

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
ESTÉTICA E GESTÃO DE MODA**



**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO:  
A INDÚSTRIA DA MODA FRENTE OS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE**

**SÃO PAULO  
JUNHO/2016**

**LUÍSA MEURER DE BORBA**

**A indústria da moda frente os desafios da sustentabilidade**

Trabalho apresentado ao curso de Estética e Gestão de Moda como requisito avaliativo final para obtenção do título de especialista.

Orientador: Professor Me. Jeferson Rezende

**SÃO PAULO**

**JUNHO/2016**

*“A gente não precisa de roupas novas, a gente precisa de um novo olhar.”*

**Cris Zanetti e Fê Resende – Oficina de Estilo**

[www.oficinadeestilo.com.br](http://www.oficinadeestilo.com.br)

## **AGRADECIMENTOS**

À secretária do curso, Lina (Idalina Recio), por ser sempre tão prestativa e nos ajudar nos momentos de maior desespero.

As minhas colegas Bruna Guimarães, Marina Visky e Mayra Dias, pela parceria e por fazerem a diferença nas discussões e momentos de reflexão em torno do assunto MODA.

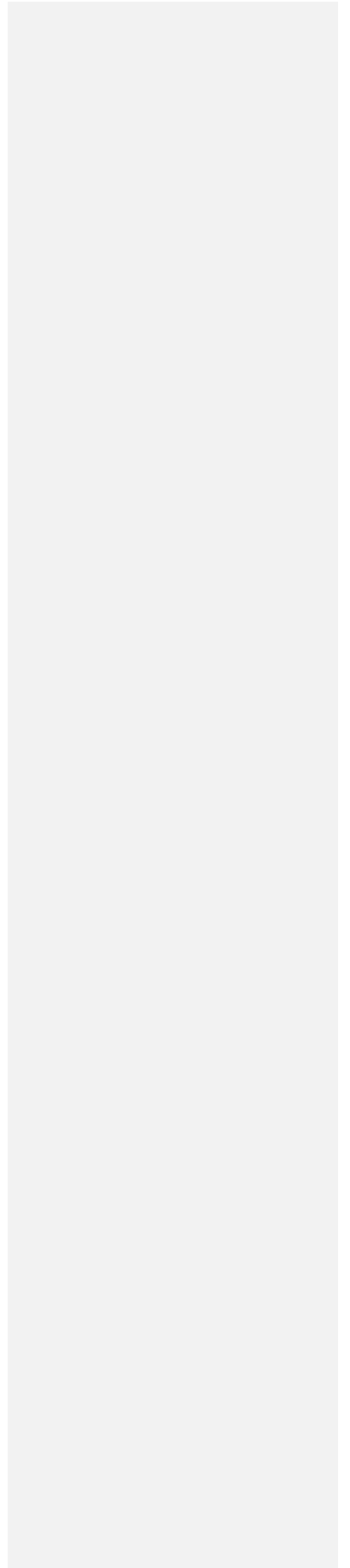
Ao meu orientador Jeferson Rezende, que em meio a todos seus compromissos conseguiu tempo para me orientar.

Aos meus pais, Janete e Mauro, que plantaram em mim, a “sementinha” da curiosidade e do conhecimento.

Muito obrigada!

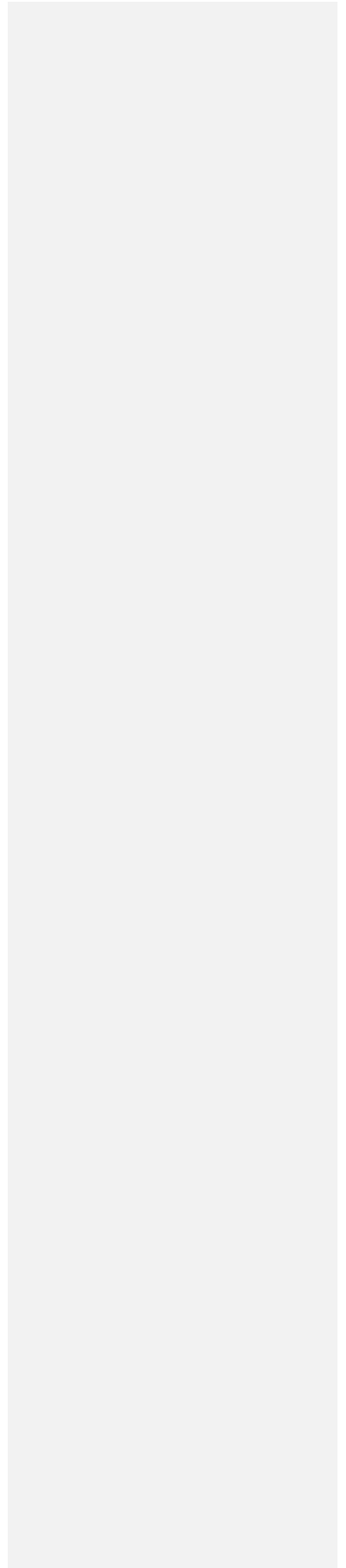
## RESUMO

Palavras-chave:



## **ABSTRACT**

**Keywords:**



## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

.....

CAPÍTULO 1 – A moda e a cadeia têxtil brasileira

.....

CAPÍTULO 2 – Identificação dos impactos da indústria têxtil

.....

CAPÍTULO 3 – Desafios da cadeia têxtil

.....

CAPÍTULO 4 –

.....

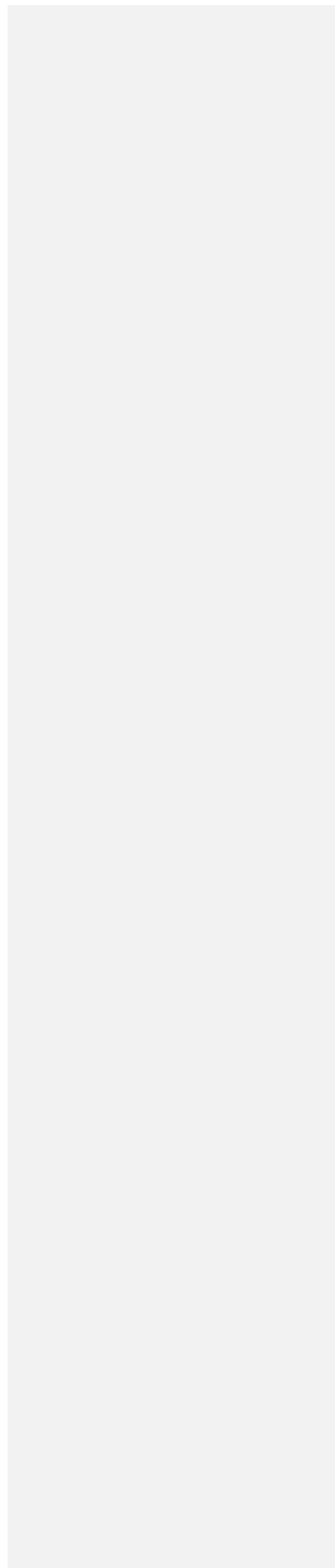
CONSIDERAÇÕES FINAIS

.....

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

.....

## Introdução





## 1. Entendendo a Moda e a Cadeia Têxtil e de Confecção Brasileira

Passamos por uma mudança paradigmática do capitalismo de produção para o consumo - até o final do século XIX, o Brasil vivia o período imperial, com escravidão até 1888, e foi um dos últimos países do mundo a abolir a escravatura (KOWARICK, 1994) - intensificando essa última etapa, de consumo, chegando a sociedade de hiperconsumo. Tipo de sociedade que se encontra em uma avançada etapa de desenvolvimento industrial capitalista, com caracterização excessiva dos bens e consumo.

O século XX foi um período de profundas transformações nas relações econômicas e sociais. Se por um lado a urbanização e industrialização da sociedade modificaram as relações de produção, em contrapartida as relações de consumo foram afetadas da mesma forma pela especialização do trabalho e globalização.

A globalização, processo de integração econômica, cultural, social e política - gerado pela necessidade do capitalismo de originar novos mercados - proporciona mudanças no mundo do consumo mediante estratégias que reorganizam as formas de acesso a uma diversidade crescente de produtos através da extensão do crédito e da materialização de equipamentos.

Em entrevista a Sébastien Charles em *Os tempos hipermodernos* (2013), Gilles Lipovetsky afirma:

O que ainda caracteriza o hiperconsumo, ou consumo-mundo, é o fato que até o não-econômico (família, religião, sindicalismo, escola, procriação, ética) é investido pela mentalidade *do homo consumericus*. (...) quanto mais se impõe a mercantilização da vida, mais celebramos os direitos do homem. Ao mesmo tempo, o voluntariado, o amor, e a amizade são valores que se perpetuam e até se reforçam (...). Já dizia Marx, que a burguesia tinha substituído pelo dinheiro todas as velhas relações sentimentais. (...) Assiste-se particularmente, uma inquietante fragilização e desestabilização emocional dos indivíduos. O hiperconsumo desmantelou todas as formas de socialização que outrora davam referências aos indivíduos. (...) Hoje, se os indivíduos estão cada vez mais frágeis, não é tanto porque o culto do desempenho os destrua mas porque as grandes instituições sociais já não lhes fornecem uma sólida armadura estruturante. (...) isso quer dizer que a busca da felicidade que os modernos lançaram está muito longe de ser conquistada. O bem-estar material aumenta, o consumo dispara, mas a alegria de viver não segue o mesmo ritmo, o indivíduo hipermoderno perde na descontração do viver o que ganha em rapidez operacional, em conforto, em extensão do tempo de vida. ( LIPOVETSKY e CHARLES, 2013, p, 125 e 126)

**Comment [JR1]:** O que vc quis dizer com isso???? Não entendi direito.... Se lhe for útil na minha dissertação eu explico e aclaro como vejo essa passagem do ciclo capitalista de produção - consumo - produção para : "consumo - produção - consumo", caso considere válido pode usara citação de lá....

**Comment [JR2]:** Baseado nos istema escravista que perdurou até 1888 - pquando a Princesa Regente Isabel Cristina assina a Lei Áurea em 13 de maio, abolindo a escravidão - ...

**Comment [JR3]:** O que caracteriza o Brasil como um dos últimos....

**Comment [JR4]:** Acho que este parágrafo resolve aquele problema do salto temporal que eu comentei. Gostei desse enchereto

**Comment [JR5]:** Citar fonte

**Comment [JR6]:** A citação de acordo com as normas da ABNT fica em modo justificado e recuada à esquerda da folha... não sei se você ainda está normatizando ou se de fato esqueceu-se deste detalhe.

## 1.1 A moda

*Gilda de Melo e Souza*, em o *Espírito das roupas*, aponta o surgimento da indústria da moda, no século XIX no Ocidente capitalista, e mostra como a roupa reforça o lugar social de cada um dos gêneros na sociedade e o uso de roupas para mostrar distinção social, com base na literatura do século XIX. A autora defende o seguinte conceito de moda: “moda implica uma imposição do grupo e depende de um sentimento especial de aprovação coletiva, pois que é um fenômeno organizado, disciplinado e sancionado, (...)representa uma escolha especial dentre muitas possibilidades”. (SOUZA, 1987, p. 21)

Para Kate Fletcher e Lynda Grose (2011), a explicação sobre Moda descrita no dicionário<sup>1</sup> não é suficiente para explicar algo tão complexo. Segundo as autoras:

Moda reúne a autoria criativa, a produção técnica e a disseminação cultural associadas com o ato de vestir, unindo designer, produtores, varejistas e todos nós usuários de roupas. Em sua forma mais criativa a moda ajuda-nos a refletir sobre quem somos como indivíduos, ao mesmo tempo que nos conecta com grupos sociais mais amplos, fornecendo senso de individualidade e de pertencimento ... liga indivíduos de diferentes origens demográficas, grupos socioeconômicos e nacionalidade e os atrai para um movimento a favor da mudança... tem uma relação complexa com sistemas mais abrangentes, como economia, ecologia e sociedade. (FLETCHER & GROSE, 2011, p. 8)

*Suzana Avelar* em seu livro *Moda: globalização e novas tecnologias*, faz uma análise da moda através de duas definições: significação etimológica e a sociológica, e ressalta que “compreender o termo “moda” equivale a entender a dinâmica social de imitação e de especificação que ocorre desde o século XV”. Fala de moda como comportamento, como agente de mudança.

Moda é o elemento primeiro que marca a mudança comportamental do corpo (especialmente na moda que dá ênfase ao conceito), mas também a difusão dessa mudança (moda comercial, ou seja, aquela que se apresenta mais pronta para a venda e para o uso mais rápido, ainda que esta também contenha o conceito). E ainda pode-se dizer que a moda introduz, através do elemento “novo”, mudanças nos padrões do comportamento tradicional instituído há certo tempo e que aos poucos se tornou um hábito. (AVELAR, 2011, p. 29)

**Comment [JR7]:** Vc chamou a nota de rodapé corretamente, mas onde ela está no fim da página???

Portanto moda é mudança, é distinção social, é a necessidade do novo, mas de um novo que esteja de “mãos dadas” com o antigo, com o conhecido e com o reconhecível. Talvez essa ânsia pelo novo, pela novidade, seja a engrenagem fundamental para a indústria da moda se manter, para continuar sendo *business* e objeto de fascinação para estudo.

“novo” é fundamental para garantir a continuidade da dinâmica da moda. (...) deve ser um novo com elementos reconhecíveis (...) na medida que o novo não apresente elementos reconhecíveis, aumentará a dificuldade de assimilação, e sua difusão será imprevisível. Esse dado “novo” na indústria da moda possui quase sempre elementos do cotidiano justapostos de maneira diferente, mas ainda reconhecível. (AVELAR, 2011, p.32)

### 1.1.2 Cadeia Têxtil e de Confecção Brasileira

**Comment [JR8]:** Este tópico já havíamos corrigido antes, verdade?! Suponho que haja feito as alterações que havia recomendado.

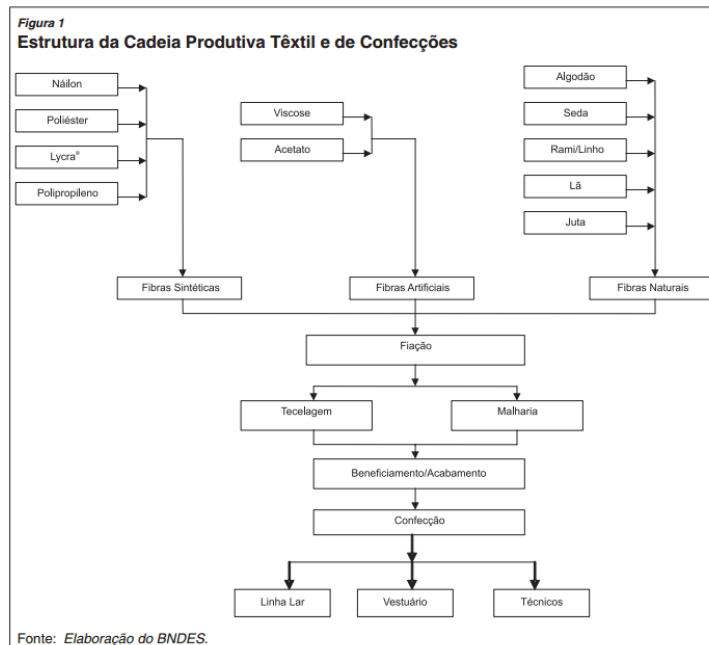
Formada por diversos setores a cadeia têxtil está estruturada com seu início na matéria-prima, fibras têxteis (sintéticas, artificiais e naturais), que posteriormente são transformadas em fios nas empresas de fiações. Os fios são transformados em tecidos planos nas empresas de tecelagem ou em malha nas malharias. Os tecidos passam por processos de beneficiamento, posteriormente esses tecidos são utilizados nas fábricas de confecção e vestuário. Cada um destes segmentos da indústria têxtil e de confecção pode oferecer ao mercado um produto acabado e pode estar desconectado das demais etapas da cadeia têxtil.

Cada processo do setor têxtil, possui atividade interdependente, mas com alguma dependência dentro do processo produtivo, permitindo a coexistência de empresas especializadas e com diferentes graus de engajamento tecnológico. Cada etapa de produção da cadeia têxtil, alimenta a etapa seguinte, independentemente de fatores como tecnologia de produção e escala.

Desta forma existem indústrias têxteis que produzem apenas o setor de fiação, atuando como fornecedores para as indústrias dos setores de tecelagem plana e malharia. Assim como existem indústrias totalmente verticalizadas, produzindo desde a fio até o tecido, atuando como fornecedores para a indústria de confecção e vestuário.

O Brasil se apresenta como um dos maiores produtores mundiais do setor têxtil e de vestuário. Importante produtor de fibra de algodão, fios, tecidos, estimulando o desenvolvimento econômico na geração de empregos diretos e indiretos. A indústria têxtil nacional tem aproximadamente 200 anos, nesse curto espaço de tempo se posicionou como o quarto maior parque produtivo de confecção têxtil do mundo e o quinto produtor mundial de algodão. A atividade fabril se consolidou fortemente nas nações industrializadas e emergentes. O Brasil se destaca ainda, por ser o segundo maior produtor e o terceiro maior consumidor de denim do planeta. Além dos empregos diretos, o setor gera renda indireta para 8 milhões, sendo 75% dessa mão de obra feminina. (ABIT,2011)

Figura 1 - Estrutura da cadeia têxtil



Fonte: *Elaboração do BNDES*

### - Fibras Têxteis

Compreende-se por fibra têxtil, todo elemento de origem química ou natural, constituído de macromoléculas lineares, que apresente alta proporção entre seu comprimento e diâmetro e cujas características de flexibilidade, suavidade e conforto ao uso, tornem tal elemento apto às aplicações têxteis<sup>1</sup>.

### - Fios

Produto final da etapa de fiação que agrega diversas operações, por meio das quais as fibras são abertas, limpas, orientadas na mesma direção, paralelizadas e torcidas de modo a se prenderem umas às outras por atrito. Sua principal característica é o diâmetro ou espessura, tecnicamente chamado de título do fio.

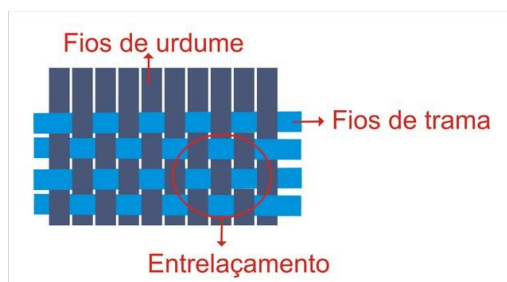
Fio cardado: Assim como o fio penteado, também é obtido através do sistema de anel, apresenta uma fase à menos em relação ao fio penteado, que é a fase de

separação de fibras curtas. Justamente por possuir fibras mais curtas, facilita a formação de *peeling*. Gera fios mais grossos e fracos.

Fio penteado: Produzidos através do sistema de filatório de anel, retira da matéria-prima as fibras curtas e impurezas, esse processo é composto por 6 etapas.

#### - Tecelagem

Através do entrelaçamento dos fios, produz as fibras têxteis. Entrelaçamento de fios de trama (transversal), com os fios de urdume (longitudinal). Entrelaçamento é o ato de passar um ou vários fios de urdume por cima ou por baixo de um ou vários fios de trama. O entrelaçamento mais simples entre essas duas direções de é a tela ou tafetá. A evolução dos fios de urdume pode ser feita nas mais diversas formas assim outros tipos de ligamentos como sarja ou cetim.



*Ilustração 1: Tecido plano.*

#### - Malharia

Os fios formam laçadas com a ajuda de agulhas, se entrelaçando e dando origem ao tecido de malha. O tecido de malha devido a sua estrutura possui maior flexibilidade em relação ao tecido plano. A técnica de malharia de trama pode ser classificada em malharia circular e malharia retilínea.



*Ilustração 2: Tecido de malha.*

#### - Beneficiamento/Acabamento

Inúmeros processos compõem o ramo de beneficiamento de produtos têxteis – alvejamento, tinturaria, estamparia, amaciamento.

Alvejamento ou descoloração das fibras: consiste em “limpar” as fibras, fios e tecidos. Compreende duas etapas: o alvejamento químico e o alvejamento óptico, essas duas etapas podem ser realizadas separadamente, alvejante químico seguido de alvejante ótico, ou em alguns casos simultaneamente.

Tinturaria: Coloração do material têxtil, conforme o que se deseja. Visa a aplicação uniforme dos corantes sobre os têxteis.

Estamparia: Visa a aplicação parcial ou localizada do corante, em forma de desenhos. É diferenciada em estampagem de pigmentos e estampagem de corantes.

Amaciamento: Com o objetivo de tornar os substratos têxteis mais adequado ou próprio para os fins que se destina ou ainda, tornar mais nobre o produto que se vai comercializar, dando toque mais suave, melhorando o caimento das peças de vestuário.

#### - Confecção

Fase final da cadeia têxtil e de confecção, parte da indústria onde as peças de roupa e acessórios são produzidas. Compreendendo etapas de modelagem, corte, costura, acabamento, passadoria e venda. Não necessariamente todas essas etapas são feitas dentro de uma mesma fábrica, na grande maioria das vezes esses processos são separados e terceirizados à outras empresas.

### 1.1.3 Crise do setor têxtil nos anos 90 – abertura

Durante as décadas de 60, 70 e 80 a América Latina foi palco do desenvolvimento e aprofundamento de ditaduras militares. No Brasil, o regime que adotou diretriz nacionalista, desenvolvimentista e de oposição ao comunismo, teve seu auge nos anos 70 com o “milagre econômico”. Ao assumir o governo, o quarto presidente do regime militar, general Ernesto Geisel (1974-79), a proposta de uma abertura política “lenta, gradual e segura” começa a ser concretizada. Somado ao cenário internacional da época, crise do petróleo, levarão com que a abertura seja acompanhada de mudanças substanciais na política econômica. Na década de 1980, assim como outros regimes militares latino-americanos, a ditadura brasileira entrou em decadência quando o governo não conseguiu mais estimular a economia, controlar a inflação crônica e os níveis crescentes de concentração de renda e pobreza provenientes de seu projeto econômico, o que deu impulso ao movimento pró-democracia.

Promulgada a Constituição de 1988 e recuperado o direito dos cidadãos ao voto, foi eleito, Fernando Collor de Melo, que em março de 1990, adota o Plano Collor I, que era uma das mudanças estruturais mais aguardadas para se modernizar a economia e retomar o crescimento. Com o plano foram adotadas algumas medidas de facilitação das importações no âmbito das barreiras não tarifárias.

Depois de uma década de recessão, a economia se encontrava fragilizada, o que aumentou as chances de sucateamento da indústria em caso de uma abertura brusca e acentuada. (VICENTINO e DORIGO, 2005). A abertura às importações deveria ter vindo acompanhada da retomada do crescimento e do fortalecimento do mercado interno e não atrelada a uma política econômica recessiva. (VICENTINO e DORIGO, 2005). O Brasil vivia um quadro de incerteza cambial em razão da moratória do pagamento dos juros da dívida externa decretada em julho de 1989, com uma economia fragilizada, com medidas facilitadoras à importação, contribuindo para que o parque fabril têxtil nacional fosse sucateado, abrindo espaço aos concorrentes internacionais de baixo preço. É nesse momento de economia enfraquecida que se dá a abertura as importações de têxteis de outros países em desenvolvimento com mão-de-obra barata.

Comment [JR9]: 1960

Comment [JR10]: 1970

Comment [JR11]: 1980

Comment [JR12]: 1973

Comment [JR13]: Cabe lembrar que se por um lado a ditadura foi a grande precursora da derrocada da indústria têxtil nacional, ela tb foi a grande impulsionadora desta mesma indústria no começo do regime no fim dos anos 1960 qdo estimulou a produção nacional

Comment [JR14]: Citar fonte

Comment [JR15]: Citar fonte

Comment [JR16]: Quais?



## 2. Os Impactos da Indústria **Têxtil**

**Comment [JR17]:** O título do capítulo tem de ser igual ao do sumário, escolha qual prevalecerá

A indústria têxtil importante geradora de desenvolvimento econômico e social, comporta-se como grande responsável de impactos ambientais, seja pelo consumo de recursos naturais esgotáveis, como pela geração de resíduos sólidos. Além de produzir grandes impactos sociais, desvalorização do trabalhador, envio de resíduos sólidos, sobras de tecidos e peças de vestuário, de empresas de países de “primeiro mundo” para países subdesenvolvidos.

### 2.1 Impactos Ambientais

#### 2.1.1 Recursos naturais: **Água**

**Comment [JR18]:** Também já havia corrigido

A água é a substância mais abundante na Terra seu estoque natural existente no planeta é da ordem de 1.386 milhões de Km<sup>3</sup>. A água doce corresponde a uma fração mínima do capital hídrico mundial, cerca de 97,5% da água do mundo corresponde à massa líquida dos oceanos, mares e lagos salgados, sendo, portanto, imprópria para o consumo humano. Apenas 2,5% restantes correspondem às águas doces, desse total 90% estão nos mananciais subterrâneos e apenas 10% estão na superfície. Do total de água disponível para o consumo mundial, cerca de 70% são utilizadas na agricultura. A indústria é responsável por 22%, ficando apenas os restantes 8% para uso doméstico (TOLEDO, 2004).

Segundo SANIN (1997), os maiores setores consumidores de água doce disponível são a agricultura e à indústria, sendo o setor têxtil responsável por 15% da água consumida pelas indústrias. O potencial contaminante da indústria têxtil, em sua totalidade, é considerado médio, sendo a tinturaria e o acabamento as etapas do processo produtivo têxtil mais contaminantes se comparadas com a fiação e a tecelagem (TOLEDO, 2004). A utilização de água dentro de uma indústria têxtil, mais

especificamente no beneficiamento, ocorre basicamente em todas as etapas, de modo direto nos processos de lavagem, tingimento e amaciamento, e de modo indireto para realizar aquecimento ou resfriamento nos processos de beneficiamento.

As etapas de produção do fio, do tecido, bem como as etapas seguintes de produção de um produto têxtil, requerem uso intensivo de água. Estima-se que para produzir uma camiseta de algodão são necessários 2.700 litros de água<sup>2</sup> – SALCEDO (apud A Comprehensive Introduction to water Footprints, Hoekstra & Chapagain, 2008. Pg. 36).

Mesmo após o ciclo de produção de uma peça têxtil, quando o produto acabado se encontra com o consumidor final, o excessivo consumo de água se faz presente na lavagem das peças. O ramo de lavagem de roupa, lavanderias, é um importante setor de serviços na sociedade moderna e responsável por uma parcela significativa do consumo de água. No entanto, são poucas as empresas de lavanderia que se preocupam em lançar seus efluentes dentro de um padrão de qualidade estabelecido pelos órgãos ambientais, ou ainda que se preocupam em reciclar a água no processo de lavagem.

Nas etapas da indústria têxtil que tem início na transformação da fibra em fio, e conseqüentemente do fio em tecido e /ou malha, etapas como desengomagem, branqueamento e tingimento dessas fibras, fios e tecido e /ou malha, são geradoras de efluentes têxteis. Resíduos químicos altamente tóxicos e causadores de grandes impactos no meio ambiente, poluindo rios, mananciais, solo, quando não tratados corretamente.

**Comment [JR19]:** Pq todo este espaçamento, vai entrar algum quadro ou figura aqui?

### 2.1.2 - Resíduos Sólidos

**Comment [JR20]:** Idem ao item anterior

A indústria têxtil é grande consumidora de água e corantes sintéticos. Ao longo do ciclo de produção e vida útil de uma peça de vestuário, são gerados inúmeros resíduos sólidos. Além da própria peça de vestuário que, após sua vida útil, será descartada de forma indevida.

Segundo o Ministério de Desenvolvimento Indústria e Comércio (MDIC), o Brasil importou em 2012, 9.000 quilos de resíduos têxteis. Vale salientar que na cidade de São Paulo – SP, bairros tradicionais de fábricas de vestuário, como Bom Retiro e Brás, possuem mais de 5 mil empresas têxteis gerando diariamente resíduos têxteis. No Bom Retiro existem mais de 1,7 mil empresas, das quais mil são geradoras de retalhos, já no Brás o número aumenta para 4 mil empresas, sendo 2,5 mil geradoras de retalhos<sup>3</sup>.

A prática do envio de resíduos e sobras de peças do vestuário, de países desenvolvidos para países em desenvolvimento, tem se tornando algo comum. Em países como a Alemanha, que possui coleta de roupas e calçados em vários pontos das cidades, as peças coletadas seguem para centros de triagem onde são separadas manualmente. Essas doações são, em média, 35% de roupas, 5% calçados, 15% servem como material de limpeza ou são qualificadas como rejeitos, podendo ser encaminhadas para

incineração<sup>4</sup>. Parte desse material coletado é doado para população de baixa renda, diretamente no escritório da instituição. O outro montante é enviado para países subdesenvolvidos. Países da África recebem containers dessas peças que deveriam ser doadas para a população local como forma de projeto social, mas ao invés de doadas essas peças são vendidas, gerando uma indústria bastante lucrativa. Empresas locais africanas compram as peças desses containers que deveriam ser doadas e revendem para a população local por um preço inferior ao praticado pelos fabricantes locais de roupas. Isso enfraquece todo o setor têxtil local de países africanos, e consequentemente contribui para o aumento de desemprego. Cria-se assim, um sistema que tem sua origem em questões sociais, econômicas e ambientais corretas a nível nacional, mas que, a nível internacional, pode causar ainda mais miséria em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento.

Entretanto os relatórios sobre os impactos do mercado de roupa de segunda mão na África são conflitantes, LEE (2009) nos apresenta dois paralelos:

- Cria empregos e sustenta milhares de famílias em países em desenvolvimento. No Quênia, onde mais da metade da população vive na pobreza, 2 milhões de empregos associados ao mercado de roupas de segunda mão, foram criados. Empregos esses ligados ao transporte, comércio, distribuição, limpeza, reparo e remodelagem das roupas.

- Vende roupa usada de baixo custo para pessoas de baixo poder aquisitivo, sendo que em muitos países da África, aparentemente, quase todos os grupos socioeconômicos compram roupas usadas. Estima-se que um terço da população africana se vista com roupas europeias e norte-americanas de segunda mão.

Ao passo que essa indústria de comercialização de roupas de segunda mão:

- Impede o desenvolvimento doméstico de mercados têxteis e da indústria de roupas.

- No Senegal estima-se que 1.355 pessoas trabalhem no setor formal das indústrias têxtil/roupa contra aproximadamente 62 mil trabalhadores informais.

- O número de empresas têxteis na Zâmbia caiu de 140 para 8, e o emprego na manufatura têxtil caiu de 34 mil para 4 mil quando o FMI eliminou as tarifas para roupas de segunda mão.

**Comment [JR21]:** Cuidado com estes espaçamentos vazios

Figura 2 – Estratégias de design para a sustentabilidade



Fonte: SALCEDO, (2014), p, 40

O que realmente significa descartar as roupas

Na Europa, o poder aquisitivo da sociedade é elevado e as roupas são consideradas baratas, dessa maneira o descarte é feito de forma mais acelerada. No Brasil, com a crise na indústria têxtil na década de 90, grande parte do parque fabril foi sucateado transferindo a produção para países como China, Bangladesh, Índia e demais produtores mundiais de têxteis, visando uma redução de preço e aumento de lucro. Com essa prática, iniciou-se no Brasil uma valorização e acessibilidade de produtos têxteis de baixo custo, gerando um consumo desenfreado de artigos baratos, criando assim, um descarte acelerado de peças de roupa. Soma-se a isso a efemeridade do sistema de moda (LIPOVETSKY, 1989), para BERLIM(2014), os produtos de moda seriam aqueles de menor e mais frágil vida útil. Uma vez que o ciclo de vida dos produtos de moda passa pela introdução, crescimento, desenvolvimento, maturidade e declínio, etapas entre “entrar na moda” e “sair de moda” em curto espaço de tempo.

Na maioria das vezes, o descarte da roupa significa jogar fora. Quando simplesmente não é econômico gastar dinheiro para consertar uma peça de roupa ou para lavar a seco, descartamos as peças e compramos novas pelo mesmo custo de uma costureira para consertar ou de uma lavanderia para lavar. As peças de roupas que são doadas, ou enviadas aos bancos têxteis tem uma segunda chance de vida, mesmo que como pano de limpeza. Mas a grande maioria das roupas que não queremos mais, acabam indo para os lixões. No caso das roupas sintéticas, a maioria, a demora para a decomposição é ainda maior em relação as outras fibras, pode levar centenas de anos.

Figura 5 – Ciclo de vida de uma peça de roupa



Fonte: SALCEDO (2014), p. 19.

Em relação aos resíduos gerados por efluentes têxteis, naturalmente preocupantes devido ao seu elevado grau de periculosidade, os resíduos provenientes da fiação, tecelagem, malharia e confecção, como restos de tecidos e restos de fios, parecem não preocupar, por não serem perigosos. Porém, seu lado poluente está no alto poder de combustão e nos grandes volumes gerados, que quando não destinados corretamente acabam sendo uma ameaça ao meio ambiente, esgotando rapidamente os espaços e contaminando o solo. As peças de roupa em decomposição produzem metano, um importante gás de efeito estufa que contribui para o aquecimento global. Uma tonelada de lixo biodegradável, categoria na qual artigos têxteis se encaixam, produz cerca de 200 a 400 metros cúbicos de gás metano. (LEE, 2009).

**Comment [JR22]:** Embora já tivesse corrigido previamente, acredito que a escrita final destes dois sub itens estão satisfatórios, tomaram a forma acadêmica necessária

## 2.2 Os Impactos sociais

A ideia por trás da roupa barata parece, sempre, muito sedutora. É com grande entusiasmo e louvor que se anuncia a compra de uma peça de roupa barata. Peças

essascom etiqueta *made in China*, ou qualquer outro país com mão de obra desvalorizada.Segundo *Matilda Lee* (2009), a China detém a produção mundial de roupa, seguida porÍndia, Bangladesh, Haiti, Camboja, Turquia, México, Paquistão e Romênia. Raras são as vezes em que o consumidor tem em mente o que está por trás daquela etiqueta. Sabe-se do uso da mão de obra desvalorizada nesses países, mas, de maneira geral, a preocupação de quem compra é a busca por um melhor preço. Uma roupa mais barata, esteticamente bela e que supra a necessidade do consumidor de possuir novidade.

SANT'ANNA (2009)analisa o novo.

Todo o esforço empreendido para acompanhar uma tendência, de moda, de comportamento, de arte, ou seja, do *novo* apresentado, ocorre devido a alguns procedimentos: a) Localização do novo apresentado; b) Reconhecimento entre o *novo* e a condição atual há diferenças; c) O desejo de se assemelhar ao *novo* apresentado; d) A convicção que o *novo* vai expressar melhor a si próprio; e) E empenho em adotar o *novo* de forma integral, mas própria. Disso resulta, então, que o esforço em se tornar um *outro* sempre é uma tarefa de qualificar o *mesmo*. Ninguém segue tendências para deixar de ser quem julga que é integralmente, mas para adequar o que projeta como o seu “eu” à sua aparência. Logo, todo esforço é de ser um *outro* para ser melhor ainda o *mesmo*. Nisso reside o cerne da poética moderna da aparência, o poder de individualização e massificação da Moda e a sedução das imagens sobre todos nós, sujeitos modernos. (SANT'ANNA, 2009, p.44)

**Comment [JR23]:** Colocar : antes de iniciar a citação

Para *Bauman*,em seu livro *Vida para Consumo* (2008), exercer o ato da compra é a ação social que sintetiza todas as demais na lógica do capitalismo “leve”. *Leve*, na qual os valores estariam em cheque e o destino totalmente improvável. A transformação do capitalismo “pesado” para o “leve”, ainda segundo *Bauman*, produz um sujeito que não poderia ser mais enquadrado como produtor. Ele é o consumidor, e assim sua vida deixa de ser normatizada rigidamente por ordens disciplinares para ser orientada pela sedução, “ por desejos sempre crescentes e quererres voláteis”.

BERLIM (2014) questiona a relação de consumo:

É possível estabelecer uma relação entre consumo e preservação de recursos naturais? Consumo e consciência ética? É possível consolidar uma tendência ecológica e socialmente responsável na moda? A moda poderia colaborar com a difusão e a conscientização do conceito de sustentabilidade? (Berlim, 2014, p. 49)

**Comment [JR24]:** Sobrenomes em maiúsculo



De acordo com ASHLEY (2005), existe um questionamento que permeia o ato de consumir do consumidor: por que comprar? O ato de questionar-se de perguntar-se, gera uma profunda alteração na relação entre produtor e consumidor. Quando o consumidor se pergunta “por quê”, ele assume a possibilidade de não comprar:

(...)uma pergunta curta e que requer uma reorientação na consciência dos indivíduos: um novo eixo de imagem de si e do outro; do tempo passado, presente e futuro; do próximo e do distante; de causas e efeitos; de autonomia e interdependência; de vítima e de réu; do normal e do absurdo; de saúde e de doença; de saudáveis e doentes; enfim, de toda uma transformação no conjunto de premissas para a existência humana. (ASHLEY, 2005, p. 59)

**Comment [JR25]:** Cuidado com os espaçamentos em branco

## 2.2.1 Condições de trabalho

Condições de trabalho insalubres, de segurança e higiene altamente comprometidas, alta carga horária de trabalho e leis trabalhistas inexistentes ou não executadas são alguns dos fatores que, segundo BERLIM (2014), configuram **a forma moderna de escravidão**, que gera impactos sociais com consequências profundas na sociedade. Se faz necessário informações para que o consumidor, de posse delas, tenha consciência da situação do sistema da moda, uma vez que o consumidor é agente crítico desse sistema. E munido de tais informações pode ter uma atitude menos passiva, mais questionadora e sustentável.

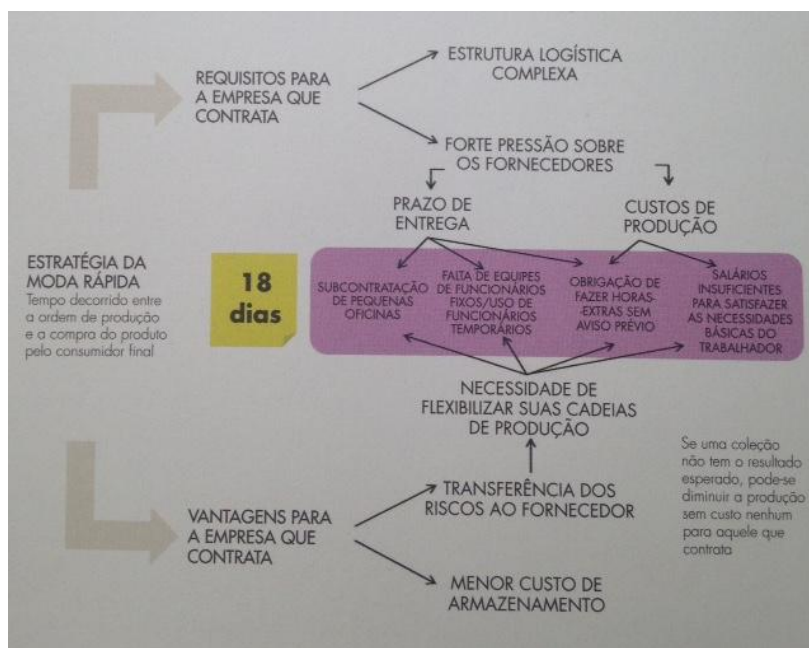
**Comment [JR26]:** Me recordo que havia sugerido aqui neste termo uma nota de rodapé....

Observa-se a terceirização da mão de obra por parte das empresas confeccionistas de artigos têxteis, prática comum que visa o lucro e rapidez na entrega da mercadoria. Ao terceirizar a produção, perde-se o controle de quem a produz, uma vez que, uma mesma produção pode ser terceirizada inúmeras vezes. As subcontratações em arranjos terceirizados, geralmente com migrantes ilegais, acabam sendo a justificativa de grandes empresas varejistas têxteis quando as mesmas são flagradas pela mídia sob acusação de trabalho escravo. No entanto, não é tão difícil rastrear e supervisionar terceirizações contratadas e subcontratadas.

Vários fatores criaram uma indústria têxtil global cheia de oportunidades para a exploração da mão de obra. A indústria da moda é particularmente fluída e móvel e, nos últimos anos, à medida que salários aumentavam nos países desenvolvidos, as empresas de confecção transferiram suas instalações para onde os salários fossem mais baixos – o que resultou em uma cadeia de fornecimento de enorme complexidade, com centenas de fábricas espalhadas por muitas nações. Em consequência, grande parte da responsabilidade pelo bem-estar dos trabalhadores recaiu sobre os fornecedores – fora da influência imediata das marcas. Com isso, o controle e o monitoramento estão sujeitos à corrupção e à manipulação, cada vez com mais chances de violação de direitos humanos: o que não podemos ver, não temos como saber ou monitorar. (FLETCHER & GROSE, 2011, p. 49)

**Comment [JR27]:** Antes de colocar a citação vc precisa anuncia-la de forma vinculada ao seu texto anterior

Imagem 3 – Os efeitos da moda rápida



Fonte: SALCEDO (2014), p. 27

Após o episódio de desabamento do Rana Plaza<sup>6</sup>, a discussão acerca das péssimas condições de trabalho na indústria têxtil se intensificaram. Foram criados movimentos, iniciativas e discussões em todo o mundo em favor do *slow fashion*, *eco fashion*, *fairtrade*, sustentabilidade, *upcycling*, moda ética, ecomoda, entretanto ainda há muito a ser feito para melhoria e conscientização a respeito da mão de obra desvalorizada nas indústrias confeccionistas.

Figura 4 - Sistema da Moda



FONTE: SALCEDO, 2014, p. 32

### Ecomoda

Moda ecológica, moda bio, ou moda orgânica, busca soluções para agregar às roupas um conceito ecologicamente sustentável. São todas as peças de roupa e outros produtos de moda feitos por métodos menos prejudiciais ao meio ambiente. Esse termo enfatiza, portanto, a redução do impacto ambiental. Nas questões das fibras também é bastante comum a utilização de termos como orgânico, biológico e ecológico para se referir a mesma coisa: uma forma de cultivar as fibras baseada nos princípios da agricultura orgânica. SALCEDO (2014).

### *Fair Trade* – Mercado Justo

Tendência surgida na década de 60 com a consciência do consumidor europeu sobre a exploração de trabalhadores em países em desenvolvimento. Essa tendência transformou-se em um movimento, bastante amplo, que assegura que o produtor/artesão irá receber um valor/salário justo pelo seu trabalho/produto. Sua maior preocupação é atenuar as discrepâncias comerciais, sociais e éticas entre os trabalhadores, pequenos agricultores e artesões e as grandes corporações. Essas comunidades e produtores recebem qualificação e apoio na comercialização de produtos a um preço justo.

Comércio justo é uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável através de melhores condições de troca e a garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados – principalmente no hemisfério sul. (SEBRAE, 2004, p. 3)

A IFAT (*International Federation of Alternative Trade*) formalizou essa definição de *Fair Trade* em 2011. Além da IFAT existe a inglesa *Fairtrade Foundation* (Fundação de mercado justo), umas das maiores e mais importantes entidades certificadoras do mundo.

Comumente usadas no Brasil, as expressões “moda verde”, “mercado ético”, “eco moda”, “mercado solidário”, possuem um sentido mais amplo e abrangem todas as formas alternativas de comércio, que não necessariamente respeitam os critérios definidos pela IFAT ou pela *Fairtrade*.

### *Slow Fashion*

Com o intuito de educar, inspirar e influenciar mudanças na indústria da moda, encorajando consumidores a fazer decisões conscientes e tornar o ato de consumir mais consciente, o *slow fashion* propõe uma moda que não seja permeada pela obsolescência programada, nem que seja ditada pelas tendências de moda – mas não se contrapõe ao *fast-fashion*, no sentido de não ser ao contrário – trata-se de enfoques diferentes. Com peças atemporais e mão-de-obra cuidadosa. O termo surgiu com Kate Fletcher em 2007.

A moda lenta não é um conceito baseado no tempo, mas sim na qualidade, que ao final, tem relação com o tempo dedicado ao produto.

### *Upyclingz*

Reinserção de materiais que seriam destinados ao descartado processo produtivo, a fim de criar novos produtos com a utilização destes materiais sem a necessidade de tratamentos físicos ou químicos para reciclagem.

### Sustentabilidade

O conceito de sustentável engloba iniciativas que permitem que a indústria subsista ao longo do tempo, dados os recursos dos quais dispomos e garantindo igualdade e justiça sociais. Trata-se, portanto, de todas essas iniciativas que promovem boas práticas sociais e ambientais, incluindo uma redução na produção e no consumo. (SALCEDO, 2014,p,33)

A expressão “desenvolvimento sustentável” foi utilizada pela primeira vez em 1987 no *Relatório Brundtland*, documento intitulado *Nosso futuro comum (Our Common Future)*<sup>7</sup>. Nele, a expressão “desenvolvimento sustentável” aparecia definida como: **“O desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a satisfação das necessidades das gerações futuras”**.

**Comment [JR28]:** Gosto dess e esclarecimento, indíue a fonte de onde obteve a informação

SALCEDO (2009) apresenta mais duas definições: **“Desenvolvimento sustentável é: bastante, para todos e para sempre”**. Essa é uma definição proposta em 2002, durante o *World Summit of Sustainable Development*<sup>8</sup>. A outra definição proposta por SALCEDO (2009), proposta originalmente pela *The Natural Step (TNS)*<sup>9</sup>, seria: **“Sustentabilidade é a habilidade de nossa sociedade humana em perpetuar-se dentro dos ciclos da natureza”**.

**Comment [JR29]:** Gosto da forma como vc deu corpo ao texto neste capítulo e da maneira como desenvolveu o tema aqui exposto, demonstra qualidade na revisão bibliográfica e apropriação do tema tratado.

### 3. Os Desafios da Cadeia Têxtil e de Confeção

Em um planeta com recursos finitos, com uma população em crescimento exponencial, um produto têxtil, só de existir já gera impacto ambiental e social, sendo impossível anular esses impactos, todavia é possível minimizá-los. *Lilyan Berlim*, questiona a possibilidade de consumo e uma produção mais sustentável.

É possível estabelecer uma relação entre consumo e preservação de recursos naturais? Consumo e consciência ética? É possível consolidar uma tendência ecológica e socialmente responsável na moda? A moda poderia colaborar com a difusão e a conscientização do conceito de sustentabilidade? (BERLIM, 2009, p. 49)

*Elena Salcedo* nos coloca a questão de uma *moda mais sustentável*, que seria uma alternativa aos excessos da cadeia têxtil, mas ainda não é algo 100% sustentável. Pois “com esse termo, não se pretende afirmar que o produto seja totalmente sustentável, uma vez que se está partindo do princípio de que a produção de qualquer queseja o objeto implica sempre um impacto para o sistema”. (SALCEDO, 2014, p. 33)

Sendo o mundo da moda volúvel e efêmero, *Matilda Lee* questionaa possibilidade de a moda ética e sustentável saírem de moda.

Não será decepcionante se, na próxima estação, a eco e a ética *fashions* de repente saírem de moda? Não podemos nos enganar: o mundo da moda é volúvel. Tão rápido quanto surgiu - para a indústria, a mídia e os consumidores -, a *eco fashion* pode ser rapidamente jogada no cemitério das tendências da moda. (LEE, 2009, p. 98)

A esse questionamento Matilda Lee afirma que a *eco fashion* deixou de ser apenas uma tendência e se tornou um movimento, visto que as questões se enraizaram e por essa razão a *eco fashion* representa mais do que apenas uma mudança na indústria.

Os consumidores tiveram um papel chave na criação desse movimento e foi graças às suas demandas que a indústria reagiu ao que inicialmente era considerada a “ameaça” das questões verdes. Ao fazê-lo, contudo, uma nova verdade se revelou: a sustentabilidade pode ser um bom negócio. Ao descobrirem os modos pelos quais o lucro final é afetado por essas questões, as empresas também passaram a perceber os impactos negativos de não agir. (LEE, 2009, p. 98)

**Comment [JR30]:** Verificar os espaçamentos entre parágrafos exigidos pela ABNT

A sustentabilidade é um assunto complexo. Não se resolvem os problemas dos impactos da cadeia têxtil e de confecção de maneira simplista. A solução seria então neutralizá-los. Talvez a primeira atitude a ser tomada pela empresa seja a transparência, a comunicação, para o mercado e seu consumidor, de práticas adotadas pela empresa durante seu próprio processo de produção das peças, que amenizem os impactos causados durante o processo produtivo de artigos têxteis e de confecção. E não somente usar a sustentabilidade como um artifício de marketing para impulsionar vendas.

Questões ligadas à ecologia, meio ambiente, consumo “verde”, vêm sendo usadas na publicidade de forma exaustiva, sem que realmente haja coerência. Se faz necessária uma conscientização por parte da empresa, e uma constante busca para que se minimize os impactos em sua produção, para que os funcionários que produzem seus artigos estejam em condições adequadas de trabalho, em um ambiente digno, recebendo salários de acordo e não excedendo o número de horas de trabalhado. Políticas adotadas por parte da empresa de ressignificação do produto, depois que ele perde sua função de uso, para reaproveitamento e reciclagem da matéria prima, minimizam a geração de resíduos têxteis.

A intenção de um modelo de desenvolvimento sustentável dentro de uma empresa deve estar alinhada com resultados sustentáveis verdadeiros. Uma empresa é uma organização social e tem responsabilidade pelo seu entorno, e tentar vender o conceito de sustentabilidade sem fazer uso dele faz que com todos os esforços de inúmeras empresas e marcas em adotar práticas sustentáveis, percam sua força.

A sustentabilidade não pode ser vendida - ela é uma filosofia a ser percebida. O seu exercício deve ser intrínseco a toda e qualquer ação, atitude e comportamento de uma pessoa ou instituição. Esse alinhamento com os princípios do desenvolvimento sustentável se estende a cada uma das áreas abordadas e as une em suas complexidades. (BERLIM, 2014, p. 63)

A sustentabilidade, sendo uma resposta aos excessos da indústria têxtil, é também um grande desafio que em um primeiro momento assusta e se faz questionar sua viabilidade e lucratividade. Entretanto, quando assimilada a ideia e colocado em prática seu conceito, entende-se a sustentabilidade como uma solução altamente benéfica e lucrativa.

Uma questão colocada em xeque pela indústria da moda é: ser ético vale a pena? Segundo LEE (2009), um negócio sustentável não significa que se valorize as questões ambientais e sociais acima dos lucros. Mas sim um negócio onde as marcas e empresas combinem estratégias de negócio, somadas à realidade financeira, juntamente com

**Comment [JR31]:** De novo atente para os espaçamentos entre o texto e as citações



medidas que visam a proteção, sustentação e a melhora dos recursos humanos e naturais que serão necessários no futuro.

**Comment [JR32]:** Não entendi, pq está em amarelo? Se for uma pergunta e uma resposta da própria autora vc indica como tal e coloca ambos entre aspas e cita ao final a fonte completa com página e ano

**Comment [JR33]:** Sugiro que depois de apresentar o ponto de vista da autora vc escreva sobre o seu, declarando se concorda ou discorda com a ideia apresentada por ela.

## 4. Estudo de caso – Marca Vuelo

### 4.1 Breve Histórico

Marca social, sustentável, 100% brasileira, de bolsas, mochilas, malas e acessórios feitas através do reaproveitamento de câmeras de pneus e tecidos de guarda-chuva usados para servir de forro e embalagem das peças.

Em uma conversa informal de amigas, a sócia Adriana Tubino revela a sua amiga e sócia da marca VUELO, Itiana Pasetti, o desejo de criar uma marca de *weekend bag*. Itiana, monta, costura e dá forma ao desejo da amiga em apenas 2 dias. E junto com a mala, nasce a preocupação em criar algo alternativo ao couro. Uma linha de malas que causasse menos impacto no meio ambiente e que ainda gerasse impacto positivo frente a tanto resíduo produzido na cadeia têxtil. Pensada e planejada desde 2010, a marca social de bolsas, mochilas e acessórios VUELO, tem sua estreia em 14/04/2013. Foram necessários quase 3 anos de experimentações, testes, aprendizados, busca de fornecedores para que a marca fizesse sua estreia. Elas tentaram desenvolver os protótipos e a produção em três fábricas e um ateliê de amostras, mas a produção era sempre inviabilizada por questões técnicas ou financeiras. Até que a fábrica *BNN Artefatos de Couro*, localizada na cidade de Novo Hamburgo – RS, entrou em contato com a marca, para produzir suas peças. *BNN* é uma fábrica de artigos de couro e tinha consciência da necessidade de reinventar-se.

Comment [JR34]: Gosto da forma como vc apresenta a marca

Comment [JR35]:



(Foto: Arquivo pessoal – As sócias: Adriana e Itiana)

A VUELO é uma marca de Porto Alegre – RS, cidade que se destaca pela coleta seletiva de lixo no Brasil, o que facilita a compra dos guarda-chuvas nas unidades de triagem. Em cada tecido de guarda-chuva, a marca paga R\$0,50–para cada quilo de garrafa pet é pago R\$0,10 – um valor superestimado propositalmente para ajudar, impulsionar e valorizar os funcionários das unidades de triagem a separar os tecidos de guarda-chuva dos demais resíduos. Hoje são comprados mil guarda chuvas por semana nas unidades de triagem.



vuelistas



(Foto: @vuelistas/Instagram/Reprodução)

#### 4.1.2 Reinventar-se é preciso

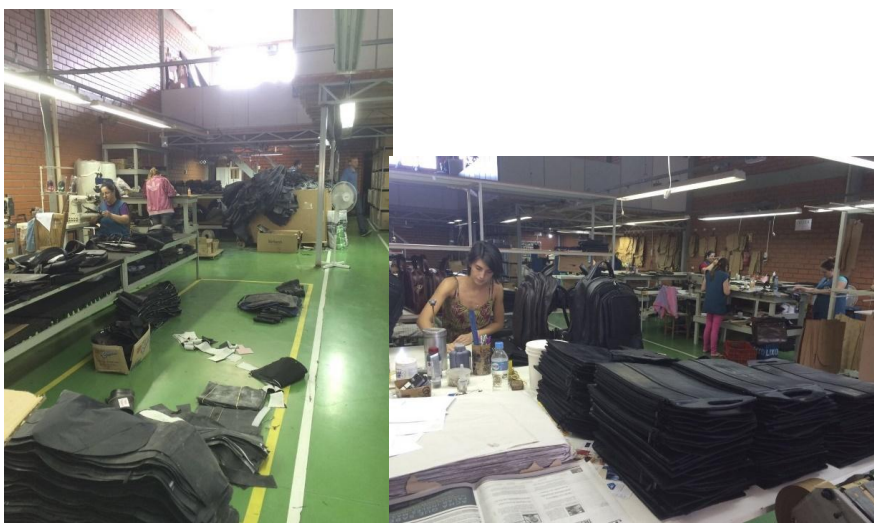
No começo da marca VUELO, as câmeras de pneus eram compradas de diversas borracharias da região metropolitana de Porto Alegre, com isso a emissão de CO<sup>2</sup> na logística de busca dessas câmeras em cada borracharia, era muito grande. Dessa maneira, foi feita uma parceria com a *Tortuga*, uma empresa que produz câmeras de ar. Uma vez ao mês é feito o recolhimento dessas câmeras de pneus. A VUELO reaproveita uma tonelada de câmeras de pneu, por mês, que iriam para o lixo.

Em 2015 a marca passou por um processo seletivo da *Yunus Centre*. Uma organização com sede em Bangladesh, liderada por *Muhammada Yunus* que em 2006 foi laureado com o nobel da paz. *Muhammad* pretende acabar com a pobreza com o banco que fundou. O *Gramenn Bank* oferece microcrédito à milhares de famílias que não teriam condições de conseguir empréstimo em banco já que não conseguem comprovar suas rendas.

A marca VUELO sempre vendeu seus produtos em feiras, lojas, bazares, e-commerce, para clientes de varejo. Mas com a necessidade de investir em mídia e com a dificuldade de adaptar-se à uma linha de produção continua dentro de uma fábrica, uma vez que o tempo de mercado é diferente, o período de produção das peças é diferente das de outras marcas. E após a imersão de 3 meses com *Muhammad Yunus*, a marca passou a atender somente clientes corporativos. Deixou de vender para o consumidor final e passou a vender somente para outras empresas. Um contrato com a *Fedex* para produção e desenvolvimento de dois produtos para presentear colaboradores e clientes, fez a marca repensar e se resignificar. O que em um primeiro momento parecia contraditório, vender somente para o mundo corporativo – já que ao criar a marca, o que as meninas buscavam era justamente sair do mundo corporativo, deixar de trabalhar em empresas “engessadas”, em um outro momento pareceu a coisa certa a ser feita. Uma vez que ao fazer vendas maiores, para um maior número de pessoas, o impacto causado também seria maior.

Comment [JR36]: Usar parágrafo aqui

Comment [JR37]: Sugiro quebrar o parágrafo aqui. Está muito longo



(Foto: Arquivo pessoal – Unidade de produção na BNN)

Elas pretendem voltar a vender para o consumidor final, mas ainda não tem data para essa mudança ocorrer. Por enquanto, vão continuar vendendo para outras empresas e dando apoio e consultoria à fábricas que necessitam dar um destino correto aos resíduos gerados, compreender e diminuir esses resíduos.

Quando olham para o caminho que já trilharam, as meninas, tem a certeza que ainda tem muito mais pela frente, muito mais história para contar, muito mais diferença para fazer. É um trabalho difícil, demorado, mas muito desafiador. E saber que estão gerando um impacto positivo, fazendo diferença social, ambiental e econômica é o que faz as **meninas** terem ainda mais garra para seguir em frente e realizar seu sonho.

**Comment [JR38]:** Ao invés de nomear como meninas ao se referir à elas, ainda que sejam suas amigas, no trabalho acadêmico seria mais adequada nomea-las de "sócias" ao invés de meninas



(Foto: @vuelistas/Instagram/Reprodução) (Foto: @vuelistas/Instagram/Reprodução)



(Foto: @vuelistas/Instagram/Reprodução)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A indústria da moda precisa de um novo direcionamento,

## 5. Notas

<sup>1</sup>

Resolução

CONMETRO

<http://www.ipem.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=81>

<sup>2</sup> segundo o *Oxford English Dictionary*, moda pode ser definida como a atividade que forma, molda ou define objetos materiais ou imateriais.

<sup>3</sup><http://www.rac.es/ficheros/doc/00664.pdf> - A Comprehensive Introduction to water Footprints, Hoekstra & Chapagain, 2008. Pg. 36.

<sup>4</sup><http://www.fiesp.com.br/noticias/residuos-texteis-podem-ser-lucrativos-para-confecoos-diz-representante-do-sinditextil/>

<sup>5</sup><http://www.portalresiduossolidos.com/sistema-de-coleta-de-roupas-e-calcados-usados-da-alemanha/>

<sup>6</sup> <http://www.fiesp.com.br/noticias/residuos-texteis-podem-ser-lucrativos-para-confecoos-diz-representante-do-sinditextil>

**Comment [JR39]:** Já havia sugerido para que as use como notas de rodapé e não como notas de fim, fica mais fácil a leitura e tb mais informativa. Averigue se a ABNT permite notas de fim tb em monografias ou se seu uso é exclusivamente permitido em livros

<sup>7</sup> Em abril de 2013, em Bangladesh, um prédio de oito andares que abrigava duas empresas de confecção têxtil cujos clientes são grandes varejistas ocidentais. Desabou matando mais de 500 trabalhadores.

<sup>8</sup> O relatório apresenta uma visão complexa das causas dos problemas sócio econômicos e ecológicos das sociedades e as inter-relações entre a economia, tecnologia, sociedade e política. O relatório é produto do trabalho de uma comissão de 21 membros de diversos países. Que entre 1983 e 1987, estudaram e discutiram a degradação ambiental e econômica do planeta, propondo soluções para os problemas detectados, sob a ótica do desenvolvimento sustentável.

<sup>9</sup> Também conhecido como *Johannesburg Hearth Summit*, foi uma conferência organizada pela ONU, na África do Sul em setembro de 2002, com chefes de estado, para discutir desenvolvimento sustentável.

<sup>10</sup> Organização sem fins lucrativos, que desde 1992, ajuda líderes, corporações, comunidades, instituições de ensino e governos a desenvolver planos em detalhados em direção a sustentabilidade.



## 7. Referências Bibliográficas

AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2011.

AZEVEDO, João. **Poluição na Indústria Têxtil**. Tese de mestrado em Gestão Ambiental e Ordenamento de Território. IPV – Instituto politécnico de Viana do Castelo – PT.2010.

ASHLEY, Patrícia de Almeida (Coord.) **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.

BARTHES, Roland. **Sistema de moda**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1999.

BENSTOCK, Shari e FERRISS, Suzanne. **Por dentro da moda**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2002.

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Editora Estação das Letras e Cores, 2012.

BRUNO, da Silveira Flávio. **Panorama setorial têxtil e de confecção.**

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem.** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2003.

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio: tecidos, moda e linguagem.** São Paulo: Editora Estação das Letras, 2006.

FLETCHER, Kate e GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança.** São Paulo: Editora Senac, 2011.

KOWARICK, Lúcio. **Trabalho e vadiagem: a origem do trabalho livre no Brasil.** São Paulo: Editora Paz e Terra, 1994.

LEE, Matilda. **Eco Chic: o guia de moda ética para a consumidora consciente.** São Paulo: Editora Larousse, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles e CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos.** Lisboa: Editora Edições 70, 2013.

RIBEIRO, Luiz Gonzaga. **Introdução à tecnologia Têxtil.** RJ: Editora SENAI/CETIQT.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável.** São Paulo: Editora G. Gili, 2014.

SANIN, L. B. B., **A indústria Têxtil e o Meio Ambiente.** Química Têxtil, 1997.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pesquisa Mundial de Comércio Justo.** Brasília: Editora Sebrae, 2008.

SORCINELLI, Paolo. **Estudar a Moda: corpos, vestuários, estratégias.** São Paulo: Editora Senac, 2008.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas.** São Paulo: Companhia das letras, 1987.

TOLEDO, R. A. S., **Tecnologia da Reciclagem. Química Têxtil**. São Paulo: Editora Futura, 1996.

VICENTINO, Claudio e DORIGO, Gianpaolo. **História Geral e do Brasil – VOL. Único**. São Paulo: Editora Scipione, 2004.

#### **Sites visitados**

Associação Brasileira de Indústrias Têxteis (ABIT) – [www.abit.org.br/site](http://www.abit.org.br/site)

<http://www.coloquiomoda.com.br>

<http://www.fairtrade.org.uk>

[www.slowfashioned.com/about](http://www.slowfashioned.com/about)

<http://www.who.int/wssd/en/>

[http://unmillenniumproject.org/documents/131302\\_wssd\\_report\\_reissued.pdf](http://unmillenniumproject.org/documents/131302_wssd_report_reissued.pdf)

visualizado em 03/06/16 às 8:00.

<http://www.thenaturalstep.org/> visualizado em 03/06/16 às 9:40.

<http://www.fiesp.com.br/noticias/residuos-texteis-podem-ser-lucrativos-para-confecoes-diz-representante-do-sinditextil/>

<http://www.portalresiduossolidos.com/sistema-de-coleta-de-roupas-e-calcados-usados-da-alemanha/> visualizado em 20/04/16 às 12:18.

<http://www.ipem.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=81>

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)

<http://textileindustry.ning.com/profiles/blogs/anos-90-entre-a-crise>

