

## **Sociedade Civil e Governança Global: o Advocacy Transnacional antiescravista do Fashion Revolution diante da indústria da moda**

**Amanda Sosa Pacheco<sup>1</sup>; Silvana Schimanski<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Amanda Sosa Pacheco – amandasosapacheco53@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – silvana.schimanski@ufpel.edu.br

### **1. INTRODUÇÃO**

Criado em abril de 2013, o movimento *Fashion Revolution*, atualmente Organização Não-Governamental Internacional (ONGI), atua em 90 países, demandando esforços pela transparência na cadeia de produção da indústria da moda<sup>1</sup>. Com uma década de atuação, busca ampliar seu escopo de incidência política a partir da sociedade civil à Governança Global, abordando diferentes métodos de advocacy<sup>2</sup> transnacionalmente (*Fashion Revolution*, n/p, 2023).

Suas principais ações a nível transnacional são estudadas no presente trabalho, por meio da identificação de padrões de advocacy: campanhas de mídia, *lobby* (*policy advocacy*) e ativismo. Sua rede de organizações e entidades parceiras também são estudadas como parte de suas estratégias de expansão da esfera de influência.

A análise da atuação da ONGI *Fashion Revolution* é guiada pelo conceito de Redes de Advocacy Transnacional (TANs, sigla em inglês), de acordo com Keck e Sikkink (1999). Os pressupostos teóricos da Governança Global (Finkelstein, 1995; Rosenau; Czempiel, 2000; Kacowicz, 2012) fundamentam o estudo da dinâmica no âmbito das relações internacionais. Nesse contexto, o conceito de ONGI colabora para a compreensão do seu funcionamento, a partir de Herz e Hoffmann (2004).

Por meio da abordagem qualitativa, da consulta a fontes primárias e secundárias, a pesquisa tem finalidade analítico-descritiva, cuja consulta a fontes documentais busca responder à pergunta: quais métodos adota o *Fashion Revolution* no combate ao trabalho análogo à escravidão na indústria da moda? Busca-se avaliar a hipótese de que a organização adota diferentes mecanismos de advocacy concomitantemente, na sua área de atuação.

### **2. METODOLOGIA**

As fontes primárias que embasam a análise são o site oficial do *Fashion Revolution*, sobretudo dados internos (manifesto, campanhas relatórios), além dos registros de incidência direta da campanha “Good Clothes, Fair Pay” (*Fashion Revolution*, n/p, 2023). Ademais, foram realizadas entrevistas com Isabella Luglio, coordenadora educacional no *Fashion Revolution* Brasil e Marina de Luca,

<sup>1</sup> Também referida como setor Têxtil, Vestuário, Calçados e Couro (TVCC), tradução em português da sigla TCLS (*Textiles, Clothing, Leather and Footwear*), setorização utilizada nos estudos e publicações da Organização Internacional do Trabalho (OIT) (ILO, 2019).

<sup>2</sup> Ato de advogar pela causa de outros ou defender uma causa ou proposição, por meio da representação de pessoas e ideias (KECK; SIKKINK, 1999).

coordenadora de mobilização na organização, em 03 de julho de 2023 e 19 de dezembro de 2023, respectivamente, via perguntas abertas, as quais assumiram relevância para esclarecer as ações aos conceitos das abordagens propostas.

As fontes secundárias consultadas são artigos científicos sobre dados da cadeia produtiva da indústria da moda (Haldar, 2023; Bignami, 2011; Miller, 2003; ILO, 2023), e produções científicas que contribuem para a compreensão das dinâmicas de atuação institucional da organização. Os métodos de incidência são compreendidos entre o estudo de três perspectivas: i) das relações governamentais, *advocacy* e *lobby* no âmbito dos assuntos públicos (Patri, 2011); ii) das estratégias de *policy advocacy*<sup>3</sup> (Young; Quinn, 2012); e iii) da Diplomacia Digital (Pamment; 2016).

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa resultou na publicação do artigo “*Advocacy transnacional: a atuação da organização não-governamental Fashion Revolution no combate ao trabalho análogo à escravidão na indústria da moda*” (Pacheco; Schimanski, 2024), no periódico “1991. Revista de Estudios Internacionales”.

Argumenta-se que a governança global se refere à gestão coletiva de questões globais, por parte de Estados, organizações internacionais e outros atores (Finkelstein, 1995; Rosenau, 2000). Nesse âmbito, atores privados não estatais desempenham como componentes de uma sociedade civil global emergente, resultando em redes densas de interações políticas em diferentes esferas no sistema internacional (Kacowicz, 2012).

Nesse cenário, as ONGs atuam no meio multidirecional, integrando abordagens de estruturas informais (desenvolvimento de políticas que não partem de atores governamentais) e mistas (parcerias público-privadas), assumindo um papel relevante em *policy advocacy* (ou *lobby*), na esfera global (Kacowicz, 2012). Entre as ações de *advocacy*, há geração de pressão pública pela mobilização de indivíduos por meio de anúncios e demonstrações públicas (Patri, 2011, p. 141).

A Diplomacia Digital caracteriza um dos tipos de estratégias, e é conceituada como uma teia complexa de práticas comunicativas intencionais distintas, mas inter-relacionadas, espalhadas por muitos atores, canais e audiências (Pamment, 2016). A aplicação dessa estratégia pode traçar o caminho de redes de *advocacy*, a partir do desenvolvimento de uma diplomacia pública e digital (Pamment, 2016, p. 04).

O *Fashion Revolution* interage com a sociedade civil global, entidades governamentais e não-governamentais. Visa, principalmente, monitorar a cadeia de produção da indústria de moda, demandando por transparéncia (Luglio, 2023). Seu manifesto não especifica um propósito antiescravista, no entanto seus

<sup>3</sup> O conceito de *Policy Advocacy* (“Defesa de Políticas”, em tradução livre) trata-se do “processo de negociação e mediação [...] por meio do qual redes influentes, líderes de opinião e tomadores de decisão assumem a propriedade de suas ideias, evidências e propostas e, posteriormente, agem de acordo com elas” (Young; Quinn, 2012, p. 26).

objetivos voltam-se ao cumprimento das demandas desse movimento (Luglio; De Luca, 2023).

Em destaque, seu projeto global “Índice de Transparência da Moda”, desenvolve relatórios mediante o levantamento de dados fornecidos por 100 a 250 marcas globais a respeito da sua cadeia de produção, e é publicado anualmente desde 2017. De acordo com o relatório de 2023, 70 marcas, das 250 pesquisadas (28%), ainda pontuavam entre 0 a 10% de transparência em seus processos, e somente 2 marcas - ineditamente - pontuaram a partir de 80% no índice (Fashion Revolution, 2023).

Por meio de pesquisas e publicações, a organização lança luz sobre os problemas no setor. Diante das diferentes formas de influência política civil nos processos democráticos (Patri, 2011), a organização compõe um grupo de interesse que estuda, organiza e articula suas demandas coletivas, mobilizando civis e comunicando-se com tomadores de decisão.

#### **4. CONCLUSÕES**

No estudo, concluiu-se que a rede do *Fashion Revolution* possui conexões transnacionais com objetivos em comum, voltados à proteção de direitos humanos que são violados ou negligenciados pelo Estado onde ocorrem, uma vez que o problema não é resolvido no âmbito doméstico (Keck; Sikkink, 1999, p. 93). A fim de superar a barreira existente entre grupos domésticos e seus governos, são executadas ações coletivas estratégicas numa rede de atores.

Entre o método de Diplomacia Digital, as atividades do *Fashion Revolution* envolvem práticas de comunicação complementar, sendo *storytelling*, engajamento e vigilância, de forma a distribuir seus objetivos diplomáticos em abordagens de campanhas que geram conhecimento de forma multilateral. As campanhas visam influenciar agendas, a circulação de informação e a participação, alcançando apoio aos seus interesses, particularmente por meio da criação de espaços de participação e co-propriedade (Pamment, 2016).

Sua campanha que melhor demonstra a aplicação do método de engajamento é “#WhoMadeMyClothes”, que une indivíduos e ativistas de todo o mundo para questionarem as marcas sobre a origem das suas roupas, em ações caracterizadas como campanhas de mídia e ativismo (Young; Quinn, 2012).

A organização adota um plano estratégico diante da fragilidade das legislações, atuando de forma diversa e concomitante nos eixos de mudança cultural, industrial e política, para alcançar seus objetivos de forma sistêmica.

#### **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BIGNAMI, R. **Trabalho escravo contemporâneo:** o sweating system no contexto brasileiro como expressão do trabalho forçado urbano. 2022. Disponível em: [https://www.academia.edu/27114454/TRABALHO\\_ESCRAVO\\_CONTEMPOR%C3%82NEO\\_O\\_SWEATING\\_SYSTEM\\_NO\\_CONTEXTO\\_BRASILEIRO\\_COMO\\_EXPRESS%C3%83O\\_DO\\_TRABALHO\\_FOR%C3%87ADO\\_URBANO](https://www.academia.edu/27114454/TRABALHO_ESCRAVO_CONTEMPOR%C3%82NEO_O_SWEATING_SYSTEM_NO_CONTEXTO_BRASILEIRO_COMO_EXPRESS%C3%83O_DO_TRABALHO_FOR%C3%87ADO_URBANO). Acesso em 14 nov 2023.

DE LUCA, Marina; LUGLIO, Isabella. **Advocacy do Fashion Revolution.** Entrevistador: Amanda Sosa Pacheco. Jaguarão, 13 dez 2023. Comunicação via e-mail. Entrevista concedida à pesquisadora.

FASHION REVOLUTION. **Fashion Transparency Index 2023.** Disponível em [https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fashion\\_transparency\\_index\\_2023\\_pages](https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fashion_transparency_index_2023_pages). Acesso em 11 dez 2023.

FINKELSTEIN, Lawrence S. **What Is Global Governance?** Global Governance, vol. 1, no. 3, 1995, pp. 367–372. JSTOR. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/27800120>. Acesso em 16 jun 2023.

HALDAR, A. **The Lethal Price of Sweatshop Development.** Bangkok Post,. Disponível em <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/2573782/the-lethal-price-of-sweatshop-development>. Acesso em 24 mai 2023.

INTERNATIONAL LABOR ORGANIZATION (ILO). **The future of work in textiles, clothing, leather and footwear.** Working paper n. 326. 2019. Disponível em <https://researchrepository.ilo.org/esploro/outputs/encyclopediaEntry/The-future-of-work-in-textiles/995219250302676/filesAndLinks?index=0>. Acesso em 03 dez 2023.

KACOWICZ, Arie M. **Global governance, international order, and world order.** IN: LEVI-FAUR, David. Oxford handbook of governance. Oxford University Press, 2012. Cap. 48, p. 686 - 698.

KECK, Margareth E.; SIKKINK, Kathryn. **Transnational advocacy networks in international and regional politics.** International social science journal, v. 51, n. 1, p. 89-101. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO, 1999.

LUGLIO, Isabella. **Ações do Fashion Revolution.** Entrevistador: Amanda Sosa Pacheco. Pelotas, 03 de jul 2023. Videochamada. Entrevista concedida à pesquisadora.

PACHECO, Amanda S.; SCHIMANSKI, Silvana. **Advocacy transnacional:** a atuação da organização não-governamental Fashion Revolution no combate ao trabalho análogo à escravidão na indústria da moda. (2024). 1991. *Revista De Estudios Internacionales*, 6(1), 60-78. Disponível em <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/revesint/article/view/45538>. Acesso em 05 jul 2024.

ROSENAU, James N.; CZEMPIEL, Ernst-Otto. **Governança Sem Governo:** Ordem e Transformação na Política Mundial. Brasília/DF. Editora UNB, 2000.

YOUNG, Éoin; QUINN, Lisa. **Making Research Evidence Matter:** a guide to policy advocacy in transition countries. Open Society Foundations. Hungria, 2012. Disponível em [https://advocacyguide.icpolicyadvocacy.org/sites/icpa-book.local/files/Policy\\_Advocacy\\_Guidebook\\_2012.pdf](https://advocacyguide.icpolicyadvocacy.org/sites/icpa-book.local/files/Policy_Advocacy_Guidebook_2012.pdf). Acesso em 03 nov 2023.