



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS POLÍTICAS E JURÍDICAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

**IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL COMO NOVA FONTE
ALTERNATIVA NO CONTEXTO DA MODA BRASILEIRA: UM ESTUDO DE
CASO DA EMPRESA OSKLEN**

RENATA CAMPOS LEAL

RIO DE JANEIRO, RJ - BRASIL
JULHO DE 2023

RENATA CAMPOS LEAL

**IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL COMO NOVA FONTE
ALTERNATIVA NO CONTEXTO DA MODA BRASILEIRA: UM ESTUDO DE
CASO DA EMPRESA OSKLEN**

Monografia apresentada à Escola de
Administração da Universidade Federal do Estado
do Rio de Janeiro (UNIRIO) para obtenção do
título de Bacharel em Administração Pública.

Orientador

Julio Cesar Silva Macedo

RIO DE JANEIRO, RJ - BRASIL

JULHO DE 2023

Catálogo informatizado pelo autor

A Ficha catalográfica deve ser obtida em

**IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL COMO NOVA FONTE
ALTERNATIVA NO CONTEXTO DA MODA BRASILEIRA: UM ESTUDO DE
CASO DA EMPRESA OSKLEN**

RENATA CAMPOS LEAL

Monografia apresentada à Escola de Administração
da Universidade Federal do Estado do Rio de
Janeiro (UNIRIO) para obtenção do título de
Bacharel em Administração Pública.

Aprovado por:

JULIO CESAR SILVA MACEDO (UNIRIO)

ANA LUIZA SZUCHMACHER VERISSIMO LOPES (UNIRIO)

ARTUR LUIZ SANTANA MOREIRA (UNIRIO)

RIO DE JANEIRO, RJ - BRASIL

JULHO DE 2023

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por iluminar meus caminhos e me dar forças nas horas difíceis. Agradeço a luz e a benção que me concedeu durante toda essa trajetória.

Agradeço a minha família, que é a minha base. Aos meus pais que sempre lutaram por mim, e acreditaram no meu potencial. Vocês nunca duvidaram, e me fizeram chegar aonde estou hoje. Às minhas irmãs, que são minhas melhores amigas, e que sempre estiveram a todo tempo por mim, me incentivando e me encorajando a sempre dar o meu melhor. Vocês são essenciais na minha vida, e são parte da minha história. Agradeço ainda aos meus cunhados, Sandro Rocha e Giuliano Sobral, que vieram para somar no meu crescimento. Obrigada por sempre terem me aconselhado, me acolhido e por terem me feito mais feliz. Aos meus sobrinhos, Lucas e Sofia, vocês são os amores da minha vida, ter vocês nesse mundo com certeza me incentivam sempre a lutar pelos meus sonhos, pois profissionais melhores, fazem um mundo melhor para as novas gerações, e eu quero um mundo lindo para vocês.

Agradeço imensamente aos meus melhores amigos, Robertta Freire e Woodson Cordeiro, que também são parte da minha família. Obrigada por todos os momentos em que vocês me deram palavras de força, e em que me abraçaram com amor. Vocês são muito importantes em toda a minha vivência, e sou muito feliz por saber que estaremos juntos para sempre, apoiando e sendo uma fortaleza para o outro, independentemente do que aconteça.

Sou grata aos amigos que fiz durante esse período. Gostaria de dizer que não esperava criar laços tão fortes com pessoas dentro da Universidade, vocês me fizeram acreditar que não precisa ser de infância para caber também no coração e para levar para a vida.

Um agradecimento especial a minha amiga, Danielle Gomes, que literalmente atravessou comigo esse caminho. Foram muitos trabalhos, provas, risadas e choros compartilhados, mas você me mostrou que tudo pode ser um pouco mais leve quando a gente divide um pouco da gente com o outro. Eu amei dividir esses anos com você, obrigada por ter me incentivado desde sempre.

Sou grata ao Professor Julio Macedo, que me auxiliou neste presente trabalho e nunca duvidou do meu potencial. Saiba professor, que você é uma pessoa muito especial, e eu só desejo um caminho de muitas realizações para você. Obrigada por ter topado essa caminhada comigo.

Agradeço ainda a instituição UNIRIO, e a todos os seus professores e funcionários que fizeram esse momento ser real. Sem vocês nada disso seria possível. Obrigada por compartilhar toda sabedoria conosco, alunos. Serei eternamente grata por ter conhecido cada um de vocês e estudado nesta Instituição. Carregarei o nome da UNIRIO por onde quer que eu vá.

RESUMO

A inovação sustentável surge como uma abordagem promissora para mitigar os impactos negativos da indústria da moda no meio ambiente, como a emissão de gases de efeito estufa, a geração de resíduos nocivos à saúde humana e o intenso consumo de água em suas produções. Nesse contexto, o estudo de caso da empresa Osklen, reconhecida por seu pioneirismo em moda sustentável no Brasil, proporciona uma análise aprofundada das práticas ambientais adotadas pela empresa. A pesquisa envolveu a coleta de dados por meio de entrevista, análise de documentos e relatórios, e estudo das estratégias implementadas pela Osklen. Os resultados revelaram que a marca tem adotado diversas práticas sustentáveis em suas operações, incluindo o uso de materiais ecológicos, a implementação de processos de produção mais eficientes e a promoção do comércio justo. Além disso, a inovação sustentável tem sido um diferencial competitivo para a empresa, proporcionando benefícios tanto em termos de imagem da marca quanto em aspectos econômicos, ambientais e sociais, que são os pilares da sustentabilidade. Além disso, é fundamental destacar o papel dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e da política pública brasileira no contexto da moda sustentável. O ODS 8 - Trabalho Decente e Crescimento Econômico, ODS 12 - Consumo e Produção Sustentáveis e o ODS 15 - Vida Terrestre, orientam as ações globais para a adoção de práticas de produção responsáveis e a preservação dos ecossistemas alinhados aos objetivos da empresa Osklen. Esse estudo contribui para a compreensão do papel da inovação sustentável na indústria da moda brasileira, destacando a importância de práticas ambientais e estratégias inovadoras para enfrentar os desafios socioambientais enfrentados pelo setor. Os resultados observados podem servir de referência para outras empresas do ramo que desejam adotar abordagens mais sustentáveis em suas operações. Portanto, ressalta-se a necessidade de um maior engajamento e colaboração entre empresas, consumidores e governos para promover a inovação sustentável e transformar a indústria da moda brasileira em uma fonte alternativa mais consciente e responsável.

Palavras-chave: moda sustentável; inovação; ODS; Osklen.

ABSTRACT

Sustainable innovation emerges as a promising approach to mitigate the negative impacts of the fashion industry on the environment, such as the emission of greenhouse gases, the generation of waste harmful to human health and the intense water consumption in its productions. In this context, the case study of the Osklen company, recognized for its pioneering role in sustainable fashion in Brazil, provides an in-depth analysis of the environmental practices adopted by the company. The research involved data collection through interviews, analysis of documents and reports, and study of the strategies implemented by Osklen. The results revealed that the brand has adopted several sustainable practices in its operations, including the use of eco-friendly materials, the implementation of more efficient production processes, and the promotion of fair trade. Moreover, sustainable innovation has been a competitive differential for the company, providing benefits both in terms of brand image and in economic, environmental, and social aspects, which are the pillars of sustainability. Furthermore, it is fundamental to highlight the role of the Sustainable Development Goals (ODSs) and the Brazilian public policy in the context of sustainable fashion. ODS 8 - Decent Work and Economic Growth, ODS 12 - Sustainable Consumption and Production and ODS 15 - Earth Life, guide global actions for the adoption of responsible production practices and the preservation of ecosystems aligned with the objectives of the Osklen company. This study contributes to the understanding of the role of sustainable innovation in the Brazilian fashion industry, highlighting the importance of environmental practices and innovative strategies to address the socio-environmental challenges faced by the industry. The results observed can serve as a reference for other companies in the industry that wish to adopt more sustainable approaches in their operations. Therefore, we highlight the need for greater engagement and collaboration among companies, consumers, and governments to promote sustainable innovation and transform the Brazilian fashion industry into a more conscious and responsible alternative source.

Keywords: sustainable fashion; innovation; ODS; Osklen.

SUMÁRIO

SUMÁRIO	9
1 INTRODUÇÃO	13
1.1 CARACTERIZAÇÃO E IMPORTÂNCIA DO TEMA	13
1.2 OBJETIVOS	14
1.2.1 Objetivo Principal.....	14
1.2.2 Objetivos Intermediários.....	14
1.3 ORGANIZAÇÃO DO TEXTO	14
2 REVISÃO DA LITERATURA	15
2.1 INDUSTRIALIZAÇÃO DA MODA TÊXTIL: CONTEXTO BRASILEIRO	15
2.2 A MODA QUE GERA MAIS QUE TENDÊNCIAS: POLUENTES	18
2.3 SUSTENTABILIDADE: O OLHAR DA ESPERANÇA	23
2.4 O PAPEL DO GOVERNO PARA O ALCANCE DO FUTURO SUSTENTÁVEL	27
3 MÉTODO DE PESQUISA	31
3.1 ABORDAGEM	31
3.2 FINALIDADE DA PESQUISA	31
3.3 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA	32
3.4 SUJEITOS DA PESQUISA	32
3.5 COLETA DE DADOS	33
3.6 TRATAMENTO E ANÁLISE DE DOS RESULTADOS	33
3.7 LIMITAÇÕES DO MÉTODO	34
4 ESTUDO DE CASO	35
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	42
5.1 CARACTERIZAÇÃO DO RESPONDENTE	42
5.2 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	42
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55

8	APÊNDICE	63
8.1	APÊNDICE 1 - ROTEIRO DA ENTREVISTA.....	63

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Participação % dos estabelecimentos industriais de roupas masculinas e femininas na classe “Vestuário, calçados e artefatos de tecido”. Censos Industriais IBGE. Brasil. 1920 – 1980.....	18
Figura 1 – Luxo e/ou Lixo.....	19
Figura 2 – Economia Circular.....	20
Figura 3 – Qual o Tamanho do Desperdício.....	21
Figura 4 – Cemitério Têxtil no Deserto do Atacama.....	21
Figura 5 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: ODS 6, ODS 8, ODS 12 e ODS 15.....	24
Figura 6 - Desperdício de Água na Produção de Camiseta de Algodão.....	24
Figura 7 - O Impacto Ambiental dos Têxteis.....	25
Figura 8 - Projeção dos Impactos Negativos da Indústria Têxtil para 2050.....	26
Figura 9 - Linha do Tempo com as Principais Ações da Osklen.....	36
Figura 10 - Projetos do Instituto-e.....	38
Figura 11 - Acessórios feito com Couro de Pirarucu.....	39
Figura 12 - Roupas Produzidas por Algodão Reciclado.....	43
Figura 13 - Quantidade de Uso de Algodão Reciclado ao Ano.....	44
Figura 14 - Reciclabilidade do PET.....	44
Figura 15 - Produtos feitos com Juta Amazônica.....	45
Figura 16 - Impacto da Utilização do Cânhamo.....	45
Figura 17 - Black Edition.....	48
Figura 18 - Canecas e Copos Reutilizáveis Osklen.....	49

Figura 19 - Compromissos de Sustentabilidade até 2030.....	50
--	----

1 INTRODUÇÃO

1.1 CARACTERIZAÇÃO E IMPORTÂNCIA DO TEMA

A industrialização no Brasil teve início por meio da indústria têxtil, substituindo as técnicas artesanais previamente utilizadas (Prado, 2019). A partir da década de 1990, a indústria da moda passou a adotar efetivamente práticas sustentáveis, com o objetivo de reduzir a poluição ambiental, as emissões de carbono e o desperdício de tecidos (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

A sustentabilidade tornou-se um tema cada vez mais frequente nas gestões e estratégias das empresas do setor de moda no Brasil, devido à sua notória posição como uma das indústrias mais poluentes do mundo. O consumo nesse contexto equivale a quase 500 bilhões de dólares desperdiçados anualmente em roupas descartadas em aterros sanitários, com pouquíssimas vezes sendo recicladas (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

No contexto mencionado, uma das principais tendências observadas é a crescente adoção da economia circular, que se baseia nos princípios de reduzir, reciclar e reutilizar, em contraposição ao modelo anteriormente adotado, que se baseava na extração, transformação, utilização e descarte (Esposito et al., 2018). Essa abordagem promove a contínua reutilização de materiais e busca o máximo aproveitamento do potencial produtivo, orientado por fontes renováveis (MacArthur, 2013).

Nesse contexto que surge a empresa Osklen, marca de moda carioca reconhecida pelas práticas sustentáveis, fundada em 1989, que utiliza do conceito ASAP (As Sustainable as Possible). A marca é apresentada como referência em moda e sustentabilidade (Sá, 2009) e uma das pioneiras em trazer as discussões ambientalistas, utilizando tecidos orgânicos em suas coleções (Tenório, 2010). A escolha da marca representa um estudo mais aprofundado das práticas utilizadas correlacionando-as com a importância desta inovação no contexto da moda brasileira, entendendo as políticas de incentivo envolvidas, as suas práticas ambientais, os seus projetos de conservação, e as suas estratégias para ser vista como referência no mercado da moda sustentável. Portanto, a partir da problemática apresentada, a pesquisa busca responder à seguinte questão de pesquisa: “Qual a importância e os impactos da inovação sustentável na moda brasileira?”

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Principal

Analisar a importância da inovação sustentável como nova fonte de alternativa no contexto da moda brasileira correlacionando o estudo de caso da empresa Osklen.

1.2.2 Objetivos Intermediários

Os objetivos intermediários estão correlacionados com o objetivo principal e foram construídos com o intuito de alcançar o objetivo principal da pesquisa (VERGARA, 2008). Dessa forma foram pensados como objetivos intermediários para este trabalho:

- Inserção do contexto da industrialização da moda e suas origens no panorama brasileiro;
- Análise dos impactos negativos da produção exacerbada na indústria têxtil;
- Identificação das políticas de incentivos ambientais associadas as práticas sustentáveis;
- Compreensão das ações da empresa Osklen para com a economia circular (reduzir, reciclar, reutilizar).

1.3 ORGANIZAÇÃO DO TEXTO

O presente trabalho segue uma organização em capítulos, incluindo a introdução, a revisão de literatura, a metodologia, o estudo de caso, os resultados e discussões e as considerações finais. No capítulo II, é realizada uma abrangente revisão de literatura, explorando o contexto da indústria da moda, desde sua origem até se tornar uma das indústrias mais poluentes do mundo, além da importância do viés sustentável para combater esses impactos negativos. No capítulo III descreve-se em detalhes o processo de pesquisa, desde a coleta de dados até a interpretação dos resultados. No IV, apresenta-se o estudo de caso da empresa Osklen, fornecendo uma visão abrangente de sua trajetória, práticas adotadas e sua visão sobre a importância da sustentabilidade no mercado. Já no V, dedicado aos resultados e discussões, é proporcionado uma análise aprofundada do tema, onde se explora a importância da inovação sustentável como uma alternativa na moda brasileira, com base no estudo de caso e na entrevista realizada. Por fim, as considerações finais reúnem as principais conclusões do estudo, destacando as contribuições da pesquisa e sugerindo possibilidades de aprofundamento futuro. Essa seção proporciona uma visão abrangente do trabalho realizado.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 INDUSTRIALIZAÇÃO DA MODA TÊXTIL: CONTEXTO BRASILEIRO

A indústria da moda brasileira se originou durante o Renascimento europeu e foi particularmente influenciada pela moda francesa. Inicialmente, o setor cresceu lentamente, mas cresceu significativamente a partir do século XIX (SOUZA, 1987) A indústria do vestuário é frequentemente associada à Revolução Industrial (1780-1840), pois a produção têxtil foi uma das primeiras indústrias a se desenvolver nesse período. No entanto, como aponta Hobsbawm (1978), ainda havia muitas atividades que empregavam métodos manuais, o que fez com que a mecanização dos sistemas de produção não fosse um fator central na produção têxtil durante a Revolução Industrial. Embora a produção têxtil tenha se beneficiado do uso de máquinas e tecnologias mais avançadas, ainda é necessário muito trabalho manual na fabricação de roupas e outros produtos têxteis.

Em contraste, o comércio de roupas tornou-se uma das maiores fontes de emprego durante a Revolução Industrial, especialmente na Grã-Bretanha. Em 1851, a indústria têxtil era a maior empregadora do país, empregando aproximadamente 30% da mão de obra industrial. A produção em massa de roupas também disponibilizou roupas de qualidade para mais pessoas a preços mais acessíveis, o que ajudou a estimular ainda mais o crescimento da indústria (GODLEY, 1997).

No início do século XIX, a produção de roupas ainda era em grande parte manual e a transição para a produção industrial era lenta. Mas em 1850 ocorreu outra grande mudança: a introdução da máquina de costura e a difusão dos moldes de vestuário, permitindo que as oficinas de costura produzissem roupas prontas para venda, como peças de trabalho. A Revolução Industrial trouxe grandes avanços na indústria têxtil, e a aplicação de processos mecânicos tornou a produção mais rápida e eficiente. Isso tem implicações para a alfaiataria doméstica e industrial, com a última se beneficiando em particular. Com a aplicação de máquinas e processos mecânicos, as operações tornaram-se mais simples, aumentaram a carga de trabalho e permitiram a produção em massa, reduzindo assim o custo de produção e tornando o vestuário mais acessível à população em geral (HOBBSAWM, 2007).

A produção no Brasil ocorreu durante o ciclo do café de 1800 a 1929, quando as monoculturas latifundiárias começaram a declinar devido à Grande Crise nos Estados Unidos. A moda, que

chegava ao Brasil pelos portos de Santos e Rio de Janeiro, estava interessada em atender os segmentos privilegiados da sociedade, como os proprietários rurais e a burguesia, que viam na moda uma forma de demonstrar seus status (MONTELEONE, 2013).

Modistas do Rio de Janeiro constroem figurinos para ajudar as brasileiras a escolherem os trajes para os eventos da corte de D. Pedro II. Isso gerou muita discussão sobre a estatura política e riqueza dos envolvidos. Dessa forma, com um interesse crescente pelo status social, a indústria da moda brasileira continuou a se expandir, de modo que, entre 1850 e 1869, 68% das exportações europeias para o país eram de algodão e outros tecidos, respondendo por quase 70% dos negócios (MALERONKA, 2007).

A produção em massa de roupas simples foi intensificada a partir de 1871, com a introdução de coleções periódicas e confecções regulares de roupas, já que a disseminação de máquinas levou a um rápido declínio nos preços das roupas e à expansão das operações dos vestuários, sendo cada vez mais ordinário o lançamento de novas coleções a cada temporada (MONTELEONE, 2013). Esse modelo de negócio estimula o consumo, mas também cria barreiras, pois as roupas são cada vez mais descartáveis.

Porém, de olho na expansão e rentabilidade, a simplificação das peças facilitou a industrialização e transformação do vestuário feminino, que se tornou um processo cada vez mais crescente. Durante a Grande Crise de 1929, casas de alta costura antes exclusivas começaram a vender seus moldes como uma tática para sobreviver no mercado, tornando a moda mais acessível e inclusiva. Essa democratização do consumo de moda teve um grande impacto no setor, tornando-o mais rentável e com demanda crescente (PINHO, 1959). A partir dessa época, percebem-se as tendências dos desejos de consumo, principalmente feminino, com itens lançados em determinadas épocas do ano e desatualizados em seguida, mostrando que a moda é definida assim, pela sazonalidade.

Com o decorrer do tempo, pode-se analisar que esse período se torna cada vez mais curto, fazendo com que haja uma estratégia de venda em que as peças são vendidas a preços mais altos, e no final da temporada são vendidas com descontos, de tal forma que cubra os custos e ocorra uma “queima” de estoque (BREWARD, 2003).

De fato, a maior reviravolta para a indústria da moda brasileira aconteceu após a Segunda Guerra Mundial, quando os fabricantes nacionais começaram a produzir peças de tecidos de alta qualidade, que poderiam rivalizar com os importados. O Estado de São Paulo tornou-se um importante polo da indústria de roupas femininas prontas, trazendo mais um significativo setor de trabalho para o Brasil. Visto isso, a mudança permitiu que o país se tornasse mais

autossuficiente na produção de vestuário, reduzindo a dependência de importações e estimulando o crescimento econômico. Conseqüente, a moda brasileira começou a ganhar destaque no cenário internacional, com designers e marcas locais conquistando reconhecimento e prestígio (MARTARELI, 2013).

À medida que a demanda por vestuário continua a crescer, os empresários locais ganham confiança e liberdade para implementar estratégias eficazes de distribuição e produção. Como a indústria da moda brasileira cresceu em tamanho e escopo, a exportação tornou-se uma parte importante das operações normais da fábrica. Com a capacidade de produzir roupas de qualidade comparável às importadas, os fabricantes brasileiros são capazes de competir com sucesso nos mercados internacionais, ajudando o país a se tornar um importante player no cenário da moda global. Essa evolução ajudou a movimentar a economia brasileira, gerando empregos e atraindo investimentos estrangeiros para o setor (STEIN, 1979).

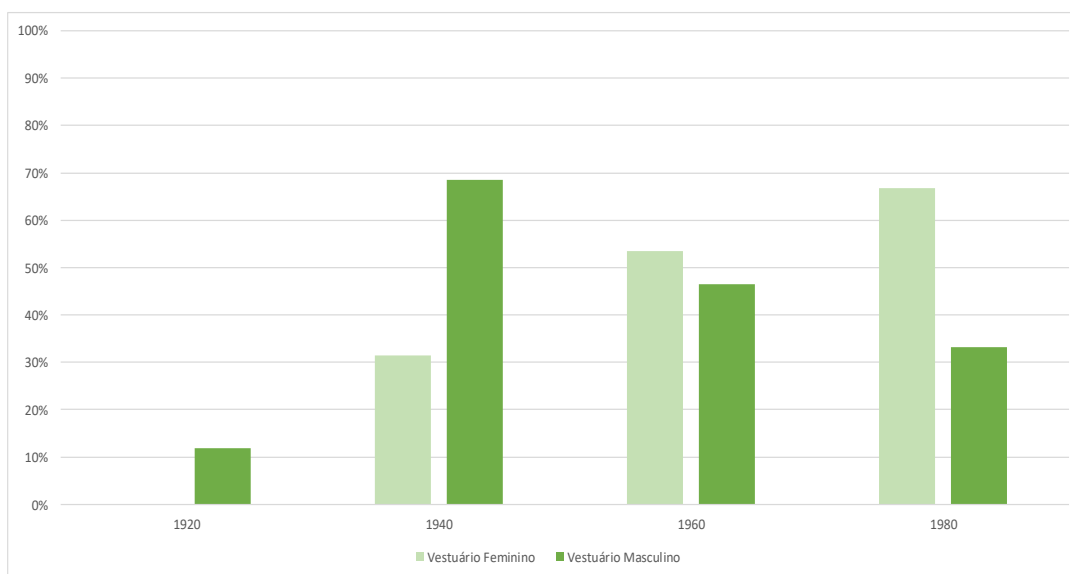
Durante o ano de 1943, houve uma elevada demanda por tecidos no mercado interno, o que resultou em um aumento sistemático dos preços e, eventualmente, em um desabastecimento. Nesse contexto, diante da crescente intervenção governamental na economia da época, o governo brasileiro optou por impor limites na produção de tecidos de cada fábrica, reservando 10% da produção para o controle de preços. Essa medida foi implementada com o objetivo de combater a inflação e assegurar o abastecimento do mercado interno. No entanto, essa restrição teve um impacto significativo na indústria da moda brasileira, uma vez que essa indústria dependia da disponibilidade de tecidos para a fabricação de suas roupas. Como resultado, os empresários do setor manifestaram seu descontentamento, argumentando que a limitação na produção de tecidos prejudicava a competitividade da indústria brasileira no mercado internacional (SUZIGAN, 1984).

No entanto, a limitação na produção de tecidos também teve um impacto positivo, pois incentivou a diversificação da produção de tecidos no Brasil, já que as fábricas passaram a investir em novos tipos de tecidos para atender a demanda do mercado interno. Dessa forma, o Brasil aproveitou essa oportunidade e conseguiu aumentar suas exportações em 15 vezes, tornando-se o segundo maior produtor têxtil do mundo durante essa época (FUJITA, JORENT, 2015).

Além disso, a disponibilidade de novas tecnologias e métodos de produção em massa também pode ter contribuído para o crescimento da indústria de vestuário feminino. A produção em série de roupas femininas tornou-se mais eficiente e econômica, permitindo que mais empresas entrassem no mercado e aumentassem sua participação no setor. Em resumo, os dados dos

censos industriais do IBGE mostram que a indústria de vestuário feminino cresceu significativamente no Brasil ao longo das décadas, principalmente quando se compara os dados de 1980 com os dados de 1920, especialmente em São Paulo, refletindo mudanças sociais, culturais e tecnológicas que afetaram o mercado de roupas femininas, e da moda em um contexto geral (CENSOS INDUSTRIAIS, IBGE).

Gráfico 1 - Participação % dos estabelecimentos industriais de roupas masculinas e femininas na classe “Vestuário, calçados e artefatos de tecido”. Censos Industriais IBGE. Brasil. 1920 – 1980.



Fonte: Censos Industriais do IBGE. Brasil de 1920, 1940, 1960, 1980. Adaptado pelo autor.

Os percentuais por gênero sobre a classificação equivalem a: vestuário masculino: 1920 = 11,80%; 1940 = 54,42%; 1960 = 46,54%; 1980 = 33,20%. Vestuário feminino: 1920 = 0%; 1940 = 31,52%; 1960 = 53,45%; 1980 = 66,79%.

2.2 A MODA QUE GERA MAIS QUE TENDÊNCIAS: POLUENTES

Como visto anteriormente, a indústria Têxtil sempre desempenhou um papel econômico fundamental ao longo da história de crescimento da civilização, contribuindo frequentemente para o desenvolvimento social e econômico das sociedades. Dada a sua importância, investimentos são feitos continuamente para aprimoração desse setor. Sendo assim, nos últimos 10 anos, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), o mercado têxtil global tem sido uma história de sucesso econômico atípico, com uma taxa anual de crescimento significativa, possuindo faturamento de mais de 190 bilhões de dólares em 2021, sendo nacionalmente a maior cadeia têxtil completa do Ocidente.

No entanto, esse crescimento também é sinônimo de inconsciência sustentável, já que a geração de resíduos desnecessários é expressiva. Para Lars Svendsen, filósofo norueguês, ser moderno torna-se semelhante ao ser novo, fazendo com que haja uma reflexão acerca da pós-modernidade, onde a inovação torna-se ator principal no cenário da moda, onde aparece aparentemente esgotadas, precisando ser renovada, apelando-se para a provocação da ideia do novo com o objetivo de estimar o consumo. Sendo assim:

A natureza da moda é ser transitória. Há [...] uma busca constante de originalidade. Nesse sentido, ela se aproximou cada vez mais de uma realização de sua essência, já que seus ciclos se tornaram cada vez mais curtos, deixando de durar uma década como no século XIX [...]. Com a velocidade cada vez maior da reciclagem, chegamos a um ponto em que a moda aboliu a própria lógica da substituição pela suplementação [...]. Em vez disso, o velho e o novo – ou melhor, talvez, o velho e o velho – existem lado a lado.

Figura 1 – Luxo e/ou Lixo



Fonte: The New York Times. 2023.

O sistema é alimentado pela promessa de renovação trazida pela última tendência de moda, mesmo que não haja mais tendências. A imprensa alimenta a nova temporada de lançamentos, mesmo que um item seja apenas novo e não apresente características distintas dos demais. Consequentemente, a indústria da moda é extremamente poluente porque se baseia no princípio de criar uma aceleração na obsolescência dos produtos, substituindo-os rapidamente por novas fontes de desejo, conhecido como "fast fashion" (THE GOOD TRADE, 2020). A tendência da atualidade é o "ready to wear" onde as roupas são cada vez mais descartáveis e toneladas de peças são descartadas anualmente, sendo utilizadas uma média de apenas 6 vezes (BROWN, 2010), e que utilizamos apenas metade do que contém no armário (CARVALHAL, 2016). Por esse motivo, uma solução é a adoção da economia circular já que o reaproveitamento é

consistente na prática, priorizando insumos mais duráveis, recicláveis e renováveis (THE GOOD TRADE, 2020).

Figura 2 - Economia Circular

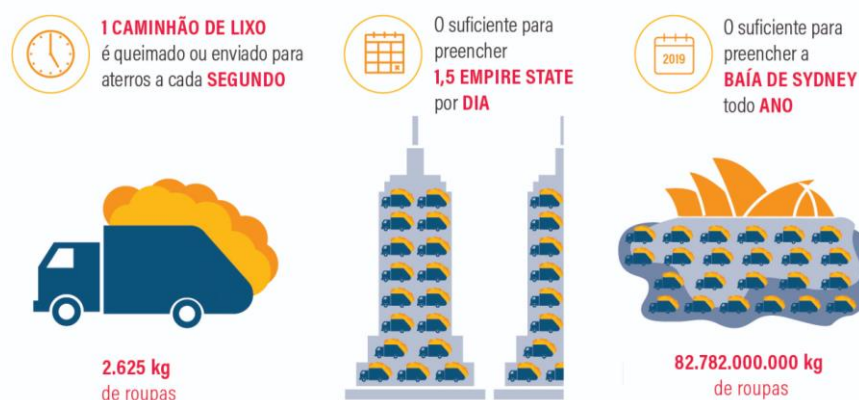


Fonte: GBC Brasil. 2019

Portanto, é importante destacar que a indústria têxtil gera uma grande quantidade de matérias não sustentáveis, como efluentes líquidos, além dos resíduos sólidos. Mais de 150 litros de água são necessários para produzir um quilo de tecido, sendo que cerca de 88% desse volume é descartado (LEÃO, 2002). Além disso, Navachi (2002) já alertava que o processo de tingimento de peças de roupa consome uma quantidade significativa de água, devido ao uso de insumos químicos e corantes. Esses resíduos provenientes da indústria têxtil incluem elementos físicos, químicos e biológicos que são eliminados das peças durante as etapas de lavagem e tingimento possuem propriedades tóxicas e, quando sua disposição final não é adequada, causam impactos ambientais significativos (HASSEMER, 2006). Ademais, no início do ciclo de produção da indústria têxtil, há a participação de agroindústrias que utilizam pesticidas para o cultivo de fibras. Nesse sentido, seria importante considerar alternativas mais sustentáveis, como o uso de meios biológicos para o controle de pragas ou fibras geneticamente modificadas. É fundamental levar em conta esses impactos ambientais na indústria têxtil, como ressalta Ellen Macarthur (2017).

Figura 3 - Qual o Tamanho do Desperdício?

ROUPAS: QUAL O TAMANHO DO DESPERDÍCIO?



Fonte: Ellen MacArthur Foundation. 2017

Posto isso, ao analisarmos a poluição, constatamos que a indústria da moda figura como uma das principais causadoras em escala global. Isso se deve ao fato de que os materiais empregados na produção dos tecidos têm um impacto direto no aumento do consumo de água, conforme mencionado anteriormente, na emissão de gases do efeito estufa, na degradação do solo, no acúmulo de resíduos em aterros, entre outros fatores. Portanto, calcula-se que cerca de 300 milhões de toneladas de roupas são produzidas anualmente, mas apenas 10% desse total é reciclado (FLETCHER, 2011).

Figura 4 - Cemitério Têxtil no Deserto do Atacama



Fonte: BBC. 2022

Os tecidos representam cerca de 7,7% do total de resíduos sólidos descartados em aterros sanitários. É importante destacar que fibras sintéticas como o poliéster, por exemplo, não são biodegradáveis e podem levar mais de 400 anos para se decompor completamente no meio ambiente (MONTEIRO, 2020). Outro fator preocupante é que a cada segundo, um caminhão

de lixo carregado de tecidos é descartado em aterros sanitários ou incinerado. De acordo com estatísticas, cerca de 87% desses resíduos são destinados a esses locais, demonstrando uma falta de preocupação com o desperdício. Além disso, estima-se que cerca de 500 bilhões de dólares são perdidos a cada ano devido a roupas que são pouco utilizadas ou não utilizadas, de acordo com Ellen Macarthur (2017). Diante desse cenário, o consumo sustentável de roupas está ganhando cada vez mais destaque em todo o mundo.

É possível notar que qualquer atividade humana causa algum grau de impacto ambiental negativo. Então, de acordo com o artigo 1º da Resolução nº 001 do Conama, os impactos ambientais são definidos como alterações nas características físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, resultantes do uso de materiais ou energia pelas atividades humanas, e que afetam a qualidade dos recursos naturais. Nesse cenário, Ellen Macarthur (2017) as marcas estão sendo incentivadas a repensar seus métodos de produção e a mudar a mentalidade em relação ao conceito de que as roupas são descartáveis. Isso porque a produção em escala global faz com que o setor têxtil seja responsável pela emissão de mais de 1,2 bilhões de toneladas de gases de efeito estufa por ano, ultrapassando as emissões do setor marítimo e da aviação comercial.

É evidente que a Indústria Têxtil Brasileira desempenha um papel significativo na economia nacional, uma vez que o Brasil é atualmente o quarto maior produtor de malharia mundial, demonstrando claramente as inúmeras oportunidades de empregabilidade oferecidas por esse setor. A indústria têxtil tem um impacto positivo e expressivo na economia do país, sendo assim, para garantir o desenvolvimento contínuo desse setor-chave com benefícios econômicos e sociais, é fundamental investir em ações estratégicas como inovação, capacitação de mão de obra e políticas públicas adequadas para impulsionar ainda mais o potencial dessa indústria no Brasil que ainda enfrenta desafios para se manter competitiva e sustentável.

Somente assim poderemos garantir um futuro próspero e sustentável para a indústria têxtil no Brasil, com benefícios para toda a sociedade. O setor têxtil é um dos principais motores da economia brasileira, e é fundamental promover seu crescimento e desenvolvimento. Portanto, é necessário valorizar, incentivar e apoiar essa indústria, reconhecendo sua importância e trabalhando para superar os desafios e aproveitar ao máximo seu potencial de crescimento.

2.3 SUSTENTABILIDADE: O OLHAR DA ESPERANÇA

No século XXI, um discurso contemporâneo sobre sustentabilidade tem se destacado, despertando um crescente interesse pelo emprego de materiais têxteis biodegradáveis na indústria da moda. Atualmente, a ênfase recai mais na inovação do que na própria vestimenta, resultando na percepção da roupa como uma mercadoria de curta vida útil, prontamente descartável (MORAES, 2016). Porém, em oposição ao "fast fashion", surgiu o movimento "slow fashion", originário e criado por Fuad-Luke (2010), do qual incentiva o consumo consciente, a valorização de produtores locais e a produção de peças com alta qualidade e durabilidade, com o intuito de combater a produção em massa de roupas descartáveis, que gera um volume crescente de resíduos.

Somando-se a este pensamento, com o objetivo de reduzir a geração de resíduos tóxicos e o consumo excessivo de recursos naturais, muitas empresas estão adaptando seus processos de produção para utilizar menos energia, água e substâncias químicas prejudiciais ao meio ambiente e à saúde (SANTOS, 2007). Dessa forma, para alcançar esse objetivo, busca-se cada vez mais produtos biodegradáveis feitos de matérias-primas renováveis com baixo consumo de água (PNUD, 2015), tecidos biodegradáveis fabricados principalmente a partir de fibras naturais derivadas de fontes vegetais ou animais, ou então de fibras sintéticas quimicamente modificadas que possuem capacidade de degradação acelerada (ARAÚJO et al., 2014). Visto isso, com essa crescente preocupação mundial em relação à crise ambiental e o consumismo exacerbado, governos, organizações públicas e privadas, designers, entre outros, estão cada vez mais cientes da importância desse desenvolvimento sustentável.

Contudo, a promoção de padrões sustentáveis de produção e consumo é um dos grandes desafios mundiais, alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela ONU, de acordo com seu site. Dessa forma, em consenso com o explicitado, a Agenda 2030 da ONU apresenta desafios compartilhados com a indústria têxtil, que possuem como objetivo o equilíbrio dos três pilares da sustentabilidade, solucionando questões sociais, econômicas e ambientais (PNUD, 2015). Uma das metas estabelecidas para 2030 é a significativa redução da produção de resíduos por meio de ações como a prevenção, diminuição, reciclagem e reutilização, em alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. (DANTAS et al., 2019).

Seguindo esse raciocínio, a indústria da moda possui uma relação direta ou indireta com pelo menos quatro dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), destacando-se o ODS 6

que trata da questão de água potável e saneamento; ODS 8, do qual está alinhada com o trabalho decente e crescimento econômico; o ODS 12, que propõe um consumo e produção responsável; e o ODS 15, que trata da preservação da vida sobre a terra (PNUD, 2015).

Figura 5 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: ODS 6, ODS 8, ODS 12 e ODS 15



Fonte: Nações Unidas Brasil. 2015

A escassez de água é uma das principais preocupações da indústria têxtil e está diretamente relacionada ao ODS 6 - Água potável e saneamento. A água é usada como meio de transporte para muitos produtos químicos utilizados nos processos têxteis como visto anteriormente (MACIEL; SEIBEL; PEIXER, 2015). A cada ano, a produção de moda consome 93 trilhões de litros de água, o que representa 4% da captação mundial de água doce (LOMBARDO, 2018). A disponibilidade de água potável e a adequação do saneamento são fundamentais para todas as facetas do desenvolvimento sustentável, abrangendo desde a segurança alimentar e energética até a saúde humana e ambiental. É alarmante que mais de 40% da população mundial esteja enfrentando escassez hídrica. (PNUD, 2015).

Figura 6 - Desperdício de Água na Produção de Camiseta de Algodão



Fonte: WRI Brasil. 2019

A ODS 8 possui objetivos para promoção do crescimento econômico inclusivo, sustentável e decente para todos, o que inclui como metas impulsão do progresso ao promover a geração de

empregos dignos e o crescimento sustentável das micro, pequenas e médias empresas, bem como incentivar o empreendedorismo e a inovação nelas. Além disso, empenham-se em maximizar a eficiência no uso dos recursos globais na produção e consumo, adotando medidas que dissociem o crescimento econômico da degradação ambiental. Essa abordagem está alinhada com o Plano de Ação para a Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS), buscando alcançar um desenvolvimento sustentável e responsável (IPEA, 2019).

O ODS 12 da Agenda 2030 está intrinsecamente ligado aos desafios enfrentados pela indústria têxtil. Seu propósito é impulsionar a adoção de práticas de produção e consumo sustentáveis, estabelecendo diretrizes que englobam a diminuição do desperdício, a implementação de estratégias de gestão de resíduos eficientes, a reavaliação dos subsídios para combustíveis fósseis ineficientes, entre outras medidas relevantes. Essas ações visam não apenas minimizar o impacto ambiental, mas também promover a eficiência econômica e social na cadeia produtiva têxtil, conforme explicitado no site da Organização das Nações Unidas.

A utilização de mão de obra de baixo custo e recursos naturais em nações periféricas gerou um contexto propício para um rápido crescimento na produção de moda, resultando em coleções atualizadas semanalmente pelas principais redes de fast fashion. Esse modelo promove uma mentalidade descartável, onde as peças são rapidamente descartadas e substituídas, incentivando um ciclo contínuo de consume (MENDONÇA, 2020). Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), as emissões geradas pela indústria da moda excedem as emissões combinadas de voos internacionais e embarques comerciais. Além disso, uma única lavagem pode liberar até 700.000 fibras que acabam no sistema de esgoto e muitas vezes passam pelo sistema de reutilização sem serem detectadas (MENDONÇA, 2020).

Figura 7 - O Impacto Ambiental dos Têxteis



Fonte: Parlamento Europeu. 2019

A indústria da moda desempenha um papel crucial na proteção da vida na Terra, especialmente considerando o uso generalizado de agrotóxicos no cultivo do algodão. Essa prática, juntamente com o emprego de monoculturas e organismos geneticamente modificados, representa um sério risco para a biodiversidade e a saúde das comunidades agrícolas (PNUD, 2015). Para abordar essas questões, o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 15 tem como objetivo proteger, restaurar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, bem como adotar práticas de manejo responsáveis nas florestas, visando conter a degradação e a perda de terras. No setor têxtil, o processo de produção de fibras pode envolver substâncias químicas prejudiciais ao meio ambiente e à saúde humana. Além disso, o consumo excessivo de água e produtos químicos pode afetar negativamente a qualidade dos recursos hídricos e o equilíbrio ambiental. Por essas razões, o uso de tecidos biodegradáveis surge como uma alternativa sustentável em linha com as metas do ODS 15 e a Agenda 2030.

Figura 8 - Projeção dos Impactos Negativos da Indústria Têxtil para 2050.



Fonte: Ellen MacArthur Foundation, 2017.

Além disso, os consumidores adquirem, em média, 26,7 quilos de roupas novas por ano, mas muitas vezes utilizam apenas 20% dessas peças. No entanto, um dos principais desafios para promover um consumo sustentável é o alto custo associado, especialmente em países em desenvolvimento como o Brasil, onde grande parte da população não possui recursos financeiros para adotar essa abordagem de forma integral. Nesse sentido, é crucial que as empresas considerem todo o ciclo de vida dos produtos, buscando reduzir o impacto ambiental

e social em todas as etapas envolvidas (DANTAS et al., 2019). O objetivo final é melhorar a qualidade de vida e mitigar os impactos negativos no meio ambiente, como a degradação do ciclo produtivo, a geração de resíduos e a poluição.

2.4 O PAPEL DO GOVERNO PARA O ALCANCE DO FUTURO SUSTENTÁVEL

Durante a Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável em 2015, também conhecida como Rio+20, a comunidade internacional refletiu sobre o futuro que deseja para o planeta e estabeleceu as primeiras diretrizes para alcançá-lo. Nesse evento histórico, chefes de governo e de Estado concordaram pela primeira vez em uma direção comum para caminhar rumo ao desenvolvimento sustentável e aprovaram a Agenda 2030. Desde então, essa semente vem sendo cultivada para transformar esses objetivos em realidade, de acordo com o estudo realizado pela United Nations Sustainable Development Knowledge Platform.

A Agenda 2030 é uma importante ferramenta para o planejamento de políticas públicas e ações em prol do desenvolvimento sustentável no Brasil. A participação do país nessa iniciativa foi possível graças à Resolução A/Res 70/1 da Assembleia Geral das Nações Unidas, disponível no site do planalto (2020), que exigiu a cooperação entre diferentes atores para a implementação de medidas voltadas para a sustentabilidade. Essas medidas incluem desde a aproximação com estados e municípios até a captação de recursos externos para o financiamento de projetos de infraestrutura. O Governo vem atuando em diversas frentes para tornar a Agenda 2030 uma realidade, incluindo a atualização das metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a consolidação de indicadores nacionais e a criação de uma carteira de projetos prioritários para implementação dos ODS.

Vale ressaltar o importante papel da Escola Nacional de Administração Pública (Enap) na análise e estudo da aplicação da Agenda 2030 no Brasil. Utilizando documentos oficiais do governo e conduzindo pesquisas qualitativas, a Enap produziu uma série de cadernos que avaliam o nível de internalização da Agenda 2030 no país e os esforços governamentais para tornar essa agenda uma realidade. Entre esses cadernos, o destaque fica para o número 57, que em 2018 analisou os desafios e avanços da administração pública brasileira na implementação completa da Agenda 2030 (ENAP, 2018).

A Agenda 2030 incorpora contribuições decorrentes de um diálogo constante entre governos e sociedade civil, que se iniciou na Conferência Rio+20. Esse diálogo resultou na inclusão de novas temáticas para o desenvolvimento sustentável, tais como indústria, inovação,

infraestrutura, trabalho, crescimento econômico e mudanças climáticas, dentre outras. Tais contribuições foram fundamentais para a evolução e aprimoramento dessa agenda, tornando-a mais abrangente e integrada (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2015).

Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) sucedem aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), que foram cumpridos pelo Brasil, tornando-o uma referência mundial e um dos principais interlocutores nas negociações dos ODS na ONU. O PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) tem como parte essencial de seu mandato o apoio à implementação da Agenda 2030 e dos ODS no Brasil, através da continuidade de projetos alinhados às necessidades de desenvolvimento já estabelecidas pelos ODM, bem como pela incorporação de temas transversais dessa nova agenda em todo o seu portfólio.

O governo brasileiro tem se comprometido a alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 8, 12 e 15, adotando medidas específicas em cada uma dessas áreas.

Em relação ao ODS 8, que trata de trabalho decente e crescimento econômico, o governo tem implementado políticas para promover o empreendedorismo e a reforma trabalhista. Contudo, essas políticas podem prejudicar os direitos trabalhistas e a proteção social, pois com a flexibilização das leis trabalhistas pela reforma trabalhista, ocorre menos proteções e direitos para os trabalhadores, incluindo a possibilidade de redução de direitos trabalhistas básicos, como jornada de trabalho, férias remuneradas, descanso semanal, entre outros (DUARTE, 2017).

No que diz respeito ao ODS 12, informado no site das Nações Unidas, relacionado à produção e consumo sustentáveis, o governo tem implantado programas de reciclagem e estabelecido metas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa. No entanto, há críticas quanto à fragilização das políticas ambientais nos últimos anos, sobretudo no que diz respeito à preservação da Amazônia.

Já o ODS 15, que se refere à vida terrestre, tem sido objeto de políticas governamentais que incluem a criação de unidades de conservação e o fortalecimento das medidas de proteção Ambiental (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2015). Entretanto, a política ambiental do governo tem sido alvo de críticas por priorizar o desenvolvimento econômico em detrimento da preservação do meio ambiente, pois há uma flexibilização das leis ambientais e uma redução da fiscalização e aplicação das regulamentações ambientais, o que pode levar a um enfraquecimento da proteção ambiental e a um aumento da exploração predatória dos recursos naturais (FIOCRUZ, 2021).

A despeito dos esforços do governo brasileiro em relação aos ODS, há questionamentos sobre a efetividade das medidas adotadas para o pleno cumprimento dos objetivos estabelecidos. A proteção dos direitos trabalhistas, a conservação da biodiversidade e a proteção ambiental são questões fundamentais que exigem ações em todas as esferas da sociedade e do governo, além da cooperação internacional.

Em relação a indústria têxtil mais especificamente, existem algumas políticas públicas para reduzir o impacto no meio ambiente. Algumas delas incluem, o Programa Brasileiro de Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS) que é uma política do governo federal que tem como objetivo promover a sustentabilidade na produção e no consumo de bens e serviços. O PPCS prevê ações para reduzir o impacto ambiental da cadeia produtiva têxtil, como a promoção do uso de fibras naturais e orgânicas, o incentivo à produção local e o estímulo à reciclagem de resíduos têxteis. Outra uma iniciativa do Ministério do Meio Ambiente tem como objetivo promover a economia circular na cadeia têxtil, visando estimular a reciclagem de tecidos e o reaproveitamento de resíduos têxteis, além de incentivar a produção de tecidos e roupas com materiais reciclados.

O Relatório Luz 2021 é um documento elaborado por especialistas que analisam o desempenho do Brasil em relação aos ODS da Agenda 2030. Segundo esse relatório, o país não registrou resultados positivos no enfrentamento dos problemas e na construção de soluções reais em nenhum dos indicadores mensuráveis. Essa constatação demonstra a falta de avanço do Brasil em direção à consecução dos objetivos propostos pela Agenda 2030.

Apesar dos esforços locais em várias esferas da sociedade, como organizações não governamentais, iniciativas privadas e setores da academia, o Relatório Luz 2021 aponta que tais ações não têm sido suficientes para promover mudanças significativas. Isso ressalta a necessidade de uma atuação mais efetiva do Governo Federal, por meio da implementação de direcionamentos e políticas públicas que possam impulsionar o país em direção aos objetivos da Agenda 2030.

A implementação de direcionamentos e políticas públicas nacionais é fundamental para enfrentar os desafios que impedem o avanço do Brasil na Agenda 2030. O Governo Federal, como ente responsável pela condução das políticas públicas e pela coordenação de esforços em nível nacional, desempenha um papel crucial nesse contexto. É necessário que o governo estabeleça diretrizes claras, promova a participação de diferentes setores da sociedade, garanta suporte aos esforços locais – municipais e/ou estaduais - e aloque recursos adequados para implementar ações efetivas em consonância com a Agenda 2030.

Nos dias atuais, a preocupação com o meio ambiente está intrinsecamente ligada à busca por uma melhor qualidade de vida para as atuais e futuras gerações. Nesse contexto, a sustentabilidade tornou-se um compromisso que envolve a sociedade como um todo. Os resultados obtidos no estudo de Milan, Vittorazzi e Reis (2010) evidenciam que a implementação de novas tecnologias e a adoção de processos produtivos mais sustentáveis contribuíram para a melhoria da responsabilidade socioambiental da empresa estudada. Além disso, os produtos desenvolvidos a partir dessa abordagem diferenciada agregaram valor à empresa, tornando-a mais competitiva no mercado.

A sustentabilidade, nesse contexto, emerge como uma estratégia competitiva para as empresas. A preocupação com o meio ambiente e a busca por soluções sustentáveis têm se tornado cada vez mais importantes para os consumidores, influenciando suas decisões de compra. Empresas que adotam práticas sustentáveis, como a redução de resíduos têxteis, conseguem atender às demandas desse novo perfil de consumidor e se destacar no mercado (MILAN, VITTORAZZI, REIS, 2010).

A conscientização dos consumidores desempenha um papel fundamental no crescimento do consumo sustentável. Quando os consumidores estão cientes dos impactos ambientais associados aos produtos que consomem, tendem a evitar o consumo compulsivo e a buscar alternativas mais sustentáveis. Isso impulsiona a demanda por produtos de fabricantes comprometidos com o meio ambiente, que priorizam a utilização de materiais biodegradáveis e adotam práticas de produção mais sustentáveis.

A formação de "consumidores-cidadãos" é um processo contínuo, que envolve a educação e a conscientização dos consumidores sobre a importância da sustentabilidade. Projetos educativos, campanhas de conscientização e informações transparentes sobre o impacto ambiental dos produtos são algumas das estratégias utilizadas para promover a conscientização dos consumidores. Essas ações visam estimular a mudança de comportamento dos consumidores em direção ao consumo consciente e sustentável (SANTOS, 2012).

3 MÉTODO DE PESQUISA

Este capítulo apresenta a metodologia de pesquisa adotada neste estudo, com o propósito de descrever o método utilizado para analisar a relevância da inovação sustentável como uma fonte alternativa para a indústria têxtil no contexto brasileiro.

3.1 ABORDAGEM

Quanto à abordagem adotada, a pesquisa é de natureza qualitativa, destacando o pesquisador como o instrumento fundamental, enquanto o ambiente constitui a fonte direta de dados, dispensando a necessidade de métodos estatísticos e apresentando um caráter descritivo. Nesse sentido, o resultado é considerado um processo, com o foco principal voltado para o objeto de estudo em si, e não necessariamente no resultado (GODOY, 1995, SILVA; MENEZES, 2005). Para Denzin e Lincoln (2011) a pesquisa qualitativa consiste em “um conjunto de práticas interpretativas que faz o mundo visível”.

A pesquisa qualitativa é composta essencialmente por três elementos principais: (1) os dados, provenientes de diversas fontes, tais como entrevistas, observações, documentos, registros e gravações; (2) os procedimentos, que são empregados para interpretar e organizar os dados; e (3) os relatórios escritos e verbais, que podem ser apresentados em forma de artigos, palestras ou livros, conforme mencionado por Strauss e Corbin (2015).

3.2 FINALIDADE DA PESQUISA

A pesquisa tem como objetivo compreender a relevância da inovação sustentável na indústria da moda, buscando outro caminho à redução dos impactos negativos desse setor no meio ambiente e na sociedade. Nesse sentido, considerando a abordagem qualitativa adotada, o presente estudo possui um caráter descritivo, buscando estabelecer relações entre variáveis e características de um fenômeno (RICHARDSON, 2008). A análise dos dados tem como propósito a interpretação e descrição, uma vez que os resultados são contextualizados e limitados ao contexto específico (SYMON; CASSELL, 2012).

3.3 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

Para analisar a interseção entre marcas, moda e sustentabilidade, foi escolhido para o trabalho a utilização do método de estudo de caso e entrevista individual semiestruturada. Conforme indicado por Barros e Duarte (2006), essa abordagem é adequada quando lidamos com casos contemporâneos, como é o caso presente. Através do estudo de caso, apresenta-se um exemplo concreto que reflete uma tendência em desenvolvimento, e busca-se a compreensão da maneira em que essa tendência se manifesta, respaldados por autores que abordam temas relevantes para a compreensão do fenômeno. Já a entrevista, é uma forma de coleta de dados que foi escolhida pela sua capacidade de registrar trajetórias, possibilitando a interação direta o que traz acesso privilegiado as estas experiências vividas pelo entrevistado. As entrevistas semiestruturadas foram optadas pela flexibilidade do roteiro, onde as perguntas principais são complementadas de acordo com as circunstâncias apresentadas durante o fluxo da entrevista (VERGARA, 2008). No presente trabalho, o caso escolhido para estudo é a empresa Osklen.

3.4 SUJEITOS DA PESQUISA

Como sujeito da pesquisa, foi selecionado para a entrevista um ex-funcionário da empresa Osklen, que é o foco do estudo de caso. Essa escolha foi feita devido ao seu conhecimento sobre os processos internos da empresa, o que contribui para embasar o tema em análise. É importante ressaltar que a escolha inicial era de entrevistar um funcionário atual da empresa, porém, devido à impossibilidade de contato, a opção pelo ex-funcionário foi feita como alternativa. Além da entrevista realizada com o sujeito da pesquisa, foram utilizados relatórios fornecidos pela própria empresa Osklen como fontes de embasamento. Esses relatórios contribuíram para a obtenção de informações adicionais e complementares, enriquecendo a análise do estudo de caso. A utilização desses documentos internos da companhia reforça a abordagem empregada neste trabalho, ao buscar uma compreensão mais abrangente dos funcionamentos internos e das práticas relacionadas à sustentabilidade adotadas pela Osklen.

3.5 COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados por meio de uma entrevista individual online realizada através do Google Meet. Durante a entrevista, o entrevistado foi questionado sobre diversos aspectos relacionados à empresa, incluindo seu funcionamento, práticas, motivações e objetivos. Um conjunto de perguntas foi elaborado para abordar esses tópicos e fornecer insights relevantes para a pesquisa. A escolha de uma entrevista online permitiu a flexibilidade e a conveniência de realizar a entrevista à distância, facilitando a participação do entrevistado e a coleta dos dados necessários.

Foi adotado o método de entrevista semiestruturada como abordagem para este estudo, e que conforme descrito por Triviños (1987, p. 146) se caracteriza por questionamentos básicos embasados em teorias e hipóteses relacionadas ao tema da pesquisa. Os questionamentos formulados durante a entrevista visam gerar novas hipóteses a partir das respostas dos entrevistados, sendo que o foco principal é estabelecido pelo entrevistador. Segundo o autor, a entrevista semiestruturada favorece não apenas a descrição dos fenômenos sociais, mas também a sua explicação e compreensão em sua totalidade.

Manzini (1990/1991, p. 154) descreve a entrevista semiestruturada como uma abordagem focada em um determinado assunto, na qual é elaborado um roteiro com perguntas principais, onde esse tipo de entrevista permite a emergência de informações de forma mais livre, sem condicionar as respostas a uma padronização de alternativas.

Após a finalização da entrevista, foi elaborado um relatório que apresenta as respostas obtidas para cada pergunta realizada, a fim de facilitar a análise dos resultados, proporcionando uma visão mais clara e organizada das informações coletadas. O roteiro utilizado durante a entrevista está disponível no Apêndice I, fornecendo uma referência completa das perguntas feita ao entrevistado.

3.6 TRATAMENTO E ANÁLISE DE DOS RESULTADOS

Os dados obtidos por meio da entrevista têm natureza social, o que demanda uma interpretação cuidadosa dos resultados, levando em consideração o contexto da interação social durante o processo, pois pode trazer insights e informações relevantes para a pesquisa.

A fim de garantir a credibilidade e confiabilidade do estudo, a questão da triangulação entre os instrumentos de coleta de dados é uma consideração importante (LÜDKE E ANDRÉ, 1986). Esse método envolve o uso de múltiplas fontes de dados, com o objetivo de corroborar os fatos ou fenômenos observados. A triangulação permite que diferentes fontes de evidências produzam avaliações diversas do mesmo fenômeno, o que contribui para lidar com o desafio da validade do estudo (YIN, 2015).

Nesse sentido, a presente pesquisa adotou o método de triangulação, utilizando três fontes de informação: revisão teórica conforme visto anteriormente, pesquisa documental, através de relatórios cedidos pela Companhia, e pela entrevista semiestruturada. A revisão teórica permitiu embasar o estudo em teorias e pesquisas prévias relacionadas ao tema. A pesquisa documental possibilitou a análise de documentos relevantes, como relatórios e registros da empresa em estudo. A entrevista proporcionou uma interação direta com o entrevistado, permitindo obter perspectivas individuais e informações mais detalhadas. A combinação dessas diferentes fontes de dados enriquece a pesquisa, proporcionando uma compreensão mais abrangente e robusta do fenômeno em análise.

3.7 LIMITAÇÕES DO MÉTODO

É importante ressaltar que o método do estudo de caso possui limitações quanto à possibilidade de extrapolação dos resultados, pois as conclusões obtidas a partir deste método são específicas para o caso em análise, não podendo ser generalizados para contextos mais amplos. Portanto, os resultados encontrados neste estudo de caso devem ser interpretados dentro do escopo e das características particulares da empresa Osklen.

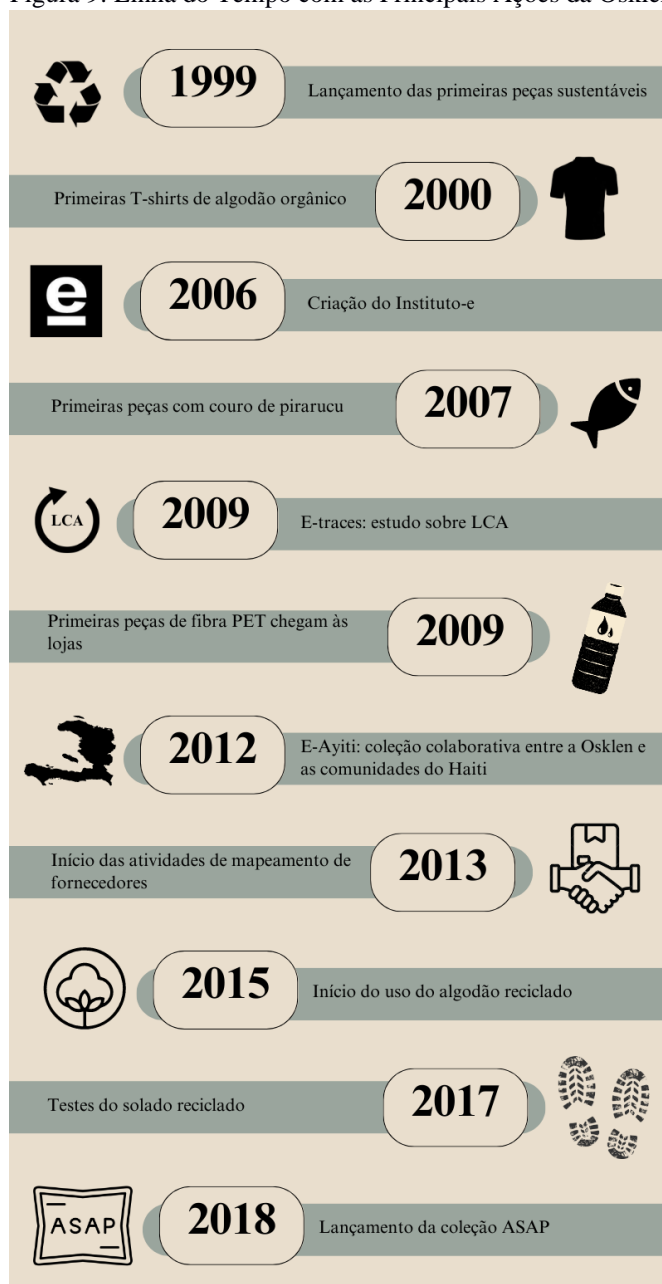
Além disso, é válido considerar que a realização da entrevista de forma online pode trazer desafios adicionais. A ausência da linguagem corporal do entrevistado durante a conversa pode limitar a compreensão de nuances e expressões não verbais, que poderiam fornecer informações adicionais relevantes. Ademais, o ambiente em que o sujeito se encontra durante a entrevista online pode apresentar distrações e interferências, o que pode impactar a qualidade da interação e das respostas.

4 ESTUDO DE CASO

Esta etapa da pesquisa tem como objetivo analisar o uso do discurso sustentável pela marca Osklen e em como ela integra o conceito de sustentabilidade em suas políticas empresariais, abordando aspectos relevantes como a aplicação de inovações sustentáveis, a compreensão da importância da sustentabilidade para a marca, o posicionamento da marca e a relevância desses aspectos para os consumidores.

A escolha da empresa Osklen como foco desse estudo foi embasada no destaque da marca como uma das principais representantes do movimento sustentável na indústria da moda, o que lhe conferiu um papel proeminente nesse cenário, sendo uma das primeiras a incorporar discussões ambientalistas em suas passarelas e a utilizar tecidos orgânicos em suas coleções, demonstrando seu engajamento com a temática. Sendo uma empresa comunicacional que comercializa um conceito e um estilo de vida, equilibrando contrastes entre urbano e natureza, orgânico e tecnológico. Abaixo, encontra-se uma breve linha do tempo do qual evidencia a trajetória da empresa juntamente com seus objetivos de desenvolvimento sustentável:

Figura 9: Linha do Tempo com as Principais Ações da Osklen



Fonte: Relatório Sustentabilidade Osklen. Adaptado pelo Autor.

A marca Osklen, da qual foi fundada em 1989, surgiu em um contexto de crescente preocupação com os problemas ambientais, após a consolidação do conceito de sustentabilidade, estabelecido no relatório Brundtland em 1987. Este relatório foi um marco do qual definiu o conceito de desenvolvimento sustentável enfatizando a necessidade de relacionar as três esferas: proteção ambiental, desenvolvimento econômico e justiça social. Assim, além de influenciar políticas estratégicas defendidas por governos do mundo, contribuiu para a Agenda 21 da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Já em 1990 a marca deu seu primeiro grande passo rumo a sua identidade, lançando as primeiras camisetas

construídas com fibras orgânicas, e desde a partir desse momento, tem sido consistente em suas ações e compromissos na incorporação intencional de materiais sociais e ambientalmente responsáveis, conforme relatório de sustentabilidade disponível no site da marca, em 2019.

Ressalta-se, ainda, o reconhecimento internacional alcançado pela Osklen devido às suas iniciativas sustentáveis. De acordo com o site da Osklen, o projeto A21 [Practice #1], indica a marca como uma das dez marcas mais influentes e inspiradoras do mundo, segundo a empresa de previsão de tendências para a indústria criativa, WGSN. Além desse reconhecimento, a Osklen também foi nomeada como "Future Maker" pela Worldwide Fund for Nature do Reino Unido (WWF-UK). Essas conquistas ressaltam a posição de destaque da Osklen tanto no universo da moda quanto no âmbito do desenvolvimento sustentável, demonstrando seu compromisso com a inovação e a responsabilidade ambiental.

Diante do mencionado, fica evidente que a Osklen, não adotou a sustentabilidade somente como estratégia de comunicação, mas possui seu compromisso em unir moda e sustentabilidade, e aliada ao reconhecimento nacional e internacional que recebeu, a posiciona como um caso de estudo para análise de práticas sustentáveis na moda.

Tybout e Calkins (2006, p. 11) defendem o posicionamento de marca deve ser fundamentado nas metas e percepções do grupo-alvo de consumidores, conforme destacado pelos autores. Dessa forma, é essencial que os consumidores consigam compreender a posição defendida pela marca por meio de seus elementos comunicacionais e visuais, sem a necessidade de procurar ou o conceito desta. O posicionamento deve ser visível, tangível e não exigir um esforço por parte do consumidor. A Osklen, ao se posicionar de acordo com as expectativas de um público consumidor específico, não apenas identificou, mas também antecipou as tendências que do mercado da moda, acompanhando os direcionamentos do mercado e as percepções do público-alvo. Assim, a marca adotou o conceito de "novo luxo", conquistando uma fatia de mercado considerável, onde previa restrições e substituições de materiais, inovação no processo criativo e mudanças radicais em toda a cadeia de fornecedores.

À vista do mencionado, Oskar Metsavaht, fundador e diretor de criação e estilo da Osklen teve seu trabalho reconhecido pela UNESCO em relação à conservação do meio ambiente por meio do projeto chamado "e-brigade, do qual foi concebido no final da década de 1990, sob o slogan "Save your Lifestyle. Act Now", com o objetivo específico de combater a desinformação ambiental. Essa iniciativa se mostrou fundamental na gênese do Instituto-E, o qual foi formalmente estabelecido em 2007. Desde os anos 2000, Oskar Metsavaht tem defendido e colocado em prática o conceito do "Novo Luxo", que representa um estilo de vida alinhado com

valores de sustentabilidade, se opondo ao exibicionismo. No contexto da moda, essa abordagem demonstra que é possível alcançar um nível elevado de qualidade e estilo sem comprometer o meio ambiente ou a justiça social, unindo a estética com a ética.

O Instituto-E é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), e personifica a consolidação dos ideais da Osklen no que tange à sustentabilidade e à responsabilidade ambiental. Nesse sentido, o instituto se estabelece como uma força motriz, inspirando e engajando indivíduos a abraçarem práticas e valores que preservem e regenerem o ambiente, visando a construção de um futuro mais equilibrado e harmonioso. Assim, sua atuação está fundamentada em iniciativas ambientais, culturais e educacionais de responsabilidade social, tendo como inspiração o movimento e-brigade e sua convocação para a ação, visando que as pessoas se tornem "As Sustainable As Possible, As Soon As Possible". Além do exposto, o instituto implementa projetos embasados no conceito dos 6 "Es" - terra, meio ambiente, energia, educação, empoderamento e economia -, com o propósito de contribuir para a promoção do Brasil como um país de desenvolvimento humano sustentável, por meio de pensamento criativo e ação efetiva. Dentre esses conceitos, dois estão muito alinhados com já mencionado anteriormente neste presente trabalho, sendo estes as metas de desenvolvimento do Milênio em consonância com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a Agenda 21, pautadas em ações de desenvolvimento local.

Figura 10: Projetos do Instituto-e



Metas de Desenvolvimento do Milênio
Difusão de conhecimento, capacitação e educação são Indicadores fundamentados nos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).



Agenda 21
Ações de desenvolvimento local, geração de renda, melhoria da qualidade de vida são Indicadores fundamentados na Agenda 21 cuja temática central é o desenvolvimento humano sustentável.

Fonte: ASAP Projects. Site Osklen.

Prosseguindo pela sua trajetória, a marca, em 2007, começou a fabricar as suas primeiras peças de couro de pirarucu fazendo parte de um portfólio de produtos chamados “Regenerate Life”, disponível no site da marca onde referência os projetos ASAP. Esse projeto é uma união entre moda e sustentabilidade, pois ao utilizar a pele do peixe Pirarucu, a marca não apenas atende às rígidas normas de Manejo Sustentável, mas também desempenha um papel crucial na proteção dessa espécie vulnerável contra o risco iminente de extinção. A pesca do Pirarucu é controlada e estritamente permitida somente durante períodos específicos. Essa regulamentação, em conformidade com as diretrizes do IBAMA (ICMBio, 2004), estabelece

que peixes com menos de 1,50 metros não podem ser capturados, garantindo a sustentabilidade e a preservação adequada da espécie. Desse modo, com esse projeto, mais uma vez a Osklen estabelece que a indústria têxtil de moda pode ser sim um veículo para propagação de preservação Ambiental e conscientização da biodiversidade.

Art. 4º É Permitido a captura, a comercialização e o transporte do pirarucu com as seguintes medidas de tamanho mínimo: I - 1,50 metros de comprimento total, para o peixe inteiro;

Figura 11: Acessórios feito com Couro de Pirarucu



Fonte: Site Osklen

Em um marco significativo em 2009, o Instituto-E estabeleceu uma parceria estratégica com o Ministério do Meio Ambiente, Terra e Mar da Itália (IMELS) com o propósito de realizar uma análise abrangente das pegadas de carbono e social de seis produtos e-fabrics da marca, com o objetivo de medir com precisão a quantidade de dióxido de carbono (CO²) liberado desde a coleta dos materiais utilizados na fabricação das peças até o momento em que esses produtos chegam às vitrines das lojas. Esse projeto apelidado de TRACES, marcou um avanço admirável no campo da sustentabilidade, que levou ainda em consideração o impacto social desses produtos. Portanto, foram avaliados os programas de responsabilidade social implementados pelos produtores, visando entender o número de trabalhadores beneficiados por essas iniciativas, a fim de garantir que a produção desses e-fabrics trouxesse benefícios tangíveis para as comunidades envolvidas. Dessa forma, os produtos que participaram desse projeto foram acompanhados de etiquetas que forneciam informações a respeito da sua pegada de carbono e social, e o produto que apresentou a maior pegada de carbono obteve suas emissões reduzidas substituindo o combustível por energia solar.

Além dessas iniciativas, a Osklen empreendeu esforços administrativos para estender suas políticas e práticas sustentáveis à sua rede de fornecedores. Dessa forma, em 2013, foi iniciado

um processo de mapeamento dos fornecedores e ajuste dos contratos de suprimento, visando a seleção de novos parceiros e o aprimoramento dos atuais. Essas atividades passaram a ser conduzidas pela área de Gestão e Desenvolvimento de Fornecedores (GDF), e o principal objetivo é trabalhar em colaboração com os fornecedores envolvidos na produção, ou seja, as empresas responsáveis pela fabricação de processos como corte, lavanderia, tingimento, tecelagem, costura, entre outros. No decorrer do projeto, ocorreu uma redução no número de fornecedores da marca devido ao progresso alcançado, embora esse não fosse o objetivo inicial. Isso se deu porque alguns fornecedores não conseguiram cumprir as exigências socioambientais recomendadas. Portanto, o programa concentra-se na avaliação dos fornecedores diretos e seus subcontratados em cinco categorias: princípios éticos; saúde e segurança; qualidade; meio ambiente; e responsabilidade social, como forma de alinhar valores aos da marca.

As inovações sustentáveis incorporadas pela Osklen contribuem para alcançar uma série de objetivos globais, desde os fundamentais até os mais abrangentes. No que diz respeito ao meio ambiente, destacam-se os impactos nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 13 (combate às mudanças climáticas), 14 (vida debaixo d'água) e 15 (vida terrestre). Em relação à sociedade, destaca-se principalmente os ODS 1 (erradicação da pobreza) e 11 (cidades e comunidades sustentáveis). No âmbito econômico, as contribuições são notáveis, especialmente nos ODS 8 (trabalho decente e crescimento econômico) e 12 (produção e consumo responsável).

Em 2018, um marco significativo foi alcançado nessa trajetória com o lançamento da coleção intitulada ASAP - as sustainable as possible (tão sustentável quanto possível). Essa foi a primeira coleção a utilizar o maior número de matérias-primas e processos sustentáveis, demonstrando o compromisso da marca em adotar materiais ecologicamente responsáveis e promover práticas sustentáveis em sua produção, com o uso dos e-fabrics. A Osklen se destaca como pioneira no uso desse material, desempenhando um papel fundamental como incubadora desse projeto e sendo uma das primeiras marcas a incorporar materiais sustentáveis em suas peças.

Visto isso, a empresa utiliza uma variedade de e-fabrics em sua produção, destacando-se o couro de salmão e pirarucu, que são utilizados na confecção de acessórios, e além de outros, destaca-se também a malha PET, composta por algodão e fibra de poliéster proveniente da reciclagem de embalagens PET. O algodão orgânico também tem presença significativa, sendo cultivado sem o uso de substâncias tóxicas para o meio ambiente.

Outros e-fabrics igualmente importantes são o tricot reciclado, produzido a partir de fios de algodão obtidos a partir do reaproveitamento de resíduos da indústria têxtil, e a seda orgânica fabricada a partir de casulos que seriam descartados por não atenderem aos padrões estabelecidos. A marca também realiza o tingimento natural, evitando assim impactos ambientais negativos e nocivos à saúde humana. A Osklen tem desempenhado um papel crucial ao impulsionar o uso e a valorização desses materiais sustentáveis na indústria da moda.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O objetivo deste capítulo é fornecer uma visão abrangente da entrevista conduzida com o ex-funcionário da Osklen, bem como apresentar uma análise aprofundada das respostas obtidas.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DO RESPONDENTE

Foi escolhido para a entrevista um funcionário que trabalhou na própria empresa Osklen como forma de embasamento da pesquisa, além de também estudo através da internet, relatórios disponíveis pela marca e seu próprio site. O funcionário, que preferiu não se identificar, trabalhou na empresa durante quase anos consideráveis, e tinha interfaces com outras áreas dentro da Companhia.

5.2 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As perguntas foram elaboradas de forma estruturada com o objetivo de desenvolver um plano estratégico para compreender profundamente o funcionamento da marca e como ela incorpora a sustentabilidade em suas criações. Dentro dessa abordagem, as perguntas direcionam-se para uma compreensão final do impacto dessa estrutura na indústria da moda e, por consequência, no ambiente externo.

A entrevista foi começada fazendo uma indagação a respeito da relação da marca com leis ambientais impostas pelo governo, visto que poderia haver alguma relação com políticas nacionais. Porém, quando questionada sobre sua relação com as políticas públicas do Brasil, foi enfatizado que a marca é apartidária, o que significa que não possui uma afiliação direta com o Estado. No entanto, devido à sua adoção e foco na promoção da moda sustentável e responsabilidade ambiental, é possível que esteja alinhada a algumas políticas existentes, como a Política Nacional de Resíduos Sólidos, de acordo com o Projeto de Lei do Senado Federal (2022). Nesse sentido, a empresa pode adotar práticas de gestão de resíduos em conformidade com a legislação brasileira, visando a redução, reutilização e destinação adequada dos resíduos gerados em suas operações. É importante ressaltar que isso não implica necessariamente que a empresa siga fielmente essa política, mas indica que ela compartilha objetivos semelhantes e está em consonância com suas metas.

Em relação ao compromisso com os princípios dos 3 Rs (Reduzir, Reutilizar e Reciclar) e o conceito de upcycling, foi exposto que Osklen dedica-se integralmente a esses objetivos, visando minimizar o impacto ambiental através da adoção de práticas relacionadas aos resíduos. Essa abordagem, de acordo com a definição do EPA - Environment Protection Agency - tem como objetivo a redução dos resíduos produzidos na fabricação e consumo de produtos (STRALIOTTO, 2009), a reutilização de produtos existentes para novas funções e/ou aplicações, e além da reciclagem dos produtos para a fabricação de novos itens. No entanto, a reciclagem ainda é considerada menos sustentável do que outras abordagens, pois requer o consumo de energia não renovável (MANZINNI E VEZZOLI, 2008). Por outro lado, o upcycling é um termo recente utilizado para aproveitar materiais previamente utilizados, sem a necessidade de consumir mais energia para sua reutilização. Nesse caso, não se trata apenas da reciclagem do produto, mas de uma recuperação que confere ao material uma qualidade superior, agregando ainda valor ambiental (QUARTIM, 2011).

Visto isso, a empresa busca reduzir o impacto ambiental por meio da diminuição do consumo de água e energia em suas operações, exemplificando o princípio de redução. No que diz respeito à reutilização, a marca tem como meta promover a extensão da vida útil de seus produtos, criando peças atemporais e versáteis que possam ser utilizadas por um longo período. Pode-se enxergar isso no reaproveitamento do algodão, quando a marca utiliza algodão reciclado proveniente de retalhos de malhas e tecidos dos quais seriam descartados, eliminando o uso de produtos químicos e minimizando impactos ambientais. Isso se traduz em um esforço consciente para prolongar a vida útil dos produtos e reduzir o descarte desnecessário.

Figura 12 – Roupas Produzidas por Algodão Reciclado



Fonte: Site Osklen.

Figura 13 – Quantidade de Uso de Algodão Reciclado ao Ano



Fonte: Sustainability Highlights Osklen.

Quanto à reciclagem, a empresa procura reutilizar materiais, como o PET (polietileno tereftalato), na produção de suas peças, evitando o descarte de resíduos e a utilização de recursos naturais. Ao utilizar tecidos reciclados, a Osklen contribui para a conservação do meio ambiente e reduz o impacto da produção de matérias-primas.

Figura 14 – Reciclabilidade do PET



Fonte: Sustainability Highlights Osklen

Além disso, o conceito de upcycling está intrinsecamente relacionado a todo esse contexto mencionado anteriormente. Através do upcycling, a empresa cria peças exclusivas a partir de materiais reciclados, oferecendo produtos únicos e sustentáveis, agregando valor a materiais que poderiam ser descartados. Em suma, a Osklen está comprometida com a adoção de práticas sustentáveis em todas as etapas do processo, desde a redução do consumo de recursos até a reutilização e reciclagem de materiais, culminando na criação de produtos exclusivos e ambientalmente responsáveis. A juta da Amazônia, tecido utilizado pela empresa, é um grande exemplar dessa temática, já que é uma matéria-prima plantada a partir das calhas do rio, evitando desmatamento no local do seu cultivo, e que também não se utiliza de agrotóxicos ou produtos químicos.

Figura 15 – Produtos feitos com Juta Amazônica



Fonte: Site Osklen

O que chama a atenção é que a Osklen está ciente da necessidade de aplicar os conceitos de sustentabilidade em todas as etapas do processo, priorizando o uso de matérias-primas já sustentáveis, como algodão orgânico e materiais reciclados. Além disso, adota práticas de design que possibilitam a biodegradabilidade dos produtos após o uso. Um exemplo prático é visto no material utilizado pela marca para fabricação de algumas peças, chamado de fibra de cânhamo, do qual seu cultivo não é utilizado agrotóxico e possui durabilidade, garantindo também uma vida mais saudável aos agricultores do mesmo e aos lençóis freáticos.

Figura 16 – Impacto da Utilização do Cânhamo



Fonte: Sustainability Highlights Osklen

No que diz respeito aos fornecedores, foi enfatizado que a empresa está consciente da importância da cadeia produtiva como um todo. A Osklen depende tanto de sua produção interna quanto dos fornecedores para viabilizar sua abordagem sustentável. Portanto, é fundamental que os fornecedores compartilhem dos mesmos valores e diretrizes sustentáveis estabelecidos pela marca. Isso se relaciona também à pergunta sobre os processos específicos da cadeia produtiva que levam à criação de produtos sustentáveis. Essa abordagem consciente

demonstra o compromisso da marca em garantir que a sustentabilidade seja integrada desde a seleção das matérias-primas até o design dos produtos. Sendo assim, a Osklen estabelece cláusulas contratuais com estes exigindo que eles adotem os mesmos princípios e propósitos sustentáveis que são defendidos pela marca. Essa abordagem visa garantir que todos os parceiros de negócios estejam comprometidos com os mesmos altos padrões de responsabilidade ambiental e social, promovendo a coerência em toda a cadeia produtiva.

Também foi abordada a característica da marca ser reconhecida como Slow Fashion, e foi ressaltado que grande parte da temática da moda sustentável está intrinsecamente ligada à identificação da empresa com o conceito de slow fashion. A Osklen valoriza a produção consciente, onde a qualidade é priorizada em detrimento da quantidade, e promove o consumo responsável, incentivando uma abordagem mais consciente em relação às escolhas dos consumidores. Ao adotar essa abordagem, a marca busca garantir a transparência em todas as etapas do processo, permitindo que os consumidores tenham pleno conhecimento sobre a origem e a fabricação de seus produtos. Essa abordagem slow fashion vai além de apenas criar peças duráveis e de alta qualidade; ela incorpora uma mentalidade que valoriza a preservação do meio ambiente, a ética na produção e o respeito aos direitos dos trabalhadores.

Dessa forma, a Osklen se posiciona como uma marca que não apenas oferece produtos sustentáveis, mas também busca promover uma mudança cultural em relação ao consumo, incentivando escolhas conscientes e duradouras, em oposição ao consumismo desenfreado e descartável. A sua identificação com o conceito de slow fashion reforça o seu compromisso em criar uma indústria da moda mais ética, responsável e em harmonia com o meio ambiente. Portanto, no lançamento de cada coleção há um planejamento sobre novas opções de matérias primas a serem utilizadas, buscando constantemente fontes alternativas de materiais amigáveis ao meio ambiente.

Com o estudo através dos relatórios cedidos pela marca em seu site, consegue-se perceber que a Osklen está envolvida em muito mais do que apenas produção de roupas, mas também em projetos que ajudem as comunidades locais. Dessa forma, como exemplo, o instituto fez uma parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro em 2009 para a recuperação da vegetação de Restinga das praias Ipanema e Leblon, contribuindo para a manutenção da temperatura ao redor dos canteiros e da contenção da areia das praias. Assim, mais de 12.113m² de área foram replantadas, além de 6.000m³ de areia remanejadas para as dunas, e 38.887 mudas de restinga foram replantadas nos locais.

Durante a entrevista, o entrevistado compartilhou que, a partir de seu trabalho na marca, sua vontade de consumir produtos sustentáveis e de forma mais consciente aumentou significativamente. Ao conhecer o compromisso da Osklen com a sustentabilidade, ele sentiu uma conexão mais profunda e passou a valorizar ainda mais esses processos. Nesse sentido, ele também acredita que a Osklen exerce uma influência positiva no mercado, já que o compromisso social e ambiental da marca serve como um exemplo para outras empresas, inspirando a indústria têxtil a buscar um crescimento sustentável, sem comprometer o nosso planeta. Portanto, ela se destaca como uma líder inspiradora no setor da moda ao adotar práticas sustentáveis em todas as etapas do processo, desde a seleção de materiais até a produção e distribuição, além de projetos externos, a marca demonstra que é possível ser bem-sucedido sem comprometer os recursos naturais e o bem-estar social. A influência positiva exercida pela Osklen no mercado reflete em seu papel de catalisadora de mudanças, incentivando outras marcas a seguirem o mesmo caminho, buscando soluções sustentáveis e contribuindo para um futuro mais equilibrado e consciente.

Conforme mencionado ainda pelo entrevistado, a relevância percebida pelos consumidores em relação à marca está intrinsecamente ligada à moda sustentável que se destaca no mercado. Como pioneira na adoção dessas práticas, a Osklen conquista a identificação dos consumidores que valorizam essa abordagem, analisando isso como uma vantagem estratégica que fortalece a conexão com seu público. Essa abordagem foi impulsionada pela consciência dos impactos negativos que a indústria da moda causa ao meio ambiente e à sociedade. Diante desse cenário, a empresa reconheceu a necessidade de mudança e enxergou uma oportunidade crescente, alinhada aos seus valores. Assim, a Osklen se considera uma empresa inovadora, pois demonstra em diversos aspectos novas técnicas de produção eco-friendly para a criação de coleções exclusivas. Na produção dessas coleções existe um enfoque a considerar, sendo a renovação da vida através de materiais certificados e processos sustentáveis, a transformação do descarte por meio da reciclagem, e a promoção do respeito aos indivíduos, fazendo com que haja valorização da cultura de cada comunidade.

A marca busca constantemente incorporar tecnologias sustentáveis em seus processos de produção, refletindo seu compromisso em desenvolver práticas mais conscientes e respeitadas com o meio ambiente, estabelecendo um novo padrão para a indústria da moda. Além de suas práticas de criação sustentável, ela adota uma série de medidas ambientais, como mencionado anteriormente. Isso inclui a implementação de iniciativas de conservação de energia, a gestão

responsável de resíduos, o incentivo à reciclagem e a redução do uso de produtos químicos prejudiciais.

Um exemplo prático dessa adoção de práticas inovadoras está no lançamento de peças de edição limitada com tecnologia sustentável, chamada Black Edition. Essa coleção traz peças como t-shirts e vestidos na cor preta produzidos com e-cotton, algodão cultivado no Brasil e com certificação sustentável. Essas peças possuem tecnologia Polygiene, impedindo o crescimento de bactérias que causam odor, fazendo com que haja um consumo menor de água e energia, pela necessidade de se lavar menos as peças. Ademais, os produtos podem ser reciclados após descarte, garantindo a renovação deste.

Figura 17 – Black Edition



Fonte: Estilozzo, 2019.

Em sua sede, foi feito um estudo para diminuição do consumo de energia e água utilizados. Posto isso, a empresa presenteou com canecas e copos reutilizáveis os seus funcionários para que estes não utilizassem mais copos plásticos descartáveis, reduzindo em 24 mil copos plásticos utilizados ao ano. Além disso, conseguiram diminuir o consumo de energia em 10% em 2018 com a simples substituição de lâmpadas fluorescentes por LED. Ainda, a marca utiliza embalagens sustentáveis em suas lojas, a fim de garantir uma redução ainda maior do impacto negativo no meio ambiente.

Figura 18 – Canecas e Copos Reutilizáveis Osklen



Fonte: Osklen Sustentabilidade Instalações

Ao analisarmos esses pontos, fica claro que a Osklen está alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável estabelecidos pela ONU, pois as iniciativas adotadas contribuem para várias metas, atuando como agentes de mudança positiva. Podemos destacar exemplos específicos relacionados às ODS mencionadas anteriormente.

No caso da ODS 6 - Água Potável e Saneamento, a Osklen adota medidas para minimizar o consumo de água em suas operações, tanto nos processos de fabricação quanto na gestão das lojas. Isso demonstra um compromisso em conservar os recursos hídricos e contribuir para o acesso universal à água potável. O conceito ASAP (As Sustainable As Possible) foi aplicado não só nos produtos, mas também nas instalações, combinando-se a atitudes ao longo do tempo para redução do consumo de energia e água. Na sede há um projeto de captação de águas pluviais, da qual essa água é armazenada em reservatórios e que após filtradas, são destinadas aos abastecimentos de vasos sanitários, estimando-se uma redução média de 15% no consumo. Em relação à ODS 8 - Trabalho Decente e Crescimento Econômico, a marca contribui através de suas práticas de trabalho justo e sustentável, como visto na relação com seus fornecedores. A Osklen estabelece cláusulas contratuais que exigem que seus parceiros sigam princípios e propósitos sustentáveis, garantindo um ambiente de trabalho justo e respeitoso em toda a cadeia produtiva. Por fim, a ODS 15 - Vida Terrestre, é abordada pela Osklen por meio da preservação ambiental e proteção da biodiversidade. A marca utiliza materiais sustentáveis provenientes de fontes certificadas, engaja-se em iniciativas de conservação, como o reflorestamento, e apoia organizações dedicadas à preservação ambiental. Além disso, a empresa educa e conscientiza os consumidores sobre a importância da sustentabilidade, promovendo uma maior valorização e cuidado com a vida terrestre.

Assim, a Osklen se destaca como uma marca comprometida com as ODS, adotando práticas sustentáveis que têm impacto positivo nas áreas social, ambiental e econômica. Sua atuação

demonstra uma visão holística da sustentabilidade, contribuindo para um futuro mais consciente e equilibrado.

Como consequência de todas as ações vistas e mencionadas no presente trabalho, abaixo estão alguns números reais obtidos através de seus relatórios dispostos no site da empresa, do qual demonstram que a escolha de produção de moda sustentável é uma escolha consciente como passo a um futuro mais saudável, tanto para a população, quanto para o ambiente. A Osklen, com isso, tem o objetivo de redução de suas emissões de CO² em 23% até 2030, contribuindo para a diminuição de impacto nas questões climáticas, maximizando o impacto positivo com os princípios do design circular.

Figura 19 – Compromissos de Sustentabilidade até 2030

Compromissos de Sustentabilidade				
Indicadores	Ponto de partida 2019	2021	2025	2030
% Receita Portfolio Produtos ASAP	16%	50%	80%	100%
Mudanças Climáticas - Redução Emissão de Carbono	4395* Ton	3%	12%	23%

Fonte: Gestão e Indicadores de Sustentabilidade Osklen. Adaptado pelo autor.

Foram compartilhados pelo site da marca alguns resultados que tiveram um impacto notável na melhoria da pegada ambiental da indústria têxtil, por meio das iniciativas da Osklen. No ano de 2017, mais de 270.000 garrafas plásticas foram recicladas, resultando na remoção de mais de 1,9 toneladas de resíduos do meio ambiente. Além desses números impressionantes, foi possível economizar 199 milhões de litros de água, reduzir as emissões de CO² em 15%, diminuir o consumo de energia em 70% e reduzir o uso de água em 38%.

No ano de 2021, a Osklen alcançou a marca de utilizar 100% de energia proveniente de fontes renováveis em suas sedes, com certificação pelo International REC Standard. Além disso, mais de 90% da cadeia produtiva da empresa é composta por fornecedores brasileiros, visando incentivar a economia local e nacional.

Em relação aos tecidos chamados e-fabrics e às produções têxteis, os dados de 2021 revelaram que a preferência por camisetas produzidas com materiais e processos sustentáveis, em um ano

de produção, resulta em uma economia de 361 milhões de litros de água por ano, a redução de 109 toneladas de gases de efeito estufa e uma economia de 1,4 milhões de kWh de energia.

Esses resultados exemplificam o compromisso da Osklen em promover práticas sustentáveis em toda a sua cadeia produtiva, demonstrando seu papel como líder e referência no setor da moda consciente e responsável. Dessa forma, de acordo com Oskar Metsavaht, fundador da Osklen, Presidente do Instituto-e e Embaixador da Boa Vontade para a Sustentabilidade e a Cultura de Paz pela UNESCO: “Ser 100% sustentável ainda é um desafio, mas precisamos dar o primeiro passo, mesmo que ele represente 1%, e construir a partir daí”.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo investigar a importância da inovação sustentável como uma nova fonte alternativa no contexto da moda brasileira, utilizando a empresa Osklen como estudo de caso. Visto isso, ao longo do trabalho, foram analisados diversos aspectos relacionados em como a inovação sustentável pode contribuir para a redução dos impactos negativos da indústria têxtil no meio ambiente e na sociedade. Porém, uma das limitações identificadas nesta pesquisa foi a dificuldade de encontrar um funcionário atual da empresa disponível para participar da entrevista, sendo que essa etapa é fundamental para embasamento do conteúdo estudado. No entanto, diante dessa situação, se fez necessário conduzir a entrevista com um ex-funcionário, porém, apesar dessa condição, é importante destacar que o entrevistado possuía um histórico significativo de tempo de trabalho na empresa, o que não comprometeu de forma significativa a validade das informações coletadas. Além disso, é relevante ressaltar que os dados obtidos durante a entrevista se alinharam com as informações analisadas nos relatórios encontrados, reforçando assim a consistência e a confiabilidade dos resultados apresentados.

Através da revisão teórica, foi possível identificar o percurso da industrialização do setor têxtil até se tornar o que vemos hoje, como uma das empresas mais poluentes do mundo. É possível ainda, analisar os impactos negativos do qual a prática de incentivo de consumo gera, e os vieses para mitigação dessas consequências originadas com o papel da sustentabilidade. Assim, a necessidade de adoção de práticas inovadoras que promovam a responsabilidade ambiental e social é imprescindível nesse ramo, e nesse sentido, a empresa Osklen se destacou como um exemplo de empresa que vem adotando essas estratégias e iniciativas sustentáveis em sua cadeia produtiva, buscando promover uma moda mais consciente e responsável.

Além dessas premissas, nesse contexto é fundamental ressaltar a relevância das Metas de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidas pela Organização das Nações Unidas. Especificamente, as ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), 12 (Consumo e Produção Sustentáveis) e 15 (Vida Terrestre) das quais estão diretamente relacionadas com os objetivos da marca Osklen. Podemos perceber que, de fato, a empresa está alinhada aos propósitos de muitas ODS, e ainda possui objetivos em comum com políticas públicas brasileiras, como a Política Nacional de Resíduos Sólidos, apesar de apartidária.

Portanto, é recomendado que as empresas do setor têxtil no Brasil busquem assumir condutas inovadoras e sustentáveis em suas operações, englobando toda a cadeia produtiva nessa busca por um futuro mais sustentável. Através do estudo de caso da Osklen, foi possível verificar que as práticas ambientais adotadas pela empresa são fundamentais para o seu posicionamento como uma marca sustentável, pois é por meio de ações como o uso de matérias-primas orgânicas, e a busca por processos produtivos mais limpos que a empresa demonstra o compromisso com a inovação sustentável em todas as etapas de sua operação, inclusive em sua sede. Além disso, é constatado ainda que a administração pública tem o poder de estabelecer regulamentações e normas que incentivem as empresas a adotarem práticas sustentáveis em suas operações, assim como pode oferecer incentivos e benefícios fiscais para aquelas que se comprometem com essa temática. Por meio das políticas públicas, também é possível estimular a pesquisa por tecnologias e materiais sustentáveis, bem como promover a educação e conscientização da população sobre a importância da moda sustentável e da sustentabilidade em si.

Ademais, ao adotar a inovação sustentável, as empresas do setor têxtil brasileiro podem desempenhar um papel significativo para o avanço das Metas de Desenvolvimento Sustentável. Essas práticas não apenas beneficiam o meio ambiente e a sociedade, mas também reforçam a imagem das empresas. Nesse sentido, a colaboração entre empresas, sociedade civil e governo é propício na criação de um ambiente favorável à adoção de práticas inovadoras e sustentáveis na indústria da moda. A implementação de políticas públicas que promovam a sustentabilidade no setor, juntamente à participação ativa das empresas e da sociedade, contribui para a construção de uma moda brasileira mais consciente, responsável e alinhada com os desafios ambientais e sociais que enfrentamos atualmente.

Por fim, para temas futuros baseados no presente trabalho, a sugestão de pesquisa poderia seguir uma linha de análise comparativa das práticas de inovação sustentável em outras empresas do setor têxtil brasileiro, buscando identificar as melhores práticas e possíveis áreas de melhoria, além de custos associados. Ainda, a percepção dos consumidores em relação à sustentabilidade na moda, a fim de investigar as atitudes e comportamentos dos consumidores brasileiros, compreendendo suas demandas por produtos sustentáveis, bem como os fatores que influenciam suas decisões de compra. E, além do mencionado, também seria interessante a análise das políticas públicas e regulamentações relacionadas à sustentabilidade na indústria da moda no Brasil, com foco nas políticas governamentais e regulamentações voltadas para esse

tema, investigando seu impacto nas práticas de inovação sustentável das empresas e identificando possíveis áreas de melhoria nessas políticas.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Prado, F. O. (2019). **Têxtil no Brasil: Da colonização ao século XXI**. Revista Malhas & Cia, 99(1167), 32-37.

Ellen MacArthur Foundation. (2017). **A new textiles economy: Redesigning fashion's future**. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/a-new-textiles-economy-redesigning-fashions-future>>. Acesso em 14 de março de 2023.

Esposito, V., Passaro, R., & Romano, A. (2018). **Circular economy practices in the fashion industry: Evidence from companies' websites**. Journal of Cleaner Production, 195, 892-904.

MacArthur, E. (2013). **Towards the circular economy: Economic and business rationale for an accelerated transition**. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/TCE_Ellen-MacArthur-Foundation_9-Dec-2013.pdf>. Acesso em 14 de março de 2023.

Sá, R. (2009). Osklen: **The Brazilian fashion brand and its strategies to conquer the world**. Disponível em: <https://www.academia.edu/1148914/Osklen_the_Brazilian_fashion_brand_and_its_strategies_to_conquer_the_world> Acesso em 17 de março de 2023.

Tenório, R. (2010). **A sustentabilidade como diferencial competitivo para a moda: O caso Osklen**. Revista de Administração da UEG, 3(1), 50-61.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2008.

SOUZA, Marina de Mello e. **História da Indústria e do Trabalho no Brasil**. São Paulo: Editora UNESP, 1987. p. 113-114.

HOBBSAWM, Eric. **Da revolução industrial inglesa ao imperialismo**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1978.

GODLEY, Andrew. **The Development of the Clothing Industry: Technology and Fashion**. *Textile History*, London, v.28, p.3-10, 1997. Disponível em: <[Textile History: Vol 28, No 1 \(tandfonline.com\)](http://TextileHistory.com)>. Acesso em 22 de março de 2023.

HOBBSAWM, Eric. **A era das revoluções: 1789-1848**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

MALERONKA, Wanda. **Fazer roupa virou moda – um figurino de ocupação da mulher (São Paulo 1920 – 1950)**. São Paulo: Editora Senac, 2007, p. 139.

BREWARD, Christopher. Fashion. **Oxford History of Art**. Oxford University Press, 2003, p.57.

MARTARELI, Juliana. **A história da Indústria Têxtil no Estado de São Paulo**. Tese (Graduação em Tecnólogo de Produção Têxtil) – Faculdade de Tecnologia de Americana, Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, São Paulo, 2013. Disponível em: https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/1242/1/20131S_MARTARELIJulianadeAmeida_TCCTX0258.pdf> Acesso em 28 de março de 2023.

STEIN, Stanley J. **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil, 1850-1950**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1979, p.167.

SUZIGAN, Wilson. **Notas sobre o desenvolvimento industrial e política econômica no Brasil, na década de 1930**. Revista de Economia Política, vol.4, n°1, jan./mar.1984.

FUJITA, Renata Mayumi Lopes; JORENT, Maria José. **A indústria têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural**. Revista ModaPalavra (e-Periódico), vol. 8, n. 15, jan./jul. 2015.

CENSOS Industriais; **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 1940 a 1960**. Disponível em:<www.sidra.ibge.gov.br>. Acesso em 04 de abril de 2023.

Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT). **Perfil do Setor**. Disponível em: <<https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>.> Acesso em: 04 de abril de 2023.

BENJAMIN, Walter. **Selected Writings 1938-1940**. V.4. Cambridge: Havard University Press, 2006, p.179 apud SVENDSEN, Lars. 2010, p.27.

BENJAMIN, Walter. **Selected Writings 1938-1940**. V.4. Cambridge: Havard University Press, 2006, p.179 apud SVENDSEN, Lars. 2010, p.34.

BROWN, Sass. **Eco Moda**. Modena: Logos, 2010.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**. São Paulo: Schwarcz, 2016.

THE GOOD TRADE. **Sustainable Fabrics 101: Everything You Need To Know Before You Shop**. 2020. Disponível em: <<https://www.thegoodtrade.com/features/sustainable-clothing-fabrics>.> Acesso em: 12 de abril de 2023.

LEÃO, M. D. et al. **Controle ambiental na indústria têxtil: acabamento de malhas**. 1ª edição. Projeto Minas Ambiente. Editora Segrac. Belo Horizonte, 2002.

NAVACHI, J.A. **Reutilização dos efluentes tratados: caso de uma lavanderia industrial**. 2002. Dissertação (Instituto de Engenharia Ambiental). Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, Santa Catarina, 2002.

MONTELEONE, Joana. *O circuito das roupas, a corte, o consumo e a moda: Rio de Janeiro, 1840 – 1889*. Tese (Doutorado em História Econômica) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013, p. 14. PINHO, Wanderley. *Salões e damas do segundo reinado*. 3. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 1959, p. 256.

HASSEMER, M. E. N.; SENS, M. L. **Tratamento do efluente de uma indústria têxtil. Processo físico-químico, ozônio e coagulação/floculação**. Revista Engenharia Sanitária e Ambiental, v.7, n.1, 2002.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **A new textiles economy: redesigning fashion's future**. 2017. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/A-New-Textiles-Economy.pdf>>. Acesso em: 13 de abril de 2021.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Senac São Paulo, 2011. Acesso em: 18 de abril de 2023.

MONTEIRO, Lívia. **Tecidos biodegradáveis para moda praia**. Fevereiro/2020. Disponível em: <https://blog.modacad.com.br/tecidos-biodegradaveis-para-modapraia/>. Acesso em: 19 de abril de 2023.

RESOLUÇÃO CONAMA Nº 001, de 23 de janeiro de 1986. Disponível em: <<https://www.ibama.gov.br/sophia/cnia/legislacao/MMA/RE0001-230186.PDF>> Acesso em: 21 de abril de 2023.

MORAES, Ana Carolina dos Reis de. **A moda da estação: a construção discursiva acerca de tendências de moda nas edições brasileiras das revistas vogue e elle**. Teresina, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpi.br>. Acesso em: 21 de abril de 2023.

FUAD-LUKE, Alastair. **EcoDesign: the sourcebook**. São Francisco, CA: Chronicle Books, 2010. Acesso em: 23 de maio de 2023.

SANTOS, Simone. **Impacto ambiental causado pela indústria têxtil**. UFSC Engenharia de Produção e Sistemas. Florianópolis - SC. 2007. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENESEP1997_T6410.PDF>. Acesso em: 23 de abril de 2023.

PNUD. **Transformando nosso mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável**. 2015. A/Res/70/1. Disponível em: <http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=pt>. Acesso em: 25 de abril de 2023.

ARAÚJO, Mariana; BROEGA, Ana Cristina; MOTA-RIBEIRO, Silvana. **Sustentabilidade na moda e consumo consciente**. Barcelona, 2014. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/55634724.pdf>>. Acesso em: 30 de abril de 2023.

Organização das Nações Unidas - Brasil. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs#:~:text=Os%20Objetivos%20de%20Desenvolvimento%20Sustent%C3%A1vel%20s%C3%A3o%20um%20apelo%20global%20%C3%A0,de%20paz%20e%20de%20prosperidade.>>>. Acesso em: 02 de maio de 2023.

DANTAS, Aron; SARIO, Lucas de; DONATI, João. **Sustentabilidade: ODS 12 - Consumo e Produção responsável.** São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/eventos/bisus/8-consumo-e-producaoresponsavel.pdf>>. Acesso em: 02 de maio de 2023

MACIEL, Dulce Maria Holanda; SEIBEL, Silene; PEIXER, Teresa Fidelis. **Desperdício hídrico têxtil: a crise hídrica, os impactos as alternativas.** 2015. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/ARTIGOS-DE-GT/GT10-MODA-ESUSTENTABILIDADE/GT-10-DESPERDICIO-HIDRICO-TEXTIL.pdf>>. Acesso em: 03 de maio de 2023.

LOMBARDO, Massimiliano. **Uso da água na indústria da moda e os objetivos de desenvolvimento sustentável.** Abril. 2018. Disponível em: <https://consumoconsciente.blog/wp-content/uploads/2018/05/Max-LombardoUNESCO_FRW-BSB_24abr2018.pdf>. Acesso em: 04 de maio de 2023.

MENDONÇA, João Eduardo. **Pandemia obriga indústria da moda a repensar processo de produção.** Agosto/2020. Disponível em: <<https://49projetcocolabora.com.br/ods12/pandemia-obriga-industria-da-moda-a-repensarprocesso-de-producao/>>. Acesso em: 04 de maio de 2023.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). **Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 8 (ODS 8): Trabalho Decente e Crescimento Econômico.** Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/ods/ods8.html>. Acesso em: 04 de maio de 2023.

United Nations Sustainable Development Knowledge Platform. Rio+20. Disponível em: <<https://sustainabledevelopment.un.org/rio20.html>>. Acesso em: 07 de maio de 2023.

Planalto Gov. **O Governo Brasileiro e a Agenda 2030.** Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/ods/noticias/o-governo-brasileiro-e-a-agenda-2030>>. Acesso em: 07 de maio de 2023.

ENAP - Escola Nacional de Administração Pública. **Caderno ODS 57: Moda Sustentável - Promovendo Consumo e Produção Responsáveis.** Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3411/1/Caderno_ODS_57.pdf>. Acesso em: 07 de maio de 2023.

Nações Unidas Brasil. **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. 2015.** Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustent%C3%A1vel>>. Acesso em 11 de maio de 2023.

PNUD. **Portfólio dos projetos do PNUD Brasil à luz dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.** 2016. Disponível em: <Portfólio dos projetos do PNUD Brasil à luz dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável | United Nations Development Programme (undp.org)>. Acesso em: 12 de maio de 2023.

DUARTE, Sarah. **A flexibilização das leis trabalhistas: seus limites, riscos e consequências para a sociedade.** JUSBRASIL. 2017. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/a-flexibilizacao-das-leis-trabalhistas-seus-limites-riscos-e-consequencias-para-a-sociedade/458475580>>. Acesso em: 17 de maio de 2023.

BRASIL. Presidência da República. Lei nº 13.467, de 13 de julho de 2017. **Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). 2017** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 14 jul. 2017. Seção 1, p. 1. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/113467.htm>. Acesso em: 17 de maio de 2023.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis.** Brasília, DF: MMA, 2016.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: ODS 15 - Vida Terrestre.** Brasília, DF: MMA, 2016.

Centro de Estudos Estratégicos da Fiocruz. **Nova lei de licenciamento ambiental: flexibilização, retrocessos e riscos à saúde.** CEE Fiocruz, Rio de Janeiro, data. Disponível em: <<https://cee.fiocruz.br/?q=nova-lei-de-licenciamento-ambiental-flexibilizacao-retrocessos-e-riscos-a-saude>>. Acesso em: 22 de maio de 2023.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Plano Nacional de Produção e Consumo Sustentável.** Disponível em: <<https://antigo.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional.html>>. Acesso em: 22 de maio de 2023.

BRASIL NA AGENDA 2030. **Relatório Luz 2021: Progresso e Desafios da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável no Brasil.** Disponível em: <https://brasilnaagenda2030.files.wordpress.com/2021/07/por_rl_2021_completo_vs_03_lowres.pdf>. Acesso em: 23 de maio de 2023.

MILAN, G.S; VITTORAZZI, C; REIS, Z.C. **A Redução de Resíduos Têxteis e de Impactos Ambientais: Um Estudo Desenvolvido em uma Indústria de Confecções do Vestuário.** XIII SemeAD seminários em administração, 2010. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/13semead/resultado/trabalhospdf/282.pdf>>. Acesso em: 25 de maio de 2023.

SANTOS, A.P.L; FERNANDES, D.S. **Análise do impacto ambiental gerados no ciclo de vida de um tecido de malha.** Florianópolis. Iberoamerican Journal of Industrial Engineering, v.4, n.7, p. 1-17, 2012.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades.** Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar. /abr., 1995.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **Handbook of Qualitative Research.** Thousand Oaks: Sage. 2011

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory**. 4. ed. Thousand Oaks: Sage, 2015.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social - Métodos e Técnicas**. 3ª edição. São Paulo, Atlas, 2008. 334 p.

SYMON, G.; CASSELL, C. **Qualitative Organizational Research: Core Methods and Current Challenges**. London: Sage Publications, 2012.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. *Didática*, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.

LÜDKE, M; ANDRÉ, M.E.D.A. **Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

Yin, R.K. (2015) Estudo de caso. **Planejamento e métodos**. Tradução de Daniel Grassi. 5ed. Porto Alegre (RS): Bookman. 290 p.

The New York Times. **This is the reality of Americas Fast-Fashion Addiction**. 2022. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2022/11/25/opinion/warehouse-fastfashion-return.html>>. Acesso em 25 de maio de 2023.

VICKERS. Emma. **Economia Circular**. GBC Brasil. 2019. Disponível em: <<https://www.gbcbrazil.org.br/economia-circular/>>. Acesso em: 28 de maio de 2023.

BBC. **'Lixo do mundo': o gigantesco cemitério de roupa usada no deserto do Atacama**. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-60144656>. Acesso em: 30 de maio de 2023.

REICHART, Elizabeth. DREW, Deborah. **Os impactos econômicos e sociais da “fast fashion”**. WRI Brasil. 2019. Disponível em: <<https://www.wribrasil.org.br/noticias/os-impactos-economicos-e-sociais-da-fast-fashion>>. Acesso em 30 de maio de 2023.

Parlamento Europeu. **O impacto da produção e dos resíduos têxteis no ambiente**. 2023. Disponível em: <<https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/society/20201208STO93327/o-impacto-da-producao-e-dos-residuos-texteis-no-ambiente-infografia>>. Acesso em 02 junho de 2023.

Osklen. **Relatório de Sustentabilidade ASAP**. 2019. Disponível em: <https://www.osklen.com.br/file/general/01_osklen_asap_relatorio_sustentabilidade_coppead_ufrj.pdf>. Acesso em: 03 de junho de 2023.

BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Nosso futuro comum: comissão mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento**. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

Osklen. **A21 [Practice #1]**. Disponível em: <<https://newsletter.osklen.com/pirarucu-pt/sustainability.php>>. Acesso em: 03 de junho de 2023.

TYBOUT, Alice M.; CALKINS, Tim (org.). **Branding: fundamentos, estratégias e alavancagem de marcas, implementação, modelagem e checklists, experiências de líderes de mercado**. São Paulo: Atlas, 2006.

UNESCO. **Oskar Metsavaht**. Disponível em: <<https://en.unesco.org/goodwill-ambassadors/oskar-metsavaht>>. Acesso em: 03 de junho de 2023.

Osklen. **Projetos ASAP da Osklen**. Disponível em: <https://www.osklen.com.br/file/general/02_osklen_asap_projetos.pdf>. Acesso em: 05 de junho de 2023.

Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). **Instrução Normativa IBAMA nº 34, de 14 de dezembro de 2004. Normas gerais para o exercício da pesca do pirarucu na região**. Disponível em: <https://www.icmbio.gov.br/cepsul/images/stories/legislacao/Instrucao_normativa/2004/in_ibama_34_2004_normasgeraisparaoexerciciodapescadopirarucunaregiao_n.pdf>. Acesso em: 06 de junho de 2023.

Senado Federal. **Projeto de Lei 2524**. 2022. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=9202366&ts=1664560845482&disposition=inline>>. Acesso em: 06 jun. 2023.

STRALIOTTO, L. M. **Eco design de joias: estudo de casos de reuso e reciclagem**. Porto Alegre: UFRGS - Programa de Pós-Graduação em Design, 2009. Dissertação de mestrado em Design.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: Editora da Universidade, 2002.

QUARTIM, Elisa. **Recycling, upcycling e downcycling**. 2011. Disponível em <<http://embalagensustentavel.com.br/2011/02/17/recycling-downcycling-upcycling/>>. Acesso em 07 de junho de 2023.

OSKLEN. **Sustainability Highlights**. 2021. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/online.osklen.com/IE_Osklen_FR_SustainabilityHighlights22_290622_final.pdf>. Acesso em: 07 de junho de 2023.

ESTILOZZO. **Osklen lança a Black Edition: uma coleção com a tecnologia Stays Fresh da Polygiene**. 2019. Disponível em: <<https://www.estilozzo.com/osklen-lanca-a-black-edition-uma-colecao-com-a-tecnologia-stays-fresh-da-polygiene/>>. Acesso em: 08 de junho de 2023.

Osklen. **Sustentabilidade Instalações.** Disponível em:
<https://www.osklen.com.br/file/general/03_osklen_sustentabilidade_instalacoes.pdf>.
Acesso em: 08 de junho de 2023.

Osklen. **Gestão e Indicadores de Sustentabilidade.** Disponível em:
<https://landingpageosklen.s3-sa-east-1.amazonaws.com/Osklen_gestao_e_indicadores_de_sustentabilidade.pdf>. Acesso em: 08 de junho de 2023.

8 APÊNDICE

8.1 APÊNDICE 1 - ROTEIRO DA ENTREVISTA

1. A empresa possui alguma afiliação ou conexão com alguma vertente política no contexto brasileiro?
2. A marca demonstra um comprometimento com os princípios dos 3 Rs (Reduzir, Reutilizar e Reciclar) e com o conceito de upcycling?
3. A cadeia produtiva da empresa depende de fornecedores para garantir a sua abordagem sustentável, ou a empresa é responsável por produzir os próprios insumos?
4. A empresa possui cláusulas contratuais que exigem que os fornecedores sigam os mesmos princípios e propósitos sustentáveis?
5. Quais são os processos específicos ao longo da cadeia produtiva que contribuem para tornar o produto sustentável ou biodegradável?
6. Durante o planejamento de uma nova coleção, são consideradas novas opções de matérias-primas sustentáveis?
7. Além dos processos de criação, quais outras práticas ambientais a empresa adota?
8. Por que a empresa se considera uma empresa de moda sustentável (slow fashion)?
9. Desde que você começou a trabalhar na empresa, você sente uma maior vontade de consumir os produtos oferecidos?
10. Você acredita que a Osklen exerce uma influência positiva no mercado? Qual legado você acredita que a marca esteja deixando?
11. Você considera a empresa como sendo inovadora? Em caso afirmativo, em quais aspectos ou áreas você acredita que a empresa demonstra inovação?

12. Qual é a relevância percebida da marca para seus consumidores? A empresa enxerga essa relevância como um desafio ou como uma vantagem estratégica?

13. Você acredita que a marca está de alguma forma alinhada com as Metas de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidas pela ONU?

14. Como a Osklen posiciona-se em relação ao conceito de sustentabilidade?

15. Por que a empresa decidiu adotar essa abordagem específica? Quais aspectos vocês identificaram que os levaram a seguir essa direção?