

ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

EIXO TEMÁTICO:

- | | |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Biodiversidade e Unidade de Conservação | <input type="checkbox"/> Gestão e Gerenciamento dos Resíduos |
| <input type="checkbox"/> Campo, Agronegócio e as Práticas Sustentáveis | <input type="checkbox"/> Planejamento e Gestão dos Recursos Hídricos |
| <input type="checkbox"/> Cidades Sustentáveis | <input type="checkbox"/> Saúde Pública e o Controle de Vetores |
| <input checked="" type="checkbox"/> Educação e Práticas Ambientais | |

A MODA NO CONTEXTO DA SUSTENTABILIDADE - ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DE MODA ÍNTIMA FEMININA

*The fashion in the context of sustainability - Case Study on a Underwear Womenswear
Industry*

*La moda en el contexto de la sostenibilidad - Estudio de caso sobre una Industria Ropa
de mujer Ropa interior*

Cesar A. Della Piazza

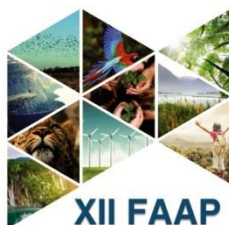
Professor Doutor, Fatec Americana, Brasil.
della_piazza@yahoo.com.br

Adriana da Silva Castro

Graduanda, Drummond, Brasil.
asc.engprodu@gmail.com

Michelle de O. Schneider

Graduanda, Drummond, Brasil.
micaspace@hotmail.com



ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo demonstrar resultados importantes de uma pesquisa, com base na utilização de metodologia reconhecida, aplicada aos produtos de moda íntima do setor têxtil. Em outras palavras, apresenta questões consideradas de valor para o conceito “sustentabilidade”, aplicado ao sistema de moda e ao setor têxtil. Neste, são apresentados meios de conscientização, ideias inovadoras, métodos adotados, processos e resultados da sustentabilidade aplicada ao sistema têxtil que hoje é um dos maiores produtores de danos ao meio ambiente, devido ao crescimento econômico inevitável, matéria prima utilizada e todo assédio dos novos consumidores perante todos os paradigmas do século XXI. Buscou-se verificar o comportamento ecológico como um todo através de pesquisas, uma vez que os desafios resultantes da boa gestão no meio ambiente atingem toda a população e através das estratégias empresariais, os resultados mostram o valor dado pelas empresas à inovação e a competitividade, no desenvolvimento de novas ideias e práticas adotadas para uma gestão sustentável, destacando aquelas empresas que se adequação a um perfil de consumo consciente ao ofertarem produtos de valor agregado dentro deste novo conceito. Por fim, apresentaram-se exemplos de como os profissionais da área da moda estão introduzindo os conceitos de sustentabilidade em produtos e serviços.

PALAVRAS-CHAVE: Moda; Sustentabilidade; Responsabilidade Social, Têxtil.

SUMMARY

This article aims to show important results of a survey, based on the use of a recognized methodology, applied to underwear-fashion products of the textile sector. In other words, it presents issues considered of value to the understanding of the sustainability concept applied to the fashion system and the textile sector. By now we present awareness of media, innovative ideas, methods adopted, processes and results of sustainability, applied to the textile system that today is a major producer of damage to the environment due to the inevitable economic growth, raw materials used and all harassment of new consumers before all the paradigms of the XXI century. We attempted to verify the environmental performance as a whole through research, since the challenges resulting from good management in the environment affect the entire population and through business strategies, the results show the value given by the companies to innovation and competitiveness, the development of new ideas and practices for sustainable management, highlighting those companies that fitness for a conscious consumption profile to an offer value products household within this new concept. Finally, presented are examples of how the fashion professionals are introducing the concepts of sustainability in products and services.

KEYWORDS: Fashion; Sustainability; Social responsibility, Textile.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo mostrar los resultados importantes de una encuesta, basada en el uso de una metodología reconocida, aplicado a productos de moda íntima del sector textil. En otras palabras, se presenta temas considerados de valor para la comprensión del concepto de la sostenibilidad aplicada al sistema de la moda y el sector textil. En este, se presenta el conocimiento de los medios de comunicación, las ideas innovadoras, los métodos adoptados, los procesos y los resultados de la sostenibilidad, aplicada al sistema textil que hoy en día es un importante productor de daños al medio ambiente debido al crecimiento económico inevitable, las materias primas utilizadas y todos acoso a los nuevos consumidores antes de que todos los paradigmas de la del siglo XXI. Hemos tratado de verificar el desempeño del medio ambiente en su conjunto a través de la investigación, ya que los retos que se derivan de una buena gestión en el medio ambiente afectan a toda la población ya través de las estrategias de negocio, los resultados muestran el valor dado por las empresas para la innovación y la competitividad, el desarrollo de nuevas ideas y prácticas para la gestión sostenible, destacando aquellas empresas que la aptitud para un perfil de consumo consciente a los productos ofrecen un valor hogar dentro de este nuevo concepto.

Por último, se presenta son ejemplos de cómo los profesionales de la moda son la introducción de los conceptos de sostenibilidad en productos y servicios.

PALABRAS CLAVE: Moda; sostenibilidad; responsabilidad social, Textil.



ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

1. INTRODUÇÃO

A expansão econômica do Setor Têxtil é inevitável, devido ao grande mercado de consumo e o enorme crescimento de novos consumidores. Este processo, segue uma série de problemas que devem ser enfrentados de maneira sustentável, havendo equilíbrio entre o desenvolvimento da economia, a preservação do meio ambiente e o bem-estar da sociedade. Quando falamos de sustentabilidade, logo associamos o assunto as prevenções possíveis para minimizar os danos causados ao meio ambiente.

Três coisas com que lidamos todos os dias têm enorme impacto no mundo que nos rodeia: combustível (energia), alimento e moda. Os dois primeiros são hoje estudados e abordados com toda a dedicação. Está na hora de a moda nos mostrar e nos fascinar com o que é possível, nos propiciar o imperativo moral de mudar cada aspecto da produção e da nossa segunda pele. Acredito firmemente que a humanidade sabe o que fazer quando conhece a tarefa que tem em mãos. Não se poderia pedir melhor descrição do que está acontecendo e do que precisa ser feito para que a moda viabilize a vida na terra (HAWKEN apud FLETCHER, 2011, p. 5).

A indústria brasileira possui um importante potencial de expansão provocado pela melhoria e estabilidade da economia, devido ao tamanho do mercado de novos consumidores.

No entanto, esse processo de crescimento da Indústria Têxtil foi acompanhado por relevante expansão das importações de produtos manufaturados, inclusive têxteis. Se isso representou, de fato, perda de mercado para o produtor nacional, também significou forte estímulo à modernização do parque produtivo visando ganhos de competitividade na qualidade e preço, tendo também provocado ações governamentais de apoio ao produtor nacional, dada a importância do nível de empregos na indústria têxtil (KELLER, 2010).

A Sustentabilidade tem sido um dos temas mais debatidos atualmente, devido a fatores como: alterações climáticas, o aquecimento global, o aumento da camada de ozônio a poluição, entre outros.

O crescimento sustentável das organizações tem obtido importância relevante, nos tempos atuais. As empresas que adotam padrões de sustentabilidade, equilibrando aspectos econômicos, sociais e ambientais, tendem a ganhar vantagem competitiva no novo ambiente que está se formando. Esse novo ambiente pode ser caracterizado pela expectativa do consumidor em interagir com organizações que sejam éticas, com boa imagem institucional no mercado e que atuem de forma ecologicamente responsável (TACHIZAWA, 2003).



ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

A sustentabilidade nas empresas está também ligada à sustentabilidade econômica, que é alcançada através de um modelo de gestão sustentável, ou seja, um modo que incentive processos que permitam a recuperação do capital financeiro, humano e natural da empresa.

As grandes mudanças pelas quais a indústria têxtil e confecções estão passando, exigem respostas que mexam com os padrões de produção, com as relações na cadeia de suprimentos e com o mundo do trabalho. Reduzir custos e, ao mesmo tempo, estabelecer condições dignas de trabalho e relacionamento duradouro com a cadeia de valor, oferecendo ao mercado produtos inovadores e atraentes. É um exercício que só poderá ser resolvido com a aplicação de estratégias de sustentabilidade que proporcionara tanto mais competitividade às empresas, quanto mais elas se disseminarem nas cadeias de valor, desde a produção de fibras até o varejo têxtil.

De acordo com Tachizawa (2003, p. 76) “as organizações que tomarem decisões estratégicas integradas à questão ambiental e ecológica conseguirão significativas vantagens competitivas”. Diante do crescimento da concorrência internacional e de novas exigências relacionadas às demandas de sustentabilidade, as empresas do setor têxtil buscam, por diferentes estratégias, sobreviver na nova economia do século 21. Mesmo assim, para que o setor têxtil brasileiro se adeque à nova economia mundial é preciso desenvolver novos modos de produção e de gestão, focando na sustentabilidade e inovação.

2. OBJETIVO

Criado na Década de 70, pela Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano (United Nations Conference On The Human Environment – UNCHE) realizada na Suécia na cidade de Estocolmo, de 5 a 16 de junho 1972, no intuito de sugerir que era possível conseguir um crescimento econômico sem destruir o meio ambiente, de forma a harmonizar o desenvolvimento humano com os limites impostos pela natureza. Oficialmente, o conceito de desenvolvimento sustentável foi consolidando em 1992 no Rio de Janeiro pela ECO-92.

Sustentabilidade é a habilidade de sustentar uma característica ou condição de um processo ou sistema, que permite a sua permanência. O termo “Sustentável” provém do latim sustentare (sustentar, favorecer, apoiar, cuidar). Em outras palavras, é capacidade de interagir com o mundo, preservando o meio ambiente para não comprometer os recursos naturais das futuras gerações.

O presente artigo utiliza pesquisa embasada em uma tese de Mestrado de Carla Cristina da C. P. Moraes, onde este se caracteriza como um estudo de caso em uma empresa de roupa íntima feminina de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, além de utilizar como fonte de pesquisa, a tradução de opiniões, conceitos baseados em pesquisas, livros didáticos, artigos acadêmicos e teses diversas sobre o assunto refletindo em particular do sistema da moda, as questões relativas à sustentabilidade, assim como o perfil do novo consumidor perante um dos paradigmas do século XXI. Destacando a implicação do desenvolvimento sustentável e da responsabilidade social, no consumo de produtos de moda têxtil.



ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

O impedimento se dá pelo fato de tratamento da moda: onde o produto não satisfaz apenas uma necessidade física, mas sim, cheio de atributos emocionais e com ciclo de vida limitado, fatores estes que, entre outros, só tendem a contribuir para o aumento de um consumo cada vez mais desenfreado e muitas vezes supérfluo. Gerando a implicações na indústria da moda onde obterão destaque aquelas empresas que se adaptarem a um perfil de consumo consciente.

Por fim, o objetivo direto deste artigo é abordar conteúdos de forma, a conscientizar a população não só sobre o conceito de sustentabilidade, mas sim, todas as possibilidades ofertadas pela Indústria Têxtil, para levar ao entendimento de todos, a interdependência entre as matérias-primas escolhidas até a transformação aos objetos que possam considerar integralmente sustentáveis.

3. METODOLOGIA

É complexo inserir a moda no contexto do desenvolvimento ambientalmente sustentável, no entanto se pensarmos que para que essa mudança aconteça, depende unicamente da cultura estabelecida e das idéias sociais, a moda pode rapidamente captar a direção.

A moda é também uma indústria cultural já que é responsável pela produção e comercialização de produtos que fazem parte de diversas culturas. É um sistema criativo que, por meio de estilistas e designers, gera novos símbolos e produtos. É um sistema de gestão que administra todo o processo para obter como resultado um produto tangível e distribuí-lo; e, é um sistema de comunicação que transmite determinados atributos e valores de um produto aos consumidores (NEVES; BRANCO; 2000).

Ainda hoje, a questão sustentabilidade é tratada como simplesmente uma estratégia de marketing e um meio de venda, resumida em etiquetas e pequenos slogans. Sem levar ao consumidor a conscientização do grande impacto ambiental e o consumo dos recursos não renováveis do planeta. A produção e a escolha da matéria prima são muito importantes, porem a fase de uso, lavar, passar e secar tem uma responsabilidade enorme sob a degradação do meio ambiente, desconhecida pela maioria dos consumidores. É importante relatar também, o pós-consumo, considerando o destino final dos vestuários após o seu descarte.

A indústria têxtil pode melhorar o sistema de produção inserindo métodos menos poluentes na fabricação de seus produtos, propagando novas idéias que desencadeie um novo modelo para o comportamento dos consumidores.

Não só no exterior como aqui no Brasil os grandes eventos de moda passaram a ter como tema a conscientização ecológica, a sustentabilidade, a preservação ambiental, a água, os povos das



ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

florestas, as árvores e outros assuntos relacionados às questões socioambientais (BERLIM, 2012, p. 65).

Para Aguiar et al (2010), a aquisição de produtos desnecessários estará fora de sintonia com o comportamento da nova sociedade.

O comportamento do consumidor é influenciado por diferentes variáveis. Como:

- Variáveis individuais (necessidades, motivações, atitudes, personalidade, imagem de si próprio, estilo de vida);
- Sociológicas e psicológicas (grupo, classe social, variáveis culturais, família);
- Atividades (trabalho, lazer, hábitos de compra);
- Interesses (valores pessoais e características que determinam as interações entre o indivíduo e o que o rodeia);
- E “Opiniões” (representações que os indivíduos fazem do seu ambiente social).

De fato, o consumo exagerado tende a tomar uma nova postura. Visto que grandes desafios desde o início do século XX, onde os questionamentos dos consumidores estão crescendo em busca de novos caminhos para o consumo consciente destes produtos.

O novo consumidor procura por uma vida mais saudável, com novos valores pessoais e comunitários, e busca pela utilização consciente dos recursos naturais para a preservação do meio ambiente (RECH; SOUZA, 2009).

Inconscientemente sabemos que ninguém chega a atender completamente suas motivações. Hoje em dia, as informações sobre o assunto sustentabilidade vêm ganhando espaço, obtendo como resultado consumidor mais informado, tornando-os mais exigentes e menos influenciável, virou moda viver e pensar de forma racional.

As empresas que encontram na ecologia o potencial para novas estratégias de mercado sabem que o novo reposicionamento perante as causas ambientais pode e deve ser visto como um investimento, tanto em curto prazo – pois as vantagens concorrenciais são evidentes, como em longo prazo – já que o investimento em criatividade agrega novas tecnologias que podem ser exclusivas ou únicas de determinadas marcas. (RECH; SOUZA, 2009, p.02).

É de fundamental importância que haja uma perfeita simbiose entre o consumidor e o produto de moda, para que o objetivo de um seja o resultado do outro, dando suporte a este novo padrão de consumo.

O Crescimento, a preocupação com a preservação do meio ambiente, neste processo passa a fazer parte não só do sistema da moda, como, o cuidado ao meio ambiente é questão de sobrevivência.



ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

A moda é o espelho da sociedade, certamente, o fato de compreender o consumidor, através dos reflexos da sociedade é um dos fatores mais importantes para a sobrevivência futura das indústrias de moda. (LIPOVETSKY, 1989).

4. METODOLOGIA DE ANÁLISE

A indústria é o setor de maior impacto ambiental e depende de muitos recursos, fiscalização dos processos na cadeia de produção e a mudança de paradigma desde o sistema de produção até ao consumidor.

Produzir moda e têxteis envolve uma das cadeias industriais mais longas e complicadas da indústria de transformação. O desafio será reduzir o consumo de energia, de água, de químicos tóxicos e minimizar a carga poluente dos efluentes (FLETCHER 2008).

O sistema de produção é um dos grandes vilões deste tema. A fervura alcalina ou desengomagem e o branqueamento para além de desperdiçarem muita água e energia, utilizam químicos como a soda cáustica, o hipoclorito de sódio, o peróxido de hidrogênio, que são difíceis de biodegradar e poluem os efluentes (idem). O tingimento é outro processo que envolve gastos energéticos e de água elevados e liberta substâncias poluentes, como químicos tóxicos, metais pesados, sal, entre outros.

A indústria têxtil e de confecção pode melhorar o sistema de produção inserindo métodos menos poluentes, o designer pode atuar como propagador de novas idéias para que se desencadeie um novo comportamento de consumo, e principalmente uma maior sensibilização e conscientização da população para que questionar a procedência e o destino do que é consumido em termos de vestuário.

Fundado em 1971, a DeMillus conquistou a liderança no mercado de lingerie no Brasil atendendo os diferentes biótipos femininos.

Todos gostariam de usar belas e confortáveis roupas e peças íntimas porém esquecemos que por trás deste prazeroso hábito de vestir, existe uma enorme cadeia têxtil, que emprega milhares de pessoas direta e indiretamente.

Partindo de fibras extraída da natureza ou produzida em laboratório, a DeMillus utiliza na fabricação de seus produtos mais de 20 tipos de técnicos diferenciados, como: Elastano, Microfibra elástica, Jérsei Microfibra, Tule Elástico, Cetinete, Algodão, Cotton elástico, Ultraleve, entre outros.

As peças desenhadas são concretizadas pela equipe de modelagem, viabilizadas pela engenharia e analisadas pelo controle de qualidade, permitindo a produção em série com ajuste perfeitos e de qualidade inigualáveis.

Hoje a DeMillus é uma empresa verticalizada. Isto é: produz 95% dos componentes necessários para a fabricação de seus produtos. Fabrica tecidos, rendas, elásticos, bordados e, também, acessórios, como: argolas e reguladores de plástico, lacinhos e colchetes de metal. Além de



ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

propiciar um ótimo preço final, a fabricação própria garante o controle sobre a qualidade dos produtos, como a combinação entre a tonalidade de tecidos e demais elementos de uma peça. A DeMillus obtêm melhores preços, qualidade em seus produtos e cores dos componentes e acessórios ficam sob o controle interno da empresa. Muitas outras áreas fazem parte desse processo como: Logística, Costura, PCP, Tinturaria, Compras, Tecelagem, Mecânica e Expedição.

Consciente dos problemas ambientais, a DeMillus faz a sua parte, não apenas pensando em seus produtos e toda a cadeia de produção, como também no meio ambiente. Toda água que a DeMillus consome na produção industrial de suas fábricas é tratada e reutilizada. Incluindo a água usada no complexo processo de tingimento de tecidos, fitas elásticas, rendas, bordados e meias.

A água também é usada para refrigerar os motores dos geradores, entrando a 95° C em uma máquina de absorção e saindo gelada. Esta água é usada no sistema de condicionamento dos setores de produção, obtendo resultados comprovados de maior redução do consumo de energia elétrica e aumentando a eficiência do sistema. São 20 milhões de litros de água por mês que retornam límpidos e dentro dos padrões ambientais definidos pela FEEMA (Fundação Estadual do Meio Ambiente).

Pela importância e seriedade desse procedimento, a DeMillus foi indicada pela FIRJAN (Federação das Indústrias do Rio de Janeiro), como modelo de empresa na reutilização de água em suas operações industriais.

A DeMillus realiza outro tipo muito especial de reciclagem. Nenhuma sobra de tecido vai para o lixo. Pequenos pedaços são transformados em polímeros, que, por sua vez, integrarão a composição de outros fios e tecidos. É uma cadeia que beneficia não só o meio ambiente, como a própria empresa, pois acaba por se traduzir em economia de materiais, por menor que seja.

Além disso, a DeMillus programou o sistema de coleta seletiva em todos os departamentos da empresa, por meio do qual é feita a separação do lixo orgânico, papéis e plásticos para reciclagem.

Pensando no conforto de seus funcionários, a DeMillus instalou na cobertura de sua unidade da Lobo Junior (Rio de Janeiro/ RJ) um telhado ecológico ou “telhado vivo”. O telhado ecológico consiste na aplicação e uso de vegetação sobre a cobertura de edificações com impermeabilização e drenagem adequadas. Esta técnica traz diversas melhorias ambientais e de conforto: isolamento térmico e acústico; limpeza do ar por filtragem; e proteção das lajes de cobertura dos raios ultravioleta e variações bruscas de temperatura, com conseqüente aumento da vida útil da estrutura.

Além dos ganhos ambientais destacados acima, como o tratamento de efluentes líquidos e reaproveitamento da água utilizada no tingimento de tecidos, a DeMillus também Investiu certa de R\$ 5,4 milhões na cogeração de energia a gás natural em 2013, segundo dados da ABEVD (Associação brasileira de empresas de vendas). A decisão pela aquisição dos geradores, teve por objetivo, reduzir os custos com energia, obter uma energia mais limpa em seu



ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

processo fabril, aumentar a segurança energética, sempre visando aumentar a sustentabilidade dentro da empresa.

Em entrevista a ABEVD (Associação brasileira de empresas de vendas diretas), Abdalla Haddad presidente da DeMillus, declarou que este projeto foi estudo durante 3 (três) anos e diz que recomenda para empresas com alta demanda de energia elétrica e necessidade de produção de vapor, como é o nosso caso da DeMillus, além de atendermos à demanda de energia elétrica da fábrica, este processo deixa de emitir 2,3 mil toneladas de CO₂ por ano, com a queima de óleo, já que os gases que saem a quase 500° C de temperatura, são direcionados a uma caldeira de recuperação, gerando vapor para os processos produtivos.

Atualmente, a empresa mantém um consumo de energia próximo a Zero, e mantém somente por segurança o contrato com a distribuidora de energia. Este projeto deu tão certo, que a DeMillus já está estudando a aplicação da planta de cogeração de energia na empresa.

Sempre atenta a crescimento mundial, a DeMillus veem trabalhando constantemente na inovação em seus recursos, no intuito de melhor sua produção a fim de transformá-la da melhor maneira possível uma empresa com o menor índice de conservação ambiental.

5. CONCLUSÃO

Este artigo procurou detectar a importância para melhorar o sistema de produção voltado ao setor têxtil, onde comprovamos que as indústrias podem inserir métodos menos poluentes nas indústrias têxtil, além de conscientizar a população para questionar a procedência e o destino do que é consumido em termos de vestuário. Neste sentido, os designers, engenheiros e outros profissionais da área podem propor novos produtos desenvolvidos com apelo ecológico, estimulando assim o consumo consciente e o desenvolvimento sustentável.

Todas as soluções sugeridas no presente artigo têm como objetivo demonstrar a importância da sustentabilidade neste contexto, para um futuro menos impactante nas dimensões ambientais e sociais.

Este trabalho consolida-se por meio da exploração da teoria, não pretendendo apresentar conclusões definitivas sobre o tema. Poderão ser desenvolvidos novos trabalhos, para identificar outras oportunidades e competências para a realidade do Setor Têxtil no Brasil, sobre aspectos específicos, ou o aprofundamento dos assuntos apresentados que adicionem novas reflexões sobre o campo da sustentabilidade empresarial.

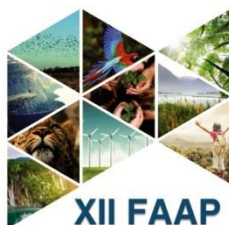
AGRADECIMENTOS

À Deus por nos dar saúde, força e sabedoria para superara as dificuldades do caminho até aqui.

A Faculdade Carlos Drummond de Andrade, seu corpo docente, que oportunizaram a janela que hoje vislumbramos.

Ao nosso orientador Dr. Cesar A. Della Piazza, pelo suporte e incentivos.

Aos nossos pais, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.



ANAIS DO FÓRUM AMBIENTAL DA ALTA PAULISTA

Sociedade, Meio Ambiente e Desenvolvimento

ANAP, Tupã/SP, Volume XII, 2016

ISBN 978-85-68242-22-3

CATEGORIA - ARTIGO COMPLETO

E a todos que diretamente ou indiretamente fizeram parte da nossa formação, seja através de um apoio a compreensão nos dias de estudo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Cristina Nunes de; MARTINS, Emanuelle; MATOS, Rodrigo Nunes. **A Importância do Consumo Consciente no Mercado de Moda**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, 2 a 6 de setembro de 2010. p. 01-12.

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

FLETCHER, K. (2008). **Sustainable Fashion & Textiles** – Design Journeys. UK: Eartscan,.

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

KELLER, Paulo Fernandes. **Globalização e mudanças na cadeia têxtil brasileira**. São Luiz: Edufma, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. 1989. **O Império do Efêmero: a Moda e seu destino nas sociedades modernas**. Alfragide, Portugal: Publicações Dom Quixote, 1989.

NEVES, Manuela; BRANCO; João. **A Previsão de Tendências para a Indústria do Vestuário**. Guimarães, Portugal: Editora TecMinho, 2000.

RECH, Sandra Regina; SOUZA, Renata, Karoline Rodrigues. **Ecoluxo e Sustentabilidade: um novo comportamento do consumidor**. In: XIX Seminário de Iniciação Científica. CEART: Udesc, 2009. p. 01-07.

SÓNIA ALEXANDRA RODRIGUES JESUS - **Dissertação para obtenção do grau de mestre em design de moda**, Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, 2011.

TACHIZAWA, Takeshy. **Metodologia da pesquisa aplicada à administração: a internet como instrumento de pesquisa**. Rio de Janeiro: Pontal, 2003.