, p. 28), “em consonância com a visão durkeimiana da sociedade, a organização formal surge como a maneira de organizar a interação humana, a fim de adequá-la e compatibilizá-la com a divisão do trabalho vigente”. As organizações, por serem formadas de indivíduos ou grupos, formam um sistema social, e a relação entre as partes deve ser coordenada para atingir os resultados esperados, os objetivos comuns (CHANLAT, 1987).

Segundo Parsons (apud BERTERO, 1975) as organizações formais surgiram por força da evolução do processo de divisão do trabalho, a fim de cumprir tarefas socialmente estabelecidas e legitimadas, e, revestidas do caráter teleológico. Para tanto, as funções desempenhadas pelas organizações são moldadas para manter o sistema social em equilíbrio e ordem⁵. Desse modo, as organizações para Parsons são decorrência do processo de aumento da complexidade das tarefas que devem ser desempenhadas no interior do sistema social. Como observa Bertero (1975), tanto a sociologia como a economia surgiram preocupadas com modelos em equilíbrio e não com a mudança, pois a problemática do desenvolvimento econômico surge na metade do século XX. Em razão disso, o estudo das organizações se desenvolveu de forma coerente com a lógica do funcionalismo estrutural, sendo analisadas como subsistemas, ou insumos do sistema social, e, desse modo, “o caráter teleológico das organizações como contribuidoras de insumos para a consecução do sistema social é evidenciado” (BERTERO, 1975, p. 29).

Assim, as instituições funcionam dentro de uma estrutura social, e este sistema necessita de manter a boa ordem, saúde social, ou “eunomia” (RADCLIFFE-BROWN), portanto, segundo Mozzato e Grzybovski (2011), o funcionalismo apresenta pressupostos teóricos relacionados à regulação e à objetividade, e assim busca prover soluções práticas e objetivas calcadas no determinismo.

De acordo com Selznick (1967), a organização, como sistema organizacional concreto, é uma economia e ao mesmo tempo uma estrutura adaptável. É o aspecto econômico das organizações que prende a atenção dos técnicos da administração, pois a organização como uma economia é necessariamente condicionada pelas condições orgânicas da estrutura concreta. Portanto, a necessidade de definir a liderança, em busca da legitimação da autoridade e persuasão, e desta forma o papel do indivíduo na organização é extremamente funcional, e por isso, a necessidade de sistemas de controle, para que a personalidade de cada um não crie novos problemas para a organização, sendo então útil ao sistema.

No entanto, conforme Bertero (1975, p. 30) o funcionalismo estrutural limita o que se denomina de sistema social ao que é insitucionalizado, assim, na medida em que busca o equilíbrio encontra dificuldade com a mudança social. Esse conflito teórico levou os defensores da alternativa sistêmica a “pôr termo à inadequação do funcionalismo para tratar a mudança, o conflito e as tensões”.

A teoria geral dos sistemas, apresentada por Bertalanfy em meados do século XX,

⁵PARSONS, Talcott. *Structure and process in modern societies*. New York, The Free Press, 1960.

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

possibilitou unificar os conhecimentos científicos de uma ampla variedade de áreas especializadas, propiciando uma visão conceitual para tratar dos fenômenos, partindo do conceito de sistemas como “*um todo organizado ou complexo*” (KAST; ROSENZWEIG, 1980, p. 122). Assim, todo sistema passou a ser visto como um subsistema dentro de um horizonte maior, e na significação de sistema se acrescentou a noção da inter-relação entre as partes (DEMO, 1985), e Boulding classificou os sistemas em sistemas físicos ou mecânicos, sistemas biológicos e sistemas humanos e sociais. Os sistemas físicos ou mecânicos podem ser considerados fechados em relação ao seu ambiente, já os sistemas biológicos, humanos e sociais como sistemas abertos.

A moderna teoria da administração advogou pela perspectiva do sistema aberto, considerando as organizações como um sistema sociotécnico estruturado. Segundo Demo (1985), toda estrutura pressupõe um sistema, pois deste tem o elemento formal comum da inter-relação das partes, e o sistemismo chama a atenção para o fato de que o todo organiza as partes e que é o tipo de organização que especifica o todo. Essa organização pressupõe um equilíbrio pela automanutenção da ordem na relação entre os componentes, descrita no modelo parsoniano como equilíbrio-função. Para Demo (1985) o sistemismo continua o caminho do funcionalismo, pois este se relaciona aos padrões de comportamento para manutenção da estrutura social (KAST; ROSENZWEIG, 1980).

Buckley (1971), refere-se a teoria dos sistemas como um modelo de sistema sociocultural, argumentando que o sistema social é parte dominante e institucionalizada da estrutura social. Desse modo, uma organização pode ser vista como um subsistema de um sistema social, resultado da divisão do trabalho na sociedade, e se distingue dos demais sistemas sociais pela realização de objetivos organizacionais ou metas específicas, representando assim uma função do sistema maior (PARSONS, 1967). Dessa forma constitui um vínculo entre a organização e o sistema maior a qual pertence, e sua estrutura contém padrões de valores orientados pelo sistema superior, e que são legitimados internamente pelas regras normativas e definição das obrigações dos participantes da organização, definidas pelos grupos da administração ou controle gerencial, cuja responsabilidade é formular diretrizes ou tomar decisões, segundo os escalões hierárquicos estabelecidos na estrutura (PARSONS, 1967).

3.4 O Paradigma Crítico

As teorias racionais e funcionalistas com base na metodologia positivista imperaram nas construções teóricas das organizações até a década de 1960, as quais tratavam das realidades organizacionais sem nenhuma crítica às estruturas (BENSON, 1983). A concepção dialética colocou em questão as ortodoxias teóricas e metodológicas praticadas no campo das organizações, e que buscavam legitimar, sem criticar, os construtos organizacionais influenciados pelo modelo hegemônico para se adaptar aos interesses das elites administrativas. Na concepção dialética a organização é um produto da construção social, e admite a organização como totalidade, ou seja, um todo contendo múltiplos níveis e domínios interdependentes uns aos outros, e considerando os vínculos entre as organizações e a sociedade.

Segundo Foulquié (1978, p. 68), a dialética parte do ponto de vista de que os

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

objetos e fenômenos da natureza implicam contradições internas, ou a luta dos contrários. Dessa maneira, a dialética considera que o processo de desenvolvimento do inferior ao superior não se efetua de uma evolução harmoniosa, mas nas contradições inerentes a esses. Desse modo, a matéria é dinâmica, é movimento (devir), e não uma realidade passiva e inerte que só se transforma sob a ação das forças que atuam sobre ela, mas em um processo. Essas contradições nas organizações são caracterizadas por rupturas, rachaduras e inconsistências no tecido social, e podem ser reflexo do sistema econômico-político. Essas contradições alimentam o processo de produção e de construção sociais através de tensões e conflitos, que fixam limites do sistema, como também podem produzir crises que aumentam essas possibilidades de transformação social (BENSON, 1983).

Para Gurvitch (1987) toda dialética visa simultaneamente à totalidade e às partes. Portanto, o objeto de estudo é a organização no seu conjunto, analisando as múltiplas formas de relações enquanto estrutura racional em um contexto irracional, explorando os processos sociais e políticos, e suas relações de poder, e opondo-se às abstrações dos modelos teóricos que funcionam como ideologia racionalista e como modelo normativo (BENSON, 1983).

Segundo Chanlat (1987) a sociologia crítica tem interesse em compreender o conflito, a mudança, a desintegração e a dominação, e essa abordagem surge no século XIX, tendo as obras de Karl Marx como motivação para essa postura crítica, a partir de seu modo de interpretar a marcha do capitalismo como um novo sistema de exploração. Desse modo, ainda segundo Chanlat (1987), o paradigma crítico se constitui também como crítico ao paradigma funcionalista, destacando que (1) as relações sociais das organizações estão ligadas por ideologias, valores e concepções que justificam privilégios e poderes; e essas relações sociais (2) se formam e se transformam no tempo, dentro de um contexto sócio-histórico; e, portanto, (3) as análises críticas enfatizam o conflito, as crises e as contradições para a compreensão da realidade humana e organizacional em toda sua complexidade; e assim (4) poder revelar como certas concepções clássicas configuram as relações de poder e de dominação dentro da empresa, desmistificando as concepções das organizações em torno de um objetivo comum; o paradigma crítico (5) tem uma concepção acionalista da organização, e desse ponto de vista as organizações são expressão da práxis humana, e por isso se transformam, desaparecem ou renascem; para tanto (6) as análises críticas buscam liberar o homem de certos limites econômicos, políticos, sociais e culturais que somente justificam a dominação e a exploração, e por isso tem interesses em temas como autogestão, cooperativismo, desburocratização entre outros que subjagam as pessoas.

O desenvolvimento da ciência da administração, com base no paradigma positivista, resultou em estruturas rígidas de controle, tendo uma concepção do homem como um recurso de produção, e que deveria se conformar com as regras, visando a racionalização da produção. O paradigma crítico surge então como um método que analisa a organização de forma concreta e nos múltiplos níveis de relações que esta mantém com a sociedade, pois, parte do princípio de que a visão de organização como um sistema racionalmente articulado e ajustado é uma abstração. E, mesmo que os administradores se esforcem para conter e canalizar os processos, certos elementos não podem ser racionalizados, e resistem à toda racionalização. Nessa abordagem a organização é uma

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

realidade histórica que passa por transformações contínuas e dentro de um contexto social, e dessa maneira, os seus objetivos, a sua estrutura, a tecnologia, as relações informais resultam de um processo de construção social, e por isso, a organização é uma estrutura de interesses divergentes, e não de objetivos comuns como se vê nas teorias convencionais.

No paradigma crítico, a organização é um produto da construção social, e admite a organização como totalidade, ou seja, um todo contendo múltiplos níveis e domínios interdependentes uns aos outros, e considerando os vínculos entre as organizações e a sociedade. Para Gurvitch (1987) toda dialética visa simultaneamente à totalidade e às partes. Portanto, o objeto de estudo é a organização no seu conjunto, analisando as múltiplas formas de relações enquanto estrutura racional em um contexto irracional, explorando os processos sociais e políticos, e suas relações de poder, e opondo-se às abstrações dos modelos teóricos que funcionam como ideologia racionalista e como modelo normativo (BENSON, 1983).

A abordagem dialética propõe analisar os fundamentos do poder além das fronteiras da organização, examinando sistemas mais amplos como as redes interorganizacionais, os centros de poder político e econômico, os sistemas legais. Dessa maneira é possível compreender, no emaranhado das relações, quais elementos permeiam as decisões, e como esse processo social produz e reproduz relações entre os tipos de tecnologias e as estruturas de poder nas organizações, e sistemas globais de dominação.

A forma de dominação pode ser vista de diferentes maneiras na infraestrutura das organizações, tais como: na forma com que são realizados o recrutamento de pessoal, como a estrutura de interesses sociais limita as atividades da organização, nos controles de recursos internos, pelas relações que unem a organização aos diferentes grupos sociais, profissionais, raciais e de gênero. Dessa maneira, as organizações são instrumentos de dominação nas sociedades industriais, e assim, qualquer mudança na sociedade entra em contradição com as estruturas atuais de política organizacional, pois causa conflito com ordem estabelecida. Para tanto, a análise dialética volta-se para esses processos que produzem e perpetuam regularidades, buscando explicar as razões dos aspectos morfológicos e estruturais.

A concepção dialética é uma concepção libertária, de emancipação humana. Ao examinar o processo social que produz e reproduz as relações se evidenciam as bases de poder, a autoridade, bem como os interesses e formas de controle de grupos que estão em posição dominante, usam a organização como instrumento para atingir objetivos particulares.

3.5 Epistemologia da Administração

Serva (2010) argumenta que a epistemologia da administração parte das teorias científicas de Taylor e Fayol, surgidas durante a Segunda Revolução Industrial, e conforme Audet (1986), a Segunda Guerra Mundial foi propícia para o desenvolvimento da administração mais gerencial, a partir da atuação dos estados-nação e da aplicação de conceitos militares como a tática, estratégia e logística. Dessa forma, a epistemologia desse período é caracterizada como neopositivista, e a ciência da administração é projetada

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

numa imagem de ciência unitária.

No entanto, na corrente positivista, a individualidade do método faz que só uma parte dos fenômenos presentes em uma situação sejam abordadas e esclarecidas, e deixa de fora da lente e da explicação buscada a natureza humana, alegando que esta não se constitui objetivos da ciência. Esse reducionismo contribui com a eficiência técnica ou financeira da empresa, mas de uma maneira forçada, e que por isso gera efeitos perversos sobre as pessoas, organizações e a sociedade. Conforme Loschak e Chevalier (1980, p. 49-50), para ter acesso ao conhecimento científico é preciso romper com os conhecimentos comuns, que se colocam como obstáculo na via da verdade científica, escapando da tentação da vulnerabilidade “ao parasitismo ideológico, ao normativismo e às seduções do empirismo – três obstáculos que bloqueiam o seu desenvolvimento num estágio pré-científico”. E que por isso, segundo Serva (2010, p. 278), as tentativas de explicação requerem uma vigilância epistemológica constante e uma reflexão concomitante sobre os métodos, os conceitos e as técnicas adaptadas para o alcance dos objetivos.

Guerreiro Ramos (1989) aponta para a necessidade de uma reformulação epistemológica na teoria das organizações, uma vez que a satisfação das necessidades humanas requer diferentes tipos de cenários sociais. Para este autor, o sistema de mercado não atende a todos os tipos de necessidades das pessoas, e que o comportamento administrativo é condicionamento por imperativos econômicos. Assim, um tecido organizacional, que considere a interrelação dos diferentes sistemas e cenários sociais, deve sustentar uma abordagem substantiva em seu planejamento, e para tanto apresenta o paradigma paraeconômico como um meio de multidimensionar a análise organizacional.

Guerreiro Ramos (1981) faz um reexame da noção de racionalidade no campo da organização formal, o qual ele qualificou como insuficiente em termos teóricos. Para ele, a indústria se tornou um componente do sistema de mercado, tendo sua produção apoiada pelas leis da mecânica, e adaptando o trabalhador às determinações mecânicas, condicionando-o a concordar com as exigências operacionais para melhores resultados globais. As habilidades pessoais passam a ser subsidiárias de objetos mecânicos, e o homem torna-se um componente da força de trabalho. E, sendo o sistema de mercado, um sistema de preços, o trabalhador torna-se um ganhador de salário. No sistema de mercado as palavras como razão, racionalidade e lazer adquiriram novos significados, eliminando o sentido original em um processo de desculturação da mentalidade ocidental, a fim de consolidar esse sistema, e que assim encontrou condições para estabelecer o comando sobre a vida social durante a Revolução Industrial.

Segundo Guerreiro Ramos (1981), a organização que constitui a teoria organizacional é a sociedade de mercado, e que segundo Polanyi “uma economia de mercado só pode existir numa sociedade de mercado”. Neste sistema, os meios e recursos de produção devem ser otimizados para atender os princípios de economicidade, no entanto, há pontos cegos, entre os quais, a visão do homem como um ser racional que é instrumentalizado para a consecução de objetivos, mas desprovido do respectivo conteúdo de valor, o que retira toda preocupação com a natureza ética dos fins *per se* (GUERREIRO RAMOS, 1981).

Para Guerreiro Ramos (1981) a teoria da organização, de Taylor até a década de 1980, colaborou com a ideologia de mercado, e negligenciou a interação simbólica,

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

realizada pelas experiências livres de repressões operacionais formais. Sua crítica segue em direção a formulação da abordagem substantiva, a partir de Polanyi, e se destaca nos estudos organizacionais por não restringir somente a crítica em si, mas por também oferecer uma contribuição para o desenvolvimento de uma nova concepção teórica divergente das teorias tradicionais (SERVA, 1997a, SERVA et al, 2015).

Conforme Serva (1997a, 1997b), Guerreiro Ramos fundamentou seus estudos sobre a racionalidade nas organizações numa abordagem ampla, que ele denominou de “teoria substantiva da vida humana associada”, e defendia a ideia de uma razão substantiva de amplo espectro, assim a racionalidade substantiva seria um atributo natural do ser humano e residiria na psique, e por meio desta os indivíduos poderiam conduzir sua vida pessoal na direção da autorrealização, e faria isso de maneira equilibrada, levando em conta o direito dos outros indivíduos de também fazê-lo, a partir de um julgamento ético-valorativo das ações.

Conforme Guerreiro Ramos (1981), a formulação de uma abordagem substantiva para a organização inclui duas tarefas: a primeira é desenvolver uma análise capaz de detectar as bases epistemológicas do cenário das organizações, e a segunda é expurgar, ou seja, separar do que é nocivo ou prejudicial, os padrões distorcidos de linguagem e conceituação nessas análises. Uma abordagem substantiva da teoria organizacional preocupa-se com os meios de eliminação de compulsões necessárias agindo sobre as atividades humanas nas organizações econômicas e nos sistemas sociais em geral. Esta abordagem está interessada em meios viáveis de redução, e mesmo de eliminação de descontentamentos e com o aumento da satisfação pessoal dos membros das organizações econômicas.

Com Guerreiro Ramos é possível entender como a sociedade de mercado age sobre a esfera social, mesmo fora das organizações formais, e que conduz o sistema a partir de uma visão racional e utilitária. Essa forma de conduzir o sistema leva a sociedade a competir dentro de uma lógica puramente instrumental, em que as pessoas, enquanto indivíduos devem seguir padrões racionais formais, baseados em regras universalmente impostas pelo sistema de mercado. Desse modo, a razão substantiva, que é a ação orientada para a dimensão individual, a autorrealização, a satisfação e a dimensão grupal cedem lugar para a razão instrumental, na qual as ações direcionam para o alcance de metas técnicas ou finalidades ligadas a interesses econômicos.

Segundo Serva (1997b), a sociedade centrada no mercado é uma forma recente de ordenação da vida humana associada. A lógica que prevalece na maioria das organizações produtivas está pautada apenas no cálculo utilitário e êxito econômico, e está subjacente às ações que determinam o padrão de sucesso a ser alcançado. Mas esse mercado, liberado das premissas de valores éticos, tornou o ambiente das organizações propício para os abusos de poder e dominação, como também substituiu a comunicação humana pela comunicação informal, pois possibilita conduzir os indivíduos para uma competição permanente (SERVA, 1997a). Desse modo, a teoria da organização contribui para sedimentar as organizações enquanto padronizadora de comportamentos humanos, transformando-a em um lugar impessoal, e legitimando os interesses de lucratividade e crescimento econômico, ampliando as vantagens econômicas, e desconsiderando o contexto social.

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

Essa comunicação informal se abstrai das relações humanas para evitar o caráter pessoal, mas por outro lado produz ansiedade e diversas patologias psíquicas. Para Guerreiro Ramos, esse predomínio da razão instrumental é responsável pela insegurança psicológica, pela degradação da qualidade de vida das pessoas, pela poluição e pelo desperdício de recursos naturais, além de produzir uma teoria organizacional que não é capaz de proporcionar espaços sociais gratificantes aos indivíduos (SERVA, 1997a).

Segundo os estudos de Serva, que associou a abordagem substantiva de Guerreiro Ramos com a ação comunicativa de Habermas (1997a, 1997b), trabalhar sobre a racionalidade nas organizações permite agir em favor da emancipação do homem no espaço social do trabalho, e dessa forma também contribui para reposicionar a teoria das organizações para a realidade e os desafios impostos pela dinâmica do mercado, que tem conduzido a humanidade para um lugar comum de ilusões.

A ruptura com o cientificismo pragmático ocorreu quando “novos membros do campo da administração reivindicaram o status de ciência social aplicada” (SERVA, 2010, p. 279). Um movimento crítico na direção de uma nova fundamentação epistemológica do campo, a partir de outro ângulo de cientificidade e outras metodologias de investigação, além da positivista, surgiu na Alemanha, a partir da controvérsia “*Erklären-Verstehen*”, com Weber, Droysen e Dilthey (GRISALES, 2011).

O “*Erklären*” concebe o objetivo da ciência como a busca de causas eficientes, mecânicas ou materiais dos fatos, e em consequência criam as leis universais, deduzidas das constatações e tais fatos e suas causas. Já o “*Verstehen*”, é a visão compreensiva, mais próxima da postura aristotélica de que o conhecimento de um objeto deve integrar as causas eficientes, o material formal, e a causa final ou teleológica. Nesta perspectiva mais valem as diferenças, as especificidades dos indivíduos e seu sentido, sua razão de ser dentro das situações sociais e culturais, do que os recursos generalizados ou quantificáveis (GRISALES, 2011).

Entretanto, no campo da administração é preciso identificar correntes que tenham recursos comuns, e para tanto Le Moigne (2004) defende o construtivismo como meio para gerar o conhecimento, e dessa maneira o conhecimento administrativo resultaria da apreensão de uma realidade complexa na qual o sujeito, ao mesmo tempo em que busca conhecer essa realidade, também a interpreta, cria e recria a si mesmo no processo, e, portanto, não é possível observá-lo objetivamente. Le Moigne (2004) critica a hegemonia do positivismo, e aponta que há muito tempo o construtivismo vem tentando adentrar no campo, porém encontrou obstáculos, entre os quais a racionalidade científica e a racionalidade da gestão. De toda forma, parece estar claro que compreender a administração pela lente das ciências duras não leva a uma compreensão verdadeiramente completa, e essa incompletude leva a erros e efeitos perversos, difíceis de serem corrigidos.

Essa epistemologia construtivista reconhece que não é possível o conhecimento universal baseado no “*a priori*” da metodologia positivista e na subtração do sujeito no processo cognitivo. O construtivismo parte de uma concepção interativa do conhecimento, o qual reconhece que os objetos de estudo constituem realidades complexas e mutantes, sendo necessário adaptar o método ao objeto e não o contrário, ou seja, não se pode fazer caber as situações administrativas no método experimental para ganhar status de ciência,

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

mas sim de gerar a melhor maneira possível de conhecê-las, de acordo com suas especificidades. Conforme Berry (1986, apud GRISALES, 2011, p. 83), a primeira meta é produzir conhecimento a partir de um objeto, e depois conhecer a sua complexidade, pois “toda realidade social ou organizacional, por simples que pareça, é complexa para ser apreendida por um modelo explicativo”. Essa forma de construir o conhecimento implica em uma ação coletiva, no qual não se deve separar os saberes dos indivíduos das relações sociais (LE MOIGNE, 2004).

Segundo o exposto, ao tomar a empresa como objeto de referência, não se levou em consideração outros fenômenos também importantes para a administração como o fato econômico, jurídico, social, psicológico e comercial. Le Moigne (2004) aponta para a incongruência das epistemologias nas ciências da administração, tecidas pelo método hegemônico para dar cientificidade às técnicas de gestão, por isso, é imprescindível produzir ciência a partir de uma nova epistemologia, que possibilite integrar o sujeito e a realidade complexa. Dessa maneira, os pesquisadores devem fazer uma imersão numa empresa, numa situação de gestão para compreender as questões inerentes do processo, buscando interpretar a experiência do sujeito, e a partir desse contexto é que se interpreta a realidade, tendo por base as especificidades e sua complexidade.

Após essa breve descrição das bases epistemológicas das ciências e da administração, o próximo tópico apresenta o desenvolvimento da presente pesquisa, e na sequência a análise.

4 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA: LEVANTAMENTO E ANÁLISE DA PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE O *SLOW FASHION*

Para a realização deste trabalho, em que se objetiva analisar o surgimento do movimento *slow fashion* e a contribuição das pesquisas para a formação de um corpo de conhecimento, foi realizado um levantamento na base Scopus⁶, utilizando-se o termo *slow fashion* como palavra-chave, o que resultou em 10 artigos publicados no período de 2008 a 2016 (Quadro 1). O levantamento foi realizado no mês de agosto de 2016, e demonstra que a produção ainda é modesta e se concentra na Europa e Estados Unidos. A mesma consulta foi feita na Base Spel⁷, porém, nenhum artigo foi encontrado no período da pesquisa.

Quadro 1 – Relação de artigos sobre o tema *slow fashion* indexados pela Base de Dados Scopus no período de 2008 a 2016

Ano	Autor	Título	Periódico
2008	CLARK	SLOW + FASHION - AN OXYMORON - OR A PROMISE FOR THE FUTURE ...?	Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture. Volume 12, Issue 4, December 2008
2013	WATSON; YAN	AN EXPLORATORY STUDY OF	Journal of Fashion Marketing and

⁶Base Scopus. Disponível em <<https://www-scopus-com.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>

⁷SPELL® Scientific Periodicals Electronic Library. Disponível em <<http://www.spell.org.br/>>

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

Ano	Autor	Título	Periódico
		THE DECISION PROCESSES OF FAST VERSUS SLOW FASHION CONSUMERS	Management, Volume 17, Issue 2, May 2013
2013	POOKULANGARA; SHEPHARD	SLOW FASHION MOVEMENT: UNDERSTANDING CONSUMER PERCEPTIONS-AN EXPLORATORY STUDY	Journal of Retailing and Consumer Services, Volume 20, Issue 2, March 2013
2014	JUNG; JIN	A THEORETICAL INVESTIGATION OF SLOW FASHION: SUSTAINABLE FUTURE OF THE APPAREL INDUSTRY	International Journal of Consumer Studies, Volume 38, Issue 5, 2014
2015	ERTEKIN; ATIK	Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion	Journal of Macromarketing Volume 35, Issue 1, 14 March 2015,
2015	SØDERLUND; BERG	Slow fashion in the sports apparel industry	17th International Conference on Engineering and Product Design Education, and PDE 2015
2015	PROTHERO; MCDONAGH	INTRODUCTION TO THE SPECIAL ISSUE: SUSTAINABILITY AS MEGATREND II	Journal of Macromarketing Volume 35, Issue 1, 14 March 2015
2015	HENNINGER	TRACEABILITY THE NEW ECO-LABEL IN THE SLOW-FASHION INDUSTRY?-CONSUMER PERCEPTIONS AND MICRO-ORGANISATIONS RESPONSES	Sustainability (Switzerland) Volume 7, Issue 5, 2015
2016a	JUNG; JIN	Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach	Sustainability (Switzerland) Volume 8, Issue 6, 8 June 2016, n. 540
2016b	JUNG; JIN	From quantity to quality: understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education	International Journal of Consumer Studies Volume 40, Issue 4, 1 July 2016

Fonte: próprio autor, a partir de levantamento realizado na Base Scopus

Esses trabalhos iniciais têm contribuído com o desenvolvimento do conceito de produção *slow fashion* como um modo de produção que desafia o modelo dominante na indústria têxtil, contudo, essa produção é passível de análise a fim de compreender as bases epistemológicas que embasam esses estudos. Para tanto, nos tópicos seguintes apresenta-se uma breve descrição de cada artigo e após a análise da base epistemológica.

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

4.1 Descrição dos artigos sobre *Slow Fashion*

Para a análise da produção acadêmica foram apreciados seis artigos (Quadro 2) dentre os relacionados no quadro 1.

Quadro 2 – Artigos selecionados para análise epistemológica

Autor(es)	TÍTULO DO ARTIGO	Metodologia utilizada
CLARK (2008)	SLOW + FASHION - AN OXYMORON - OR A PROMISE FOR THE FUTURE ...?	Qualitativa. Teórico-empírico
POOKULANGARA ; SHEPHARD (2013)	SLOW FASHION MOVEMENT: UNDERSTANDING CONSUMER PERCEPTIONS-AN EXPLORATORY STUDY	Qualitativa. Grupos focais.
WATSON; YAN (2013)	AN EXPLORATORY STUDY OF THE DECISION PROCESSES OF FAST VERSUS SLOW FASHION CONSUMERS	Qualitativa. Grupos focais e entrevistas pessoais
JUNG; JIN (2014)	A THEORETICAL INVESTIGATION OF SLOW FASHION: SUSTAINABLE FUTURE OF THE APPAREL INDUSTRY	Quantitativa. Questionário e análise estatística
JUNG; JIN (2016a)	Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach	Quantitativa. Questionário e análise estatística
JUNG; JIN (2016b)	From quantity to quality: understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education	Quantitativa. Questionário e análise estatística

Fonte: próprio autor

Após analisar cada artigo, destacamos a metodologia e as conclusões dos pesquisadores. A descrição será feita na mesma ordem em que foram relacionados no quadro acima.

Hazel Clark (2008) ao abordar o paradoxo entre *slow + fashion* utilizou as três linhas de reflexão do Manifesto Slow + Design: (a) valorização dos recursos locais e distribuição da economia; (b) sistemas de produção transparentes com menos intermediação entre produtor e consumidor; e (c) valorização de produtos sustentáveis e sensoriais, com uma vida mais longa utilizável e o comparou em relação ao modelo *fast fashion*, considerado como o sistema global de produção.

Segundo Clark (2008), a primeira linha de reflexão refere-se a valorização dos recursos locais e distribuição da economia, e portanto, conduz ao slogan popular “pensar globalmente e agir localmente”, que identifica o local como um espaço de resistência contra a cultura global, onde consumidores têm assumido um senso de responsabilidade global, e novas articulações têm ocorrido entre o global e o local. Tipicamente o assunto segue a moda global, no qual os estilos em nível internacional, por consumir roupas que são projetadas, fabricadas e distribuídas em mais de um lugar ou país. Clark (2008) referencia o trabalho de designers brasileiros, que buscando criar um estilo latino também utilizaram os apoiamos projetos socialmente responsáveis, visando contribuir com a economia local, bem como as comunidades, e a transparência do sistema de produção e

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

condições dos trabalhadores ou o impacto ambiental.

A segunda linha, sistemas de produção transparentes com menos intermediação entre produtor e consumidor, conforme Clark (2008), refere-se a produção em pequena escala onde a fronteira entre consumidor e produtor são bem definidas na indústria de moda. A abordagem *slow* é sem dúvida um desafio para a produção de moda. Observando os estilistas que aderiram aos princípios do movimento nota-se que a produção envolve uma qualidade maior, com trabalho mais valorizado, e fabricam coleções pequenas, no entanto, para garantir o lucro necessário sem saturar o mercado, os preços são mais elevados.

A terceira linha, a valorização de produtos sustentáveis e sensoriais, com uma vida mais longa utilizável, foca atenção na valorização e conhecimento do objeto e exige um design que gera experiências significativas. Para tanto, a aquisição do produto é encarada como um investimento, tanto pelo valor monetário, como pela longevidade funcional e design atemporal, que mantém uma atração para um particular consumidor ou usuário mesmo depois da temporada. Desse modo, o produto tem que ser mais substancial do que o visual ou a imagem. Roupas de alta costura ou feitas sob medida, ou ainda bolsas e sapatos de luxo são considerados nessa terceira linha (CLARK, 2008)

Clark (2008) concluiu que o *slow + fashion* não é um paradoxo, e oferece uma abordagem para um futuro mais sustentável, mas reconhece que o diferencial encarece os produtos, e que isso também demanda uma redefinição de moda que reconheça esses princípios. O modelo de produção *slow fashion* desafia a hierarquia existente de projeto, produção e consumo, e ainda necessita de vários estudos, inclusive na produção em larga escala.

Pookulangara e Shepard (2013), ambos pesquisadores estadunidenses, dos Estados do Texas e New York respectivamente, realizaram uma pesquisa exploratória para analisar a percepção de compra de vestuário de *Slow fashion*, e para tanto utilizaram o método *focus groups*, sendo os participantes alunos de duas universidades do sudoeste dos Estados Unidos. Foram realizados sete grupos focais nos dois locais de pesquisa com um total de 50 participantes. Em média, os grupos focais tinham entre 5 a 7 participantes. Todos os participantes, exceto dois eram mulheres.

Segundo Pookulangara e Shepard (2013), o resultado demonstrou que os consumidores consideram que os produtos *slow fashion* possuem alta qualidade, independente da categoria do produto, mas que por isso também tem o preço mais caro do que a mercadoria regular. São ainda produtos clássicos, ou seja, não aderem às tendências de moda atual, o que corresponde à proposta do *slow fashion* de ser um produto atemporal, que não será descartado tão logo finde a estação. No entanto, mesmo quando os consumidores têm uma consciência sobre questões éticas de produção, o preço, a qualidade e o estilo têm maior influência sobre as decisões de compra. Segundo a pesquisa, os consumidores ainda acreditam que eles não têm conhecimento suficiente para tomar decisões éticas, devido principalmente pelo desconhecimento do processo de fabricação e distribuição no varejo, e que muitos não têm conhecimento da real diferença de valor entre os produtos *slow* ou *fast fashion*. Esses dados indicam que o pouco conhecimento sobre *slow fashion* leva ao entendimento de que as compras exigiriam uma parcela maior de rendimento discricionário para ser gasto em roupas que nem está na

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

moda.

Para Pookulangara e Shepard (2013) o *slow fashion* não se refere apenas sobre a compra de peças de vestuário que atendam aos requisitos éticos, mas também em participar no processo de reutilização, reciclagem e redirecionando da roupa existente. Assim, pode-se afirmar que *Slow fashion* ainda está na sua fase introdutória.

O artigo de Watson e Yan (2013), pesquisadores do Departamento de Design e Merchandising, da Universidade do Estado do Colorado, Estados Unidos, apresenta o resultado de uma pesquisa com consumidores utilizando o modelo de Processo de Decisão do Consumidor (CDP), desenvolvido por Blackwell et al (2006 apud WATSON e YAN, 2013). Os dados qualitativos foram recolhidos através de grupos focais e entrevistas pessoais, sendo duas entrevistas com consumidoras de *fast fashion* e duas entrevistas com consumidoras de *slow fashion*. A amostra foi composta por 38 participantes, dos quais 20 que se denominaram consumidores *fast fashion* e 18 *slow fashion*. Todos os participantes são do sexo feminino, acima de 18 anos de idade, e a idade média é 21 anos.

O roteiro de questionamentos incluiu perguntas específicas em relação às três etapas do modelo CDP, ou seja, o compra/consumo, avaliação pós-consumo e comportamento desinvestimento. Os temas incluem remorso evasão, o utilitarismo, o hedonismo, a congruência estilo/auto-imagem dos compradores, satisfação instantânea vs satisfação contínua, expectativa do consumidor, e frequências de desinvestimento.

Watson e Yan (2013) criaram duas definições com base na síntese de todos os dados qualitativos da pesquisa que realizaram (quadro 3). O consumidor *fast fashion* é um consumidor que opta por comprar roupas que estão na moda, a preços baixos incutindo assim um elevado fator de substituível permitindo-lhe satisfazer sua necessidade de comprar com frequência e em quantidade. O consumidor *slow fashion* é o tipo de consumidor que opta por comprar roupa versátil e de alta qualidade, que lhe permite construir um guarda-roupa com base no conceito de vestuário atemporal e durável. O modelo mostra como fatores internos e externos afetam as decisões de compra

Quadro 3 – Diferenças entre consumidores *slow fashion* e consumidores *fast fashion*

	Consumidores <i>slow fashion</i>	Consumidores <i>fast fashion</i>
Utilidade	Versatilidade, ajuste, qualidade	Acessibilidade, quantidade
Estilo	Clássico, atemporal	Original, na moda, variedade
Expectativa do consumidor	Ajuste, qualidade, tempo longo, versatilidade, baixa manutenção, preço mais elevado	Baixa qualidade, vida útil curta, substituível, acessibilidade

Fonte: adaptado de Watson e Yan (2013).

Jung e Jin (2014), pesquisadores do Departamento de Estudos de Consumo e varejo de vestuário da Universidade da Carolina do Norte, Estados Unidos, desenvolveram uma escala com a finalidade de definir teoricamente as dimensões subjacentes ao *slow fashion*. Para a geração dos itens da escala realizaram pesquisas quantitativas com amostras estudantes do curso de estudos sobre o varejo da universidade. A escolha desses

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

alunos deve-se pela área de estudo, e assim mais propensos a conhecer sobre o movimento de *slow fashion* do que estudantes de outros cursos. A segunda etapa foi realizada para fazer um procedimento de refinamento, para tanto realizaram a pesquisa com 129 estudantes da região sudeste dos EUA. Essa amostra de respondentes tem uma idade média de 20,08 anos, sendo que a maioria da amostra era do sexo feminino (89,3% do total de entrevistados). Os itens foram medidos numa escala Likert de 5 pontos (1 = discordo totalmente a 5 = concordo totalmente), e 121 respostas foram analisadas, a fim de descobrir se itens de orientação *slow fashion* atendiam a exigência da estatística para análise fatorial exploratória (EFA), correlações da matriz de dados, teste de Bartlett de esfericidade e medida de provas e adequação através do Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) foram examinados. Os dados resultaram na identificação de cinco dimensões do conceito de *slow fashion*: equidade, autenticidade, funcionalidade, localismo e exclusividade:

- a) Equidade refere-se à orientação dos consumidores para o comércio justo, uma compensação justa e um ambiente de trabalho justo para os trabalhadores. A produção de baixa velocidade garante horas de trabalho regulares, e pelos princípios do *slow fashion* deve-se garantir um salário justo para os trabalhadores, possibilitando melhores condições de trabalho, e, portanto, melhoria da qualidade de vida. Assim, as pessoas que são mais propensas a se preocupar com equidade dos produtores podem aceitar um valor maior.
- b) Autenticidade envolve uma propensão dos consumidores para com roupas feitas por forma artesanal e métodos tradicionais, em oposição à produção de produtos idênticos aparentemente copiados por máquina. Isso deve ser favorável aos consumidores que se preocupam com a autenticidade de artigos de vestuário, e esses consumidores percebem mais valor.
- c) A funcionalidade está relacionada com a maximização da utilidade do produto de moda, e o *slow fashion* encoraja as pessoas a usar itens por mais tempo, mais frequentemente, e de várias maneiras. Estilos de moda são substituídos por desenhos clássicos para que os consumidores possam usar os itens por várias temporadas de moda. Os consumidores podem perceber que o aumento longevidade e versatilidade de um produto pode ser mais econômico, mesmo apesar do preço mais alto que produtos *fast fashion*.
- d) Localismo. Produtos *slow fashion* são geralmente produzidos localmente, com recursos locais, tais como profissionais/artesãos qualificados, fábricas locais, ou matérias primas produzidas localmente, dessa forma também apóia a economia local, formando ainda uma identidade regional específica nos produtos.
- e) A exclusividade está relacionada com a propensão para uma valor de exclusividade dos produtos. Artigos de *slow fashion* são produzidos em pequenas quantidades, e até mesmo dentro do mesmo lote, porém eles não são exatamente idênticos porque o trabalho manual é amplamente utilizado. Assim, um valor exclusivo é alcançável através de artigos de moda heterogêneos, e isso proporciona diferenciação. Este atributo pode aumentar o valor percebido das peças de vestuário (emocional) (JUNG; JIN, 2014).

Segundo Jung e Jing (2014), o *slow fashion* pode ser um modelo de negócio para promover as pequenas empresas de fabricação de roupas nacionais, e revitalizar a

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

economia local. Especialmente nos Estados Unidos, a fabricação de roupas tem fortemente invocado a produção de produtos de moda em massa, no entanto, com a terceirização, as pequenas empresas são menos propensas a utilizar economias de escala, e a produção em pequenos lotes dificulta encontrar parceiros de qualidade. Ademais, o pequeno varejo nos EUA tem lutado pela sobrevivência, indicando a mudança de poder para os varejistas de massa. Nos EUA, 10 principais varejistas controlam 47% do total das vendas de vestuário, e para se manter os pequenos varejistas precisam de um diferencial. Pequenas e médias empresas representam mais de 99,7% de todos os empregadores dos EUA, sendo responsável por 44,5% do total da folha de pagamento de norte-americanos, gerando entre 60-80% de novos postos de trabalho anualmente.

Considerando que o *slow fashion* envolve pequena quantidade de produtos únicos (exclusividade) movimentando recursos locais (localismo) e utilizando técnicas tradicionais (autenticidade) requerendo mais tempo de produção e melhor remuneração (equidade), a estratégia econômica das empresas de grande escala não se encaixa no modelo de negócio *slow fashion*. Em vez disso, ele pode prosperar em empresas de pequena dimensão, como negócios familiares. Portanto, o modelo *slow* de negócio da moda iria ajudar o renascimento da pequena EUA empresas de vestuário, em particular.

Jung e Jing (2016a) dando continuidade à pesquisa sobre o *slow fashion*, buscaram compreender como as empresas *slow fashion* podem criar valor para a empresa e quais os atributos deve ser enfatizado para sustentar a rentabilidade. Hipóteses da pesquisa: a partir dos atributos, a H1 foi proposta: Um consumidor que se preocupa com H1(a) Equidade, H1(b) Autenticidade, H1(c) Funcionalidade, H1 (d) Localismo e H1(e) Exclusividade vai perceber maior valor para o cliente em direção a produtos *slow fashion*.

A análise de regressão múltipla foi realizada para melhor compreensão das relações entre as orientações *slow fashion* e percepção de valor pelo cliente. O atributo exclusividade, derivado de produtos exclusivos e quantidade limitada, foi fortemente relacionados com a formação de valores extrínsecos, tais como valores emocionais e sociais. Em contraste, o atributo de autenticidade, criado pelo artesanato e técnicas de produção tradicionais, geram valores intrínsecos, como qualidade preço e valor. O atributo funcionalidade revelou associações com valor emocional e qualidade, pois este atributo inclui preocupações com a versatilidade e longevidade do vestuário. O atributo equidade foi relacionado com o emocional, social e valor do trabalho. Ou seja, se um indivíduo está muito preocupado com as condições de trabalho justas e compensações, é mais propenso a aceitar o custo extra do produto, pois este contribui para melhorar o bem-estar dos trabalhadores.

Jung e Jing (2016b) realizaram estudo exploratório com objetivo de identificar segmentos potenciais para o consumo de *slow fashion*, bem como compreender as suas características. A pesquisa quantitativa foi delineada utilizando uma amostra de 221 americanos, com idade acima de 18 anos e intenções para consumo. Os participantes representam a população geral dos Estados Unidos, e as idades variaram de 19 a 77 anos, a proporção quase igual de homens e mulheres, sendo mais de 70% da amostra composta de caucasiano/anglo/europeu/americano. O instrumento de coleta e medição utilizado foi um questionário de pesquisa online (*survey*) composto de escalas Likert para medir o comportamento de consumo de roupas: intenções de compra *slow fashion*, disponibilidade para pagar um preço *premium*, preço aceitável e informações demográficas.

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

A partir dos dados foram identificados quatro grupos de consumidores, significativamente diferentes: Grupo 1: altamente envolvido no *slow fashion*; Grupo 2: convencional; Grupo 3: de orientação para exclusividade; Grupo 4: com baixo envolvimento em *slow fashion*. Como os consumidores de moda procuram satisfazer necessidades diferentes através da compra de moda, não é plausível para discernir quais grupos vão comprar *slow fashion* ou apenas *fast fashion*. Consumidores de *slow fashion* no presente estudo podem comprar *fast fashion*, em certa medida, no entanto, eles são altamente impulsionados pelos atributos fornecidos pelo *slow fashion*. Ou seja, o Grupo 1 é orientado para todos os cinco atributos do *slow fashion* (equidade, autenticidade, funcionalidade, localismo e exclusividade), ao passo que o Grupo 2 e Grupo 3 envolvem em partes dos atributos. Por exemplo, os aspectos de autenticidade e funcionalidade do *slow fashion* pode apelar para o Grupo 2 e Grupo 3 por favorecer o aspecto de exclusividade.

Sendo este uma tema recente para as organizações, esses estudos possibilitaram conhecer as percepções dos consumidores, bem como a disposição para os gastos com as compras de vestuário. Isto posto, as pesquisas aqui apresentadas têm contribuído com o desenvolvimento de um quadro conceitual sobre o *slow fashion*, contudo, há ainda outros fatores a serem pesquisados, pois como apresenta Kate Fletcher (2007), o modelo *slow fashion* é baseado em ações ambientalmente corretas em toda a cadeia de produção, tendo prioridade os aspectos sociais, econômicos e ambientais e uma maior consciência dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, a comunidade e o ecossistema.

4.2 Análise Epistemológica da Produção Acadêmica sobre o *Slow Fashion*

A produção acadêmica com foco no movimento *slow fashion* ainda é modesta, estando concentrada nos Estados Unidos e Europa. Entre os 10 artigos encontrados na base Scopus, seis foram analisados. E, conquanto a filosofia *slow fashion* abranja a organização em sua totalidade com foco em sustentabilidade, nessas pesquisas, com exceção do trabalho de Clark (2008), o objetivo da investigação concentrou-se no mercado consumidor.

Entender os consumidores é uma preocupação quando um conceito ou produto é algo recente no mercado, como é o caso do *slow fashion*, muito embora a pressão por uma moda mais sustentável vêm influenciando a postura dos consumidores desde a década de 1960 (HENINGER, 2015; ERTEKIN; ATIK, 2015).

Para compreender a percepção dos consumidores e o processo de tomada de decisão, Pookulangara e Shepard (2013) e Watson e Yan (2013) realizaram pesquisas qualitativas, com a utilização da técnica de grupos focais, e os resultados demonstram que os consumidores percebem os produtos *slow fashion* como roupas clássicas, de alta qualidade, e preço alto. Esses fatores afetariam a decisão dos consumidores que preferem comprar roupas da moda a preços baixos. Assim, para sustentar a rentabilidade, as empresas de *slow fashion* se concentram em alta qualidade, o que exige um preço mais alto. Por isso a preocupação com o mercado consumidor, pois, mesmo quando estes têm consciência sobre as questões éticas e sustentáveis, o preço é um importante fator de influência na decisão de compra.

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

Essa posição denota que as pesquisas estão embasadas na concepção teleológica, voltada, sobretudo para o mercado e os aspectos econômicos da organização. Conforme Serva (1997b), a lógica que prevalece na teoria das organizações está pautada no cálculo utilitário e no êxito econômico, estando ainda subjacente às ações que determinam o padrão de sucesso a ser alcançado. Essa afirmação de Serva esclarece a preocupação sobre o comportamento de compra, uma vez que os fatores econômicos muitas vezes têm um papel na preferência dos consumidores de baixo custo, e a falta de dinheiro é uma restrição importante susceptível de impedir ou limitar comportamentos pró-ambientais. Além disso, os varejistas de moda *fast fashion* se tornaram sucesso em oferecer a última moda a preços acessíveis, portanto, o estabelecimento de um sistema de forma sustentável é contrário às preferências dos consumidores para os produtos mais baratos, independentemente de seus fornecedores e as técnicas de produção.

Jung e Jing utilizaram a metodologia quantitativa, com a aplicação da estatística para definir as dimensões do *slow fashion* (2014), identificar os segmentos potenciais de consumo (2016a); e, compreender as características do modelo de produção *slow fashion* (2016b). Os autores concluem que o comércio justo, a utilização de métodos tradicionais, a maximização da utilidade do produto de moda, o valor de exclusividade dos produtos e a produção local (dimensões do *slow fashion*) compõem um modelo de negócio capaz de promover as pequenas empresas e revitalizar a economia local. Entretanto, consideram que o valor da empresa resultará da garantia de exclusividade e qualidade dos produtos, sendo que a estratégia de preço elevado manterá a percepção do consumidor sobre o produto diferenciado.

As conclusões dos pesquisadores corroboram com a afirmação de Selznick (1967), na qual o aspecto econômico das organizações prende a atenção dos técnicos da administração, pois, a organização como uma economia é necessariamente condicionada pelas condições orgânicas da estrutura concreta. São baseadas no paradigma funcionalista, pois, assume as organizações como coletividades estabelecidas para a perseguição de objetivos relativamente específicos. E, por esses objetivos sua função social é identificada como *input* para outro sistema social em seu conjunto ou ainda para outro subsistema social. O *output* deve ser aceito por este, de forma a legitimar a sua própria existência. Na concepção teleológica, se a organização sobrevive é porque o conjunto de seus membros persegue objetivos compartilhados (SÉGUIN; CHANLAT, 1987).

Segundo Guerreiro Ramos (1981), a organização que constitui a teoria organizacional é a sociedade de mercado, e que segundo Polanyi “uma economia de mercado só pode existir numa sociedade de mercado”. Neste sistema, os meios e recursos de produção devem ser otimizados para atender os princípios de economicidade, no entanto, há pontos cegos, entre os quais, a visão do homem como um ser racional que é instrumentalizado para a consecução de objetivos, mas desprovido do respectivo conteúdo de valor, o que retira toda preocupação com a natureza ética dos fins *per se* (GUERREIRO RAMOS, 1981).

Clark (2008) apresenta que o propósito de *slow fashion* não é retardar literalmente a cadeia têxtil de suprimentos de vestuário, mas dar ênfase um processo mais sustentável, que inclui planejamento concepção, produção, fornecedores e educação do consumidor. Contudo, considera que a produção *slow fashion* é um desafio, visto que por sua gênese opera em um ritmo de produção mais lento, consciente de seus diversos públicos como

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

designers, compradores, varejistas e consumidores, e do impacto que a moda produz sobre os trabalhadores, os consumidores e ecossistemas. Ademais, é uma alternativa à produção em massa e ao *mainstream* da produção de vestuário, e por isso sugere uma ruptura com os valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico.

Esse modelo de produção permite que os trabalhadores executem a tarefa com mais tempo e assim pode se dedicar mais em cada peça para garantir a melhor qualidade, por isso o fator da remuneração justa é um princípio do *slow fashion* que implica num custo maior de produção, e por isso demanda que o mercado reconheça que o preço reflete o valor real do produto. Dessa maneira o preço da roupa para atender o consumidor não é aceito como um salvo-conduto para produzir sob a exploração da mão de obra e o meio ambiente.

Como observa Grisales (2011), a ciência da administração, produzida a partir da corrente positivista levou a uma produção técnica buscando alta produtividade e ganhos econômicos pautados pela maximização do lucro, o que tem causado o esgotamento dos recursos materiais e anulado o fator humano enquanto sujeito do processo. E desse modo, conforme Lallement (2006) a fabricação de produtos de má qualidade e a exploração de trabalhadores falsificam a eficácia e a boa harmonia da comunidade de produtores.

E é contra essa falsa eficácia que o modelo de produção *slow fashion* se posiciona, e para tanto advoga pela transparência no sistema de produção, a criação de produtos com uma vida utilizável mais longa, utilização de materiais de qualidade e valorização dos trabalhadores em relação ao desempenho das funções e a remuneração.

Para tanto, sugere-se a realização de pesquisas que considere os outros fenômenos também importantes para a administração (Le MOIGNE, 2004). Pois, conforme Séguin e Chanlat (1987) as relações que uma organização desenvolve com o exterior, assim como suas relações internas, não são independentes da estrutura social e das relações sociais próprias a determinada sociedade, pois não são desligadas das ideologias, dos valores, das concepções de mundo que muitas vezes existem para justificar algumas situações, privilégios e poderes.

CONCLUSÃO

Este artigo apresenta uma análise de pesquisas que realizaram estudos sobre o movimento *slow fashion*, considerado como um modelo de produção sustentável (FLETCHER, 2007). Os artigos para esta análise foram levantados na Base Scopus, publicados no período de 2008 a 2016, dos quais seis foram selecionados para a análise.

O movimento *slow fashion*, por sua gênese, opera em um ritmo de produção mais lento, mas não se refere ao tempo, como o seu nome sugere, mas sim a uma filosofia que é consciente de seus diversos públicos como designers, compradores, varejistas e consumidores, e do impacto que a moda produz sobre os trabalhadores, os consumidores e ecossistemas, buscando ainda a valorização da economia e recursos locais, a transparência no sistema de produção e a criação de produtos com uma vida utilizável mais longa (FLETCHER; GROSE, 2012).

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

A análise dos artigos demonstrou que, embora o conceito abranja a organização como um todo, o foco principal de investigação concentra-se no mercado consumidor. A preocupação dos pesquisadores com os fatores microeconômicos deve-se em razão dos preços dos produtos *slow fashion* serem superiores aos dos produtos *fast fashion*, em razão da qualidade e da quantidade produzida, além dos demais fatores da produção que elevam o custo total.

O objetivo das pesquisas e a metodologia utilizada evidenciaram que as pesquisas se baseiam no paradigma funcionalista, pois, assume as organizações como coletividades estabelecidas para a perseguição de objetivos relativamente específicos, uma vez que os objetivos e metas é uma dimensão central na definição de organização (SÉGUIN; CHANLAT, 1987). Por isso a preocupação com o comportamento do mercado consumidor, pois, mesmo quando estes têm consciência sobre as questões éticas e sustentáveis, o preço é um importante fator de influência na decisão de compra, o que afeta as questões econômicas.

REFERÊNCIAS

- AUDET, Michel. Le procès des connaissances de l'administration. In: Audet, M.; Malouin J. (Orgs.) **La production des connaissances scientifiques de l'administration**. Quebec, Les Presses de l'Université Laval, 1986.
- BENSON, J. K., As organizações: um ponto de vista dialético, in CHANLAT, J.F.; SÉGUIN, F. **L'analyse des organisations: une anthologie sociologique**. Tome I. Montreal :Gaëtan-Morin, 1987.
- BERTERO, Carlos Osmar. Influências sociológicas em teoria organizacional. **RAE**, São Paulo, v. 15, n. 6, p. 27-37, Dez. 1975. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901975000600003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 09 Fev. 2017.
- BUCKLEY, Walter. **A sociologia e a moderna teoria dos sistemas**. São Paulo: Cultrix – Universidade de São Paulo, 1971.
- CHANLAT, J.F. e SÉGUIN, F. O paradigma crítico em sociologia (trad. livre); O paradigma crítico e sua concepção da organização (trad. livre), in **L'analyse des organisations: une anthologie sociologique**. Tome I. Montreal: Gaëtan-Morin, 1987.
- CHEVALLIER, Jacques; LOSCHAK, Daniëlle. **A Ciência Administrativa**. Mem Martins: Europa - America, 1980.
- CLARK, Hazel. Slow + Fashion - an oxymoron - or a promise for the future ...? **Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture**. Volume 12, Issue 4, December 2008. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

DEMO, Pedro. Base empírica da pesquisa social; Abordagem sistêmica e funcionalista – visão dinâmica dentro do sistema; Sociedade provisória – perspectivas de uma metodologia processual dialética, in **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1985.

DURKHEIM, Êmile. **Da divisão do trabalho social**: as regras do método sociológico, o suicídio; as formas elementares da vida religiosa. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

ERTEKIN, Zeinep Ozdamar; ATIK, Deniz. Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion. **Journal of Macromarketing**. Volume 35, Issue 1, 14 March 2015. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

EVANS-PRITCHARD, E.E. **Antropologia social**. Lisboa: Edições 70, 1972.

FLETCHER, Kate. Slow fashion. **The Ecologist**. June 2007. Disponível em <http://www.theecologist.org/green_green_living/clothing/269245/slow_fashion.html>. Acesso em 15 Set. 2015.

_____; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade** - design para Mudança. São Paulo: Senac, 2012.

FOULQUIÉ, Paul. **A dialética**. Lisboa: Europa-América, cap. 1, 1978.

GRISALES, Rodrigo Muñoz. **Formar en administración** – por una nueva fundamentación filosófica. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, Universidad EAFIT, 2011.

GUERREIRO RAMOS, Alberto. **A nova ciência das organizações** – uma reconceituação da riqueza das nações. 2.ed. São Paulo: FGV, 1989.

GURVITCH, Georges. Caracterização prévia da dialética, in **Dialética e sociologia**. São Paulo: Vértice, 1987.

HENNINGER, Claudia E. Traceability the new eco-label in the slow-fashion industry? - Consumer perceptions and micro-organisations responses. **Sustainability** (Switzerland). Volume 7, Issue 5, 2015. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

JAPIASSU, Hilton. **Introdução ao pensamento epistemológico**. 6.ed. São Paulo: Francisco Alves, 1991.

JOHANSSON, Eleonor. Slow Fashion - An Answer for a Sustainable Fashion Industry? Dissertação. (Master's thesis) The Swedish School of Textiles, University of Borås, Borås, Sweden, 2010. Disponível em <<http://bada.hb.se/bitstream/2320/6776/1/2010.9.15.pdfS>>. Acesso em 01 Set. 2015.

JUNG, Sojin; JIN, Byoungcho. Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. **Sustainability** (Switzerland) Volume 8, Issue 6, 8 June 2016, n. 540. 2016a. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

_____. A theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry. **International Journal of Consumer Studies**, Volume 38, Issue 5, 2014. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

_____. From quantity to quality: understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education. **International Journal of Consumer Studies** Volume 40, Issue 4, 1 July 2016. 2016b. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

KAST, F.; ROSENWEIG, J.. O conceito moderno: enfoque sistêmico. In: **Organização e administração – um enfoque sistêmico**. São Paulo: Pioneira, 1980.

KEINERT, Maurício Cardoso. Kant: o apóstolo da razão pura e da crítica sistemática. In: **Kant e Hegel - A construção da noção de sujeito no Iluminismo**. São Paulo: Editora Duetto, 2003.

_____. O conhecimento em Kant: Limites da experiência. In: **Kant e Hegel - A construção da noção de sujeito no Iluminismo**. São Paulo: Editora Duetto, 2003.

LALLEMENT, Michel. Raízes alemãs da sociologia econômica. **Tempo Social**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 375-394, June 2006. ISSN 1809-4554. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/12507>>. Acesso em: 27 nov. 2016. doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-20702006000100019>.

LEFEBVRE, Henri. **Lógica formal. Lógica dialética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1983.

LEFF, Enrique. **Saber Ambiental**. São Paulo: Vozes. 2005.

Le MOIGNE, Jean-Louis. **Le constructivisme**. Tome III - Modéliser pour comprendre. Collection Ingénium. Editions L'Harmattan, 2004.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Uma teoria científica da cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

MARTINET, Alain Charles; PESQUEUX, Yvon. **Épistemologie des sciences de gestion**. Paris, Vuibert, 2013.

MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. Desenvolvimento Paradigmático da Teoria das Organizações: uma abordagem crítica e a concepção de indivíduo na perspectiva emancipatória. In: Colóquio de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração, 1., 2011, Florianópolis. **Anais...** Disponível em <<http://www.coloquioepistemologia.com.br/anais.html>>. Acesso em 14 jan. 2017.

MURRILLS, Angela. **Straight**. Just how slow can you go? Disponível em <<http://www.straight.com/article/just-how-slow-can-you-go>> Acesso em 21 Set. 2016

OENNING, J. **Slow Fashion: um caminho possível para o Design de Moda Sustentável**. Universidade do Minho. Minho, Portugal, 2012.

PARSONS, Talcott. Sugestões para um tratado sociológico da teoria de organização, in Etzioni, A. (org.), **Organizações complexas**. São Paulo: Atlas, 1967.

PEATIE, Ken; CHARTER, Martin. **Marketing Verde**. In: BAKER, Michael J. (Org.) **Administração de Marketing**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

PIMENTA, Handson Cláudio Dias (Org.). **Sustentabilidade empresarial: práticas em cadeias produtivas**. Natal: IFRN, 2010.

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

PIMENTA, Pedro Paulo Garrido. Kant e a revolução copernicana: a razão reflete sobre si mesma. In: **Kant e Hegel - A construção da noção de sujeito no Iluminismo**. São Paulo: Duetto, 2003.

POOKULANGARA, Sanjukta; SHEPHARD, Arlesa. Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions – an exploratory study. **Journal of Retailing and Consumer Services** 20 (2013) 200–206. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.2752/1756381012774625387594>>. Acesso em 20 Ago. 2015.

PROTHERO, Andrea; MCDONAGH, Pierre. Introduction to the Special Issue: Sustainability as Megatrend II. **Journal of Macromarketing**. Volume 35, Issue 1, 14 March 2015. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <<http://www-periodicos-capes.gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>>. Acesso em 23 Ago 2016.

RADCLIFFE-BROWN, Alfred Reginald. **Estrutura e função na sociedade primitiva**. Petrópolis: Vozes 1973.

REFOSCO, Ereany Cristina. Estudo do ciclo de vida dos produtos têxteis: um contributo para a sustentabilidade na moda. 2012. 136 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia Textil, Escola de Engenharia, Universidade do Minho, Minho, Portugal, 2012.

ROBLES JR, Antonio; BONELI, Valério Vitor. **Gestão da qualidade e do meio ambiente: enfoque econômico, financeiro e patrimonial**. São Paulo: Atlas, 2006.

SÃO PAULO. GOVERNO DO ESTADO. Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania. Secretaria de Gestão Pública. **Tráfico de pessoas e trabalho escravo no estado de São Paulo: análise dos procedimentos judiciais e extrajudiciais do MPT e MPF**. São Paulo: SJDC/SGP, 2015. 95p.

SÉGUIN, Francine et CHANLAT, Jean-François. *L'analyse des organisations: une anthologie sociologique*. Tome I, p. 33-36. Montréal. Gaëtan Morin, 1987.

SERVA, Maurício *et al.* A análise da racionalidade nas organizações – um balanço no desenvolvimento de um campo de estudos no Brasil. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v.13, n.3, artigo 1, jul./set. 2015.

_____. O surgimento e o desenvolvimento da epistemologia da administração – inferências sobre a contribuição ao aperfeiçoamento da teoria administrativa. **RGO – Revista Gestão Organizacional**. v.6, ed. Especial, 2013.

_____. Abordagem substantiva e ação comunicativa: uma complementaridade proveitosa para a teoria das organizações. **RAP – Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 31, n. 2, p. 108-134, mar./abr. 1997a.

_____. A racionalidade substantiva demonstrada na prática administrativa. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 37, n.2, p. 8-30, abr./jun.1997b.

SCHLICKMANN, Raphael; MELO, Pedro Antônio de. A influência das correntes do pensamento científico na concepção dos paradigmas funcionalista e crítico da Administração. In: Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (ENEPQ), 2., 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2009. p. 1-13.

SLOW FOOD. História. Disponível em <<http://www.slowfood.com/about-us/our->

VI Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

[Florianópolis - SC]

[Brasil]

[26 a 28 Abril - 2017]

history/> Acesso em 29 Set. 2016.

SØDERLUND, Marte; BERG, Arild . Slow fashion in the sports apparel industry. **17th International Conference on Engineering and Product Design Education, and PDE**. 2015. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em <[http://www.periodicos-capes.gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/](http://www.periodicos-capes.gov.br.ez46.periodicos.capes.gov.br/)>. Acesso em 23 Ago 2016.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social** – estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2002.

VAN BELLEN, Hans Michael. Indicadores de Sustentabilidade: Uma análise comparativa. Santa Catarina. 2002. 235 f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2002.

WATSON; Maegan Zarley; YAN; Ruoh-Nan. An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. **Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal**, 2013, vol. 17 Iss 2 pp. 141 – 159. Disponível em <<http://www.emeraldinsight.com/1361-2026.htm>>. Acesso em 17 Set. 2015.