

A Fashion Revolution e o movimento anti-sweatshops: o advocacy transnacional da organização não-governamental diante da União Europeia

AMANDA SOSA PACHECO¹; SILVANA SCHIMANSKI²

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é caracterizar a ação de *advocacy* transnacional da organização internacional não-governamental *Fashion Revolution* junto das instituições da União Europeia (UE). Esta pesquisa está sendo realizada no âmbito do desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso do Bacharelado em Relações Internacionais da Universidade Federal de Pelotas, cujo recorte temático é “A atuação da organização não-governamental *Fashion Revolution* e suas estratégias de *advocacy*³ transnacional no combate às *sweatshops* na indústria do vestuário”. O atual trabalho, com enfoque na Iniciativa de Cidadãos Europeus (ECI, sigla em inglês), faz parte da área de estudos das Relações Internacionais e da Governança Global, com ênfase na atuação política de atores não-governamentais no sistema internacional como membros e propulsores de Redes de *Advocacy* Transnacional.

Há milhões de pessoas - em sua maioria mulheres⁴ - que trabalham na produção do setor têxtil, de vestuário e calçados (TVC) em todo o mundo, e grande parte dessas pessoas não recebe remuneração suficiente para cobrir suas necessidades básicas (OIT, 2023). Além disso, sua condição de trabalho se enquadra no modelo fabril conhecido como “*sweatshop*”, que foi mencionado pela primeira vez no século XIX, por Charles Kingsley, referindo-se a locais de trabalho que criam um “sistema de suor” de trabalhadores.

O movimento *anti-sweatshops* diz respeito aos esforços no combate a práticas de fábricas que operam sob regime de trabalho análogo à escravidão (*sweatshops*). As pessoas que trabalham nessas condições têm sua situação precária mantida, enquanto as grandes empresas de moda permanecem lucrando com o trabalho explorado. A dinâmica de exploração pode ser observada por meio da tragédia envolvendo o desabamento do edifício Rana Plaza em Daca, capital de Bangladesh, em 24 de abril de 2013. Na ocasião, a negligência por parte de empregadores no que tange, especialmente, à Segurança e Saúde do Trabalho (SST), vitimou

¹ Estudante de graduação em Relações Internacionais da Universidade Federal de Pelotas – amandasosapacheco@hotmail.com.

² Professora Orientadora. Docente do Curso de Bacharelado em Relações Internacionais e do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal de Pelotas – silvana.schimanski@ufpel.edu.br.

³ De acordo com Margareth E. Keck e Kathryn Sikkink (1999), o termo *advocacy* trata-se do ato de advogar pela causa de outros ou defender uma causa ou proposição, através da representação de pessoas e ideias.

⁴ Segundo a Organização Internacional do Trabalho, embora as tendências variem de acordo com a região e o país, aproximadamente 60% dos trabalhadores do setor de vestuário em todo o mundo são mulheres, chegando a quase 80% em algumas regiões (OIT, 2023).

milhares de trabalhadores da indústria têxtil. Partindo desse acontecimento, a *Fashion Revolution* foi fundada no mesmo ano como movimento visando melhores práticas na indústria da moda e, posteriormente, foi institucionalizada como organização não-governamental (FASHION REVOLUTION, 2023a).

A *Fashion Revolution* lançou, em 2022, a campanha *Good Clothes, Fair Pay* para pressionar as autoridades da União Europeia a aprovar uma legislação que ajude a estabelecer salários adequados e condições justas para trabalhadores do setor TVC em diversos países. A estratégia de *advocacy* conta com a ECI, que é um mecanismo da União Europeia destinado a aumentar a participação direta de cidadãos e cidadãs no desenvolvimento das políticas do bloco. A ECI permite à população dos Estados-Membros apelar diretamente à Comissão Europeia para propor uma diretiva ou regulamento, desde que sejam apresentadas 1 milhão de assinaturas de cidadãos que representem, pelo menos, um quarto dos Estados-Membros.

METODOLOGIA

A abordagem metodológica utilizada nesta pesquisa é a análise de dados de caráter qualitativo. O trabalho é desenvolvido por meio da análise de fontes de caráter primário, documentos como publicações da *Fashion Revolution* e da Organização Internacional do Trabalho, além de fontes secundárias (como a bibliografia disponível em livros, artigos científicos e imprensa).

Nos esforços de compreensão acerca da campanha *Good Clothes, Fair Pay*, direcionada à sociedade civil para alcançar a Comissão Europeia, esta pesquisa é estruturada pela perspectiva da Governança Global, desenvolvida por James Rosenau (2000a). Considerando que, no mundo atual, são enfrentados muitos problemas complexos que requerem cooperação global para serem resolvidos, recorre-se, muitas vezes, à Governança Global para lidar com os diferentes desafios. Em sua essência, o conceito refere-se às maneiras por meio das quais as nações e organizações internacionais trabalham juntas para enfrentar os desafios globais (ROSENAU; CZEMPIEL, 2000b), como mudança climática, pobreza e desigualdade.

A Governança Global trata-se da gestão coletiva de questões globais por estados, organizações internacionais e outros atores, e é fundamental para a construção de uma análise acerca das estratégias da *Fashion Revolution* como propulsora e membro de Redes de *Advocacy* Transacional. A abordagem da Governança Global parte do pressuposto da internacionalização de problemas globais que necessitam de solução conjunta, envolvendo diferentes atores. Nesse contexto, como afirmam as cientistas políticas Margareth E. Keck e Kathryn Sikkink (1999a), diferentemente da atuação de organizações intergovernamentais, as Redes de *Advocacy* Transacional não possuem cunho estatal, sendo as ações iniciadas por

ONGs e se expandindo para outros países. Dessa forma, ajudam a transformar a prática da soberania nacional através da construção de novas conexões entre atores e a sociedade civil, Estados e organizações internacionais, multiplicando as oportunidades de diálogo e trocas (KECK; SIKKINK, 1999a).

Tendo em vista tais cenários, a pesquisa se propõe a responder à seguinte indagação: quais estratégias a *Fashion Revolution*, integrando e impulsionando uma Rede de *Advocacy* Transnacional, utiliza no caso da articulação entre sociedade e poder público no âmbito da ECI?

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A organização assume um caráter transnacional uma vez que age em rede composta por 90 países localizados em 7 regiões⁵ do mundo para cumprir tanto ações estratégicas a nível global quanto especializadas por regiões ou países. Essas iniciativas, em geral, são de cunho educativo e de conscientização, realizadas através de parcerias com profissionais da moda, artesãos, além de acadêmicos, empresas, fundações e outros.

As únicas ações previstas para serem espelhadas pela organização a nível global são o Índice de Transparência da Moda e a Semana *Fashion Revolution*, ambos com frequência anual. Seus propósitos como organização são de cessar com a exploração humana e ambiental na cadeia de produção (*supply chain*) da indústria TVC, buscando a garantia de direitos e sustentabilidade na produção, em adição a uma cultura de transparência e prestação de contas ao longo do processo produtivo (FASHION REVOLUTION, 2023b).

De acordo com Keck e Sikkink (1999b), uma característica das Redes de *Advocacy* Transnacional é unir ativistas em países desenvolvidos com outros de países menos desenvolvidos. Isso é ocasionado, muitas vezes, pela busca por fortalecimento com aliados internacionais para pressionar seus Estados.

Os resultados preliminares da pesquisa revelam que a organização recorre ao modelo de distribuição digital de campanhas, que visa aumentar os repertórios do setor de ONGs, gerando mais caminhos a fim de orientar as preocupações dos cidadãos para questões apresentadas por organizações internacionais e supranacionais (STEFFEK *apud* HALL, 2019). Na campanha *Good Clothes, Fair Pay*, além dessa estratégia, há o auxílio da consultoria de especialistas em ECI para a estruturação das propostas, a fim de complementar e desenvolver a Governança Corporativa Sustentável (*Sustainable Corporate Governance*) e a Diretriz de Salário Mínimo Adequado (*Adequate Minimum Wage Directive*) da UE.

⁵ África (15 países), Ásia (26 países), América Central e Caribe (4 países), Europa (32 países), América do Norte (3 países), Oceania (2 países) e América do Sul (8 países) (FASHION REVOLUTION, 2023).

O *advocacy* da organização, através da ECI, para alcançar legislação sobre salários dignos na cadeia de produção da moda, parte do princípio de que os Estados-Membros devem se comprometer a fiscalizar as empresas que vendem seus produtos para o mercado da UE. Essa iniciativa propõe impactar a vida de trabalhadores do setor TVC em diversos países, para além do bloco.

A proposta em pauta insta a Comissão Europeia a estabelecer legislação exigindo que as empresas conduzam medidas específicas de devido cuidado e atenção em sua cadeia de produção para garantir que trabalhadores recebam salários justos. A campanha faz parte de uma coalizão de organizações parceiras formada em 2021. Essa ação conta com iniciativa da instituição financeira *ASN Bank* (Países Baixos), é coordenada pela *Fashion Revolution* e *Fair Wear Foundation*, financiada pela Fundação Laudes e apoiada por dezenas de outras organizações não-governamentais, além de especialistas em legislação no que tange à ECI (GOOD CLOTHES, FAIR PAY, 2022a).

A iniciativa exige medidas, incluindo que preços, custos e práticas gerais de negócios das empresas apoiem os salários mínimos, e solicita que “estabeleçam, implementem, monitorem e divulguem publicamente um plano com prazo e metas para fechar a lacuna entre os salários reais e os de subsistência” (GOOD CLOTHES, FAIR PAY, 2022b). Suas estratégias de mobilização social e pressão política por meio do *advocacy* indicam a busca por garantia de direitos humanos, de modo geral, e, de forma específica, a equidade de gênero, a sustentabilidade, o combate a *sweatshops* e ao trabalho infantil, além de outras causas.

Ademais, essa ação demonstra a atuação da *Fashion Revolution* e de demais organizações internacionais não-governamentais no cenário de Governança Global, exemplificando a relevância das sociedades num mundo social que, por muito tempo, foi visto como de Estados (ROSENAU; CZEMPIEL, 2000c).

4. CONCLUSÕES

A pesquisa, ainda em andamento ao longo de 2023, contará com resultados que auxiliarão na compreensão de um tema mais abrangente, do qual ela faz parte: o grupo de estratégias de *advocacy* transnacional da *Fashion Revolution* como organização não-governamental com atuação internacional.

Até a presente fase da pesquisa, entende-se que a *Fashion Revolution*, através da campanha *Good Clothes, Fair Pay*, tendo construído uma rede de apoio para sua iniciativa, visa a mobilização social na busca por alcançar seus objetivos de regulamentação a nível intergovernamental. A iniciativa diante da UE representa um avanço no seu escopo de ação,

uma vez que, mantendo o meio de distribuição digital, evolui de educação e conscientização da sociedade para, com isso, pressionar o poder governamental de forma direta.

Observa-se que, aproximadamente 10 anos desde a fundação da *Fashion Revolution*, a campanha *Good Clothes, Fair Pay* é um passo importante no seu método de ação para o alcance dos objetivos da ONG como movimento *anti-sweatshops*. Essa observação é caracterizada pela busca por aprovação de legislação que responsabilize os Estados, formalmente, pela fiscalização e prevenção do trabalho análogo à escravidão. Suas propostas a nível intergovernamental orientam-se diretamente à consolidação de políticas que regulem a atuação da indústria TVC de forma expandida. Essa consolidação seria possibilitada pelo emprego de planejamento prévio envolvendo a mobilização social transnacional.

Da maneira como é estruturado, esse conjunto de estratégias expõe o objetivo de ampliação da escala de influência das pautas da organização no sistema internacional e, conseqüentemente, desdobramentos na dinâmica de funcionamento da economia internacional. Em geral, esses são fatores que tornam a aprovação e posterior aplicação da diligência pelos Estados complexa e dificultosa do ponto de vista político.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

About. Fashion Revolution. Londres, 2023. Disponível em <https://www.fashionrevolution.org/about/>. Acesso em 08 mar 2023.

ALLISON, Graham. **The New Spheres of Influence: Sharing The Globe With Other Great Powers.** Foreign Affairs, 2020. Harvard Kennedy School, Belfer Center. Disponível em https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/HKSEE/HKSEE%20PDFs/Allison_Spheres%20of%20Influence%2C%20Foreign%20Affairs%2C%20March-April%202020.pdf. Acesso em 15 ago 2023.

GOOD CLOTHES, FAIR PAY. Supporters. 2023. Disponível em <https://www.goodclothesfairpay.eu/>. Acesso em 10 jul 2023.

How to achieve gender equality in global garment supply chains. International Labor Organization - ILO, 2023. Disponível em [https://www.ilo.org/infostories/en-GB/Stories/discrimination/garment-gender#the-global-garment-industry-a-bird%E2%80%99s-eye-view-\(1\)](https://www.ilo.org/infostories/en-GB/Stories/discrimination/garment-gender#the-global-garment-industry-a-bird%E2%80%99s-eye-view-(1)). Acesso em 10 jul 2023.

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

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

HALL, Nina. **Transnational Advocacy and NGOs in the Digital Era: New Forms of Networked Power.** International Studies Association. Oxford University Press, 2019.