

CARTILHA



Recomendações

para Moda Sustentável no Brasil



Guia de bordo

MODOS DE USAR A CARTILHA _____ **03**

PARTE I _____ **06**

O que é Sustentabilidade

- >> Para começo de conversa
- >> Moda sustentável: ilusão ou realidade?
- >> Mapeando o problema
- >> Conceitos para ter na ponta da língua – circularidade, trabalho decente e responsabilidade social.

PARTE II _____ **17**

As Recomendações para a Moda Sustentável no Brasil

- >> Grupo 1: Desenvolvimento da cadeia e do ambiente de negócios
- >> Grupo 2: Aumento da oferta de capital
- >> Grupo 3: Fortalecimento do ecossistema da moda e de suas organizações e atores
- >> Grupo 4: Ambiente legal e regulatório favorável
- >> Grupo 5: Geração e disseminação de conhecimento

PARTE III _____ **48**

Monte seu plano de ação

GLOSSÁRIO _____ **53**

EXPEDIENTE _____ **54**



**COLABORA MODA
SUSTENTÁVEL**

Modos de usar

Para que serve a cartilha?

Este material foi criado pelo Colabora Moda Sustentável para pessoas que trabalham no setor da moda e que desejam usar estratégias da sustentabilidade em suas tarefas diárias.

Como o tema é novo para muitos e precisa de tempo para ser bem compreendido, propomos leituras curtas e exercícios.

Como absorver o conteúdo?

- Tire um tempo para estudar a cartilha, sem querer ler tudo de uma só vez. Faça as leituras e reflexões aos poucos.
- Em algumas páginas, há perguntas para guiar seu estudo. Observe como tudo funciona no seu trabalho para respondê-las.
- Inspire-se nos exemplos de quem já começou a mudança. Eles acompanham os cinco grupos de Recomendações.

SUGESTÃO:

✓ Tenha papel e caneta para registrar as reflexões. ➡

Para quem?

O conteúdo foi criado para quem costura, modela, empreende, faz design, vende, estuda, gerencia e ensina, além de outras profissões ligadas à moda. Todas as pessoas são bem-vindas na jornada por mais sustentabilidade.

Onde VOCÊ está na cadeia de valor da moda?

Localize seu trabalho

CADEIA DE VALOR | COLABORA MODA SUSTENTÁVEL



A CADEIA DE VALOR É O CONJUNTO DE ATIVIDADES QUE PRECISAM SER DESENVOLVIDAS PARA QUE UM PRODUTO – SEJA ROUPA OU CALÇADO – CHEGUE ATÉ O CONSUMIDOR. NA MODA, CHAMAMOS DE "ELO" CADA UMA DESSAS ATIVIDADES.



A moda é uma comunidade!

As palavras espalhadas nesta página representam diferentes atividades ligadas à moda. Você provavelmente não está em contato direto com todas elas, mas vale lembrar que cada uma tem importância e compõe esse ecossistema. Importante: estratégias para sustentabilidade só funcionam quando diferentes elos se unem.



PARTE I
PARA COMEÇO DE CONVERSA

O que é

SUSTENTABILIDADE



COLABORA MODA
SUSTENTÁVEL

Sus ten ta bi li da de

Sustentabilidade é uma palavra cada vez mais comum, já reparou? Nas prateleiras das lojas de moda, muitos produtos são vendidos como sustentáveis.

Quem compra gosta de saber que está consumindo de forma consciente. Porém, algumas marcas usam palavras como "eco" ou "verde" de forma mal-intencionada ou com exagero, gerando confusão.

Praticar moda sustentável é algo mais profundo do que uma frase inspiradora na etiqueta. Na maioria das vezes, aliás, nem tem a ver com consumo. É sobre cuidar do planeta e dos seres vivos – nós, que moramos aqui agora, e as futuras gerações.



IMPORTANTE:

Não estamos falando que você ou alguém individualmente é responsável por salvar o planeta, combinado? Essa é uma missão coletiva e que precisa de ação da sociedade civil, das grandes e pequenas empresas e dos governos.



Moda Sustentável:

ILUSÃO OU REALIDADE?

IMAGEM // Revovoda

Quem está envolvido em alguma etapa da criação das roupas sabe que uma pequena coleção é capaz de gerar bastante sobra de tecido e de outros materiais, como aviamentos e embalagens.

Se em um ateliê os retalhos geram preocupação, qual o tamanho do problema quando consideramos a moda do Brasil inteiro? Dê uma olhada nos números a seguir, que tratam da realidade do nosso país – e que foram publicados no ano de 2021:

170 MIL

TONELADAS DE LIXO GERADAS PELA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÕES POR ANO

APENAS
20%

DESSE RESÍDUO TÊXTIL É RECICLADO

63

TONELADAS DE RESÍDUOS TÊXTEIS SÃO GERADOS POR DIA SÓ NA CIDADE DE SÃO PAULO

FONTE: Revista Piauí e Recicla Sampa

QUAL O MELHOR JEITO DE COMEÇAR A RESOLVER
PROBLEMAS TÃO COMPLEXOS COMO OS IMPACTOS
NEGATIVOS DA MODA?

Olhando para a própria realidade!



IMPOSSÍVEL
É
NÃO MUDAR

#FASHREV

UM DOS MAIORES DESAFIOS DE AGIR POR SUSTENTABILIDADE É REIMAGINAR O JEITO DE FAZER ROUPAS, CALÇADOS E ACESSÓRIOS.

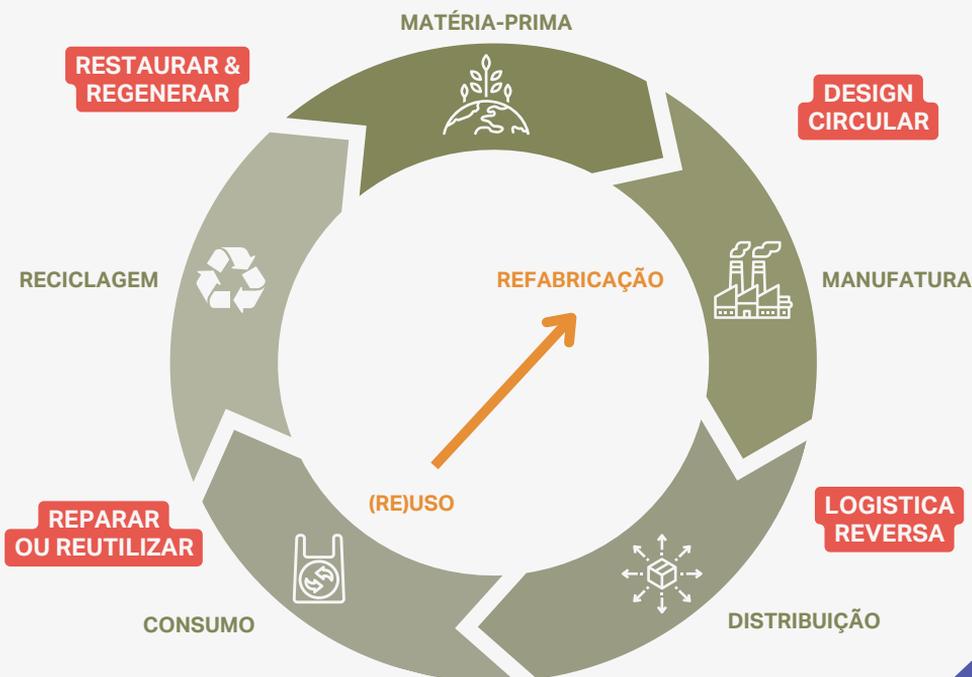
Aprendemos tão bem os processos produtivos e usamos certos materiais por tanto tempo que trocar esse roteiro pode causar receio.

Conscientizar-se de que dá para fazer diferente é o começo da virada.
Em seguida, abrir espaço para um novo vocabulário.

ECONOMIA LINEAR



ECONOMIA CIRCULAR



Conceitos

PARA TER NA PONTA DA LÍNGUA

CIRCULARIDADE E REGENERAÇÃO

No modelo CIRCULAR, imitamos a natureza. Ou seja, o que seria considerado lixo é reconhecido como nutriente, como um recurso que entra em novo ciclo de produção ou uso. Assim, buscamos regenerar os ecossistemas.

Algumas ideias-chave:



1. LIXO É ERRO DE DESIGN

Desde o início do projeto, avalie como diminuir ou eliminar os resíduos da produção. Antecipe-se ao problema!



2. QUALIDADE É TUDO

Tente manter produtos e materiais em uso pelo maior tempo possível, evitando o descarte.



3. MENOS É MAIS

Como os recursos naturais são finitos – e o consumo exagerado pode levar a Terra ao esgotamento –, o material mais sustentável é sempre aquele que já existe.



TRABALHO DECENTE

Condição em que homens e mulheres obtêm um trabalho produtivo e de qualidade, com liberdade, equidade, remuneração justa, segurança e dignidade.

Conforme a Organização Internacional do Trabalho (OIT), só com trabalho decente podemos

**SUPERAR A POBREZA
& REDUZIR AS DESIGUALDADES SOCIAIS.**

bons exemplos



A Justa Trama é um empreendimento da economia solidária formado por agricultores, fiadores, tecedores, costureiras, artesãos, coletores e beneficiadores de sementes. Gente que acredita no comércio justo e solidário e nas relações de produção sem exploração. Além de produzirem o algodão agroecológico, regeneram o solo e os ecossistemas, e vendem roupas costuradas por mulheres.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Foi-se o tempo em que o objetivo único de um negócio era gerar lucro. Na moda sustentável, sempre levamos em conta como um negócio pode amparar as pessoas que fazem parte dele e de sua rede.

A moda tem muitas possibilidades de gerar impacto positivo. Vamos usar essa força dos negócios para o bem?



Além dos benefícios para as pessoas e a natureza, trabalhar com sustentabilidade traz vantagens financeiras.

Reunimos alguns argumentos financeiros para pegar esse caminho ↓

EMPRESAS QUE TRABALHAM COM CONSCIÊNCIA SOCIOAMBIENTAL & AGEM PROTEGENDO O MEIO AMBIENTE ↓



MANTÊM SEUS FUNCIONÁRIOS MAIS ENGAJADOS, DIMINUINDO A ROTATIVIDADE



GANHAM A CONFIANÇA DAS PESSOAS, SEJAM COLABORADORES OU CLIENTES

MENOS DESPERDÍCIO DE MATERIAL E MAIS REAPROVEITAMENTO.

Os processos produtivos são pensados de forma inteligente e, assim, há economia de recursos.



Sustentabilidade é um valor, um jeito de existir no mundo. Com ela, podemos tomar decisões mais éticas na vida pessoal e profissional. Estamos sempre aprendendo e melhorando!



agora é com você



"LEVANDO EM CONTA TUDO QUE VIMOS ATÉ AQUI, O QUE VOCÊ PODE FAZER MELHOR NO SEU TRABALHO? PODE SER UM NOVO PRODUTO OU UM SERVIÇO DE MODA.

Não se limite ao que é possível ou fácil de executar, já que esse é um exercício de imaginação. Avalie o seu contexto atual, rabisque ideias, traga o máximo possível de detalhes. Tenha em mente um futuro com mais circularidade, trabalho decente e responsabilidade social.



PARTE II

As
Recomendações
PARA A MODA SUSTENTÁVEL



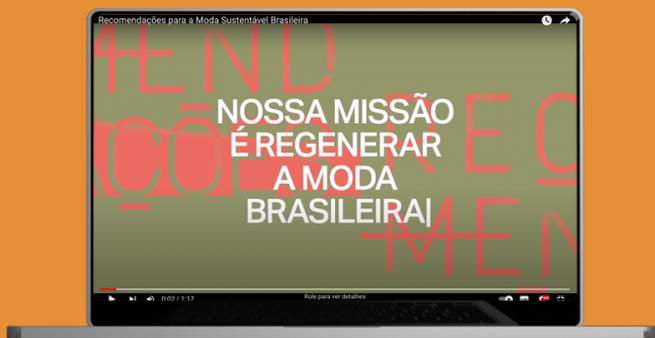
COLABORA MODA
SUSTENTÁVEL

O que são as Recomendações?

Agora vamos mergulhar mais fundo em como cada um de nós pode fazer a moda circular e regenerativa acontecer.

Para elaborar as orientações, usamos como base um documento criado por especialistas do Colabora Moda Sustentável: as [Recomendações para Moda Sustentável](#).

O documento é direcionado às empresas de moda, ao poder público e às organizações de educação e da sociedade civil relacionadas com moda.



[ASSISTA NO YOUTUBE](#)

[LEIA TEXTO COMPLETO](#)

Nas próximas páginas, você vai entender como as [Recomendações](#) estão agrupadas e como esses cinco grupos são fontes de boas ideias para todos no setor poderem melhorar: [Pequenas, médias e grandes empresas, governos, bancos, escolas, organizações e sociedade.](#)

DESENVOLVIMENTO DA CADEIA E DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS



IMAGEM // SANTISTA JEANSWEAR

Fazer da moda um espaço seguro é um movimento totalmente conectado à sustentabilidade. É que, além dos pilares ambiental e econômico, a sustentabilidade inclui os pilares social e cultural.

Não existe moda sustentável sem cuidado com o meio ambiente, assim como sem valorizar a identidade brasileira, celebrar nossas raízes e garantir condições de trabalho decentes para as pessoas que constroem esse setor.

Precisamos de responsabilidade social e ambiental para construir uma cadeia de valor mais segura.

OBJETIVOS DO GRUPO 1

PROMOVER equidade (de raça, gênero, orientação sexual), GARANTIR direitos humanos, REDUZIR informalidade, AUMENTAR segurança social e ambiental.

1.1

Que todas as empresas da cadeia da moda (varejistas, marcas, indústrias e agronegócio), incluindo as plataformas online de venda de vestuário, calçados e acessórios – através de suas áreas competentes – tenham políticas de suprimentos e de compliance com exigência das origens dos materiais do produto e as condições de trabalho em que foi produzido, incluindo os terceirizados e subcontratados de todo o ciclo produtivo da moda.

1.2

Que grandes empresas do setor (varejistas, marcas, indústrias e agronegócio) estabeleçam políticas de compras visando um relacionamento estratégico com a cadeia de fornecimento – aumentando a previsibilidade, assumindo comprometimento com a compra, garantindo prazos de pagamentos que não comprometam a saúde financeira dos fornecedores – para médios, pequenos e micro fornecedores, contribuindo para aumentar a perenização dos atores da cadeia e reduzindo as desigualdades e fragilidades entre os elos.

1.3

Que profissionais das empresas varejistas responsáveis pela definição e escolha das coleções adotem em suas coleções as identidades brasileiras e ressaltem a diversidade de corpos nos seus produtos, e que valorizem economicamente e respeitem a autoria, bem como a autodeterminação dos grupos produtivos envolvidos.

1.4

Que empresas (varejistas, marcas, indústrias e agronegócio) têxteis, de calçados e acessórios promovam ativamente a redução e compensação das suas emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), o uso eficiente de recursos naturais, a boa gestão de resíduos, a redução do uso de químicos perigosos na produção, façam uso das práticas regenerativas e circulares, e adotem mecanismos de mensuração e certificação. Assumindo compromissos mensuráveis e prazos definidos nos próximos 5 anos.

1.5

Que todas as empresas e organizações da cadeia de valor da moda tenham, em suas políticas e estratégias, metas e ações claras para promover uma cadeia que respeite os direitos humanos, com mais equidade, considerando gênero, raça, LGBTQIA+, pessoas com deficiência e território de origem.

1.6

Que associações setoriais, grandes empresas (varejistas, marcas, indústrias e agronegócio) e organizações sociais promovam mecanismos de captura e disseminação de informações sobre a origem dos materiais e produtos e as condições de trabalho em que foram produzidos, incluindo os terceirizados e subcontratados de todo o ciclo produtivo da moda, para garantir a transparência, visibilidade e rastreabilidade na cadeia de valor.

De olho na sua realidade



REFLITA ANTES DE AGIR:

Responda as questões abaixo, levando em consideração o seu ambiente de trabalho.

- () Você sabe de onde vem e em quais condições são produzidos os materiais usados na produção das roupas ou sapatos que a sua empresa vende?
- () Quem trabalha na costura tem remuneração suficiente? O ambiente da oficina é saudável e seguro?
- () A sua empresa consegue estabelecer relações de longo prazo com fornecedores?
- () O tempo do trabalho das pessoas é respeitado? Ou existe uma cultura de pressa?
- () As peças das coleções da sua marca ou loja se inspiram na nossa cultura e nas nossas identidades?
- () No ambiente de trabalho, há discriminação em função de gênero, cor, orientação sexual, características físicas e território de origem?
- () Você fornece para grande empresas? Conhece o Programa de Certificação ABVTEX?

_____ Lembrou de outras questões? Inclua na lista.

agora é com você



COLOQUE A SUSTENTABILIDADE EM PRÁTICA, TRAZENDO PARA A SUA REALIDADE O GRUPO 1 DAS RECOMENDAÇÕES: ⇨

→ Sempre pesquise antes de encomendar materiais ou peças prontas e se certifique da origem de tudo – onde, como e por quem foram produzidos. Somos todos corresponsáveis, portanto, depois não vale argumentar que o serviço era terceirizado, ok?

→ Tente organizar o fluxo de produção para que sua rede de fornecedores consiga se preparar para o pedido, com boas condições de prazo e pagamento.

→ Na hora de criar, olhe ao redor: cores, histórias, fauna e flora... Tudo que pode embelezar suas coleções de moda de uma forma criativa e autoral.

→ Coloque energia em construir boas relações com quem você trabalha. Respeito, apoio e solidariedade fortalecem o ecossistema de moda e melhoram a vida de todos.

→ Defina metas com intenção de melhorar em questões como diversidade e equidade. Comunique essas decisões ao seu público.

→ Considere contratar um grupo de costura para produzir suas coleções. É uma chance de apoiar mulheres que, por meio do trabalho, garantem melhores condições de vida para si e para suas famílias.



COLETIVO SARTASIÑANI

Em 2022, o Coletivo Sartasiñani desenvolveu a coleção Latinossomos, com referências à cultura boliviana que é raiz da maioria das costureiras do grupo. Uma das líderes da iniciativa, Nancy Salva, falou sobre a importância de as costureiras reconhecerem suas histórias nas roupas produzidas:

"TÍNHAMOS O SONHO DE COSTURAR ROUPAS QUE REFLETISSEM NOSSA CULTURA, NOSSO TRABALHO. MÃO DE OBRA MIGRANTE NA CONFECÇÃO DE ROUPA CUIDANDO DO MEIO AMBIENTE, COM SUSTENTABILIDADE EM TODOS OS SENTIDOS.

NOSSA PRODUÇÃO, QUE NÃO TEM GRANDE ESCALA, FOI PENSADA PARA MOSTRAR QUE ESTAMOS AQUI E QUE SAÍMOS DA EXPLORAÇÃO DE TRABALHO MAL REMUNERADO. NOS SENTIMOS FELIZES QUANDO DESFILAMOS ROUPAS COSTURADAS POR NÓS MESMAS."

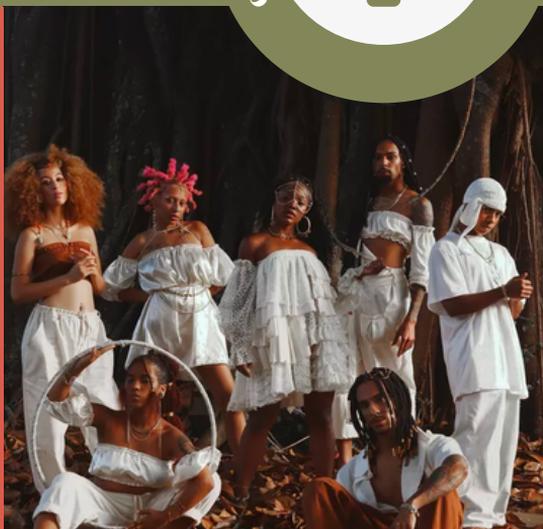
NANCY SALVA • COLETIVO SARTASIÑANI



PROJETO SANKOFA



O estilista Rafael Silvério idealizou o Projeto Sankofa, que levou diversas marcas de empreendedores racializados para as passarelas do São Paulo Fashion Week pela primeira vez. Também cofundou VAMO (Vetor Afro-Indígena na Moda), uma startup de inovação social interracial. São dele as 3 dicas para agir de forma antirracista na moda:



1

Metas e objetivos devem ser estabelecidos para que todas as pessoas, tanto trabalhadores quanto clientes, possam cobrar avanços nas questões do antirracismo.

2

Oportunidades de emprego devem ser criadas especificamente para pessoas negras. Flexibilizar os critérios de contratação, facilitando o ingresso, é uma ação antirracista.

3

A permanência dos talentos e seu desenvolvimento, pensando em futuras lideranças racializadas, deve ser estimulada dentro das empresas de moda.

RAFAEL SILVÉRIO • SANKOFA



AUMENTO DA OFERTA DE CAPITAL



IMAGEM // FUNDAÇÃO HERMANN HERING

Já reparou que as pequenas empresas de moda podem funcionar como laboratórios para a sustentabilidade? Nelas, a inovação realmente acontece – ou, no mínimo, nelas existem condições para começar a resolver os problemas gerados pela moda.

Com mais abertura para testar novidades, as pequenas costumam ser ágeis e flexíveis para realizar testes, além de menos engessadas. As grandes empresas, por outro lado, geralmente têm mais capital para investir e assim podem dar mais escala à inovação.

A junção de forças entre pequenas e grandes empresas pode criar soluções e incentivar a moda circular e regenerativa.

OBJETIVOS DO GRUPO 2

ATRAIR e AMPLIAR recursos financeiros que ajudem a IMPULSIONAR modelos de negócios, tecnologias e processos produtivos mais sustentáveis.

2.1

Que organizações da sociedade civil com ações focadas na cadeia da moda, em conjunto com associações do setor liderem iniciativas que conectem financiadores sociais e ambientais nacionais e internacionais, aumentando possibilidades de atração de outros recursos ao financiamento de uma transição sustentável na cadeia e alavanquem a visibilidade e solução das questões sociais e ambientais críticas.

2.2

Que as grandes empresas (varejistas, marcas, indústrias e agronegócio) da cadeia da moda direcionem, anualmente, 1% de seu lucro bruto para a aceleração de agendas de P&D (por exemplo, criação de centros de inovação tecnológica, desenvolvimento de projetos internos de inovação etc.), focando em soluções sustentáveis, regenerativas e circulares para o território ao longo da cadeia.

2.3

Que bancos privados, bancos digitais, fintechs e cooperativas de créditos criem fundos para apoiar MEI, micro, pequenas e médias empresas, e que disponibilizem produtos financeiros (tais como, por exemplo, seguros, financiamento produtivo/maquinário, microcrédito, fundo de aval, crédito para inovação e sustentabilidade) adequados aos elos mais vulneráveis da cadeia.

De olho na sua realidade

REFLITA ANTES DE AGIR:

Responda as questões abaixo, levando em consideração o seu ambiente de trabalho.

() Existem produtos ou serviços na sua empresa que podem interessar a alguma grande empresa ou instituto ligado à moda sustentável?

() Como seria o impacto positivo dos seus projetos de moda se tivesse o apoio de um financiador? Já tem condições de ganhar mais escala e beneficiar mais pessoas?

() Você já listou quais as áreas da sua empresa ou do seu projeto que mais precisam de investimento? Quais seriam as prioridades e qual seria o valor adequado para ampliar suas operações?

() Você sabe de algum edital de financiamento ou projeto de incentivo que faça sentido para os seus projetos? Existem, por exemplo, editais específicos para mulheres empreendedoras da moda. Já pesquisou sobre eles?

_____ Lembrou de outras questões? Inclua na lista.

agora é com você



COLOQUE A SUSTENTABILIDADE EM PRÁTICA, TRAZENDO PARA A SUA REALIDADE O GRUPO 2 DAS RECOMENDAÇÕES: ➡

→ Defina um projeto de moda sustentável que possa ser apresentado para uma grande empresa, como um serviço. Muitas grandes empresas têm interesse em ampliar seus projetos de impacto positivo em parceria com pequenas empresas inovadoras.

→ Dica: procure o departamento de sustentabilidade das grandes empresas e tente estabelecer contato. Se não houver uma área especializada, tente falar com alguém engajado no tema. O LinkedIn é uma ótima ferramenta para fortalecer esse tipo de relacionamento profissional.

→ Se você trabalha em uma empresa com capital para investir, pode ser o momento de buscar novos modelos de negócio para apoiar. Levante essa bandeira!



IMAGEM // REVOADA



REVOADA + LATAM

Em janeiro de 2023, a companhia aérea Latam transformou 10 toneladas dos seus uniformes usados. O projeto foi realizado em parceria com a Revoada, especializada em reutilização criativa para reduzir o uso de recursos. Uma das novas peças criadas dessa forma passou até pela Semana de Moda de Paris!

"O CLIQUE DE OFERECER SERVIÇO VEIO DA DIFICULDADE DE VENDER PRODUTOS: PRECISÁVAMOS DE UMA EQUIPE GRANDE E INVESTIMENTO EM MÍDIA PARA REALIZAR AS VENDAS. JÁ O SERVIÇO PODE SER REALIZADO COM EQUIPES FLUTUANTES CONFORME A DEMANDA.

COM A CONSULTORIA, QUANDO NOS ASSOCIAMOS A UMA GRANDE EMPRESA NOSSO IMPACTO É EXPANDIDO. O QUE FUNCIONA É BATER NA PORTA DAS EMPRESAS SEM MEDO DE MOSTRAR O QUE FAZEMOS. "

ITIANA PASETTI • REVOADA



FORTALECIMENTO DO ECOSSISTEMA DA MODA E DE SUAS ORGANIZAÇÕES E ATORES



Corresponsabilidade significa compartilhar com outras pessoas ou organizações a responsabilidade por um objetivo comum. Uma empresa ou uma pessoa sozinha não resolve todos os problemas da moda, é claro. Mas pode fazer muito quando se junta a parceiros como ONGs, escolas, órgãos públicos, voluntários...

Já pensou em se unir a projetos sociais e iniciativas da sua região?

Corresponsabilidade ajuda a melhorar o ambiente de negócios.

OBJETIVOS DO GRUPO 3

REDUZIR as desigualdades, AMPLIAR a diversidade, CONSTRUIR uma agenda positiva, PRIORIZAR soluções colaborativas.

3.1

Que empresas, institutos e fundações empresariais e familiares apoiem a criação de novas organizações e atuem no fortalecimento de organizações da sociedade civil (ONGs, cooperativas produtivas, coletivos e grupos de costura, associações representativas), que apoiam causas sociais e ambientais na cadeia da moda, criando assim um ecossistema mais diverso e dinâmico na busca de soluções coletivas, por meio da destinação de 10% de seu orçamento anual de responsabilidade e investimento social ou similar.

3.2

Que todas as instituições de ensino e de treinamentos, tais como institutos de ensino técnico, institutos profissionalizantes e organizações do Sistema S – que oferecem diversos cursos e formações focados na educação empreendedora e na formalização da mão de obra da cadeia da moda – revisem sua metodologia, linguagem e plataformas online (experiência do usuário) criando, assim, formatos adequados e de uso acessível – navegação online simples e linguagem clara para o público-alvo destas formações, tanto em grandes centros, quanto em polos regionais.

3.3

Que as universidades e escolas técnicas incorporem as temáticas da Sustentabilidade, Responsabilidade Social, Direitos Humanos, Trabalho Decente, Equidade e Economia Regenerativa e Circular, nas suas ofertas de ensino da graduação, pós-graduação e extensão em cursos dedicados à cadeia e transversalmente em cursos regulares já existentes.

De olho na sua realidade



REFLITA ANTES DE AGIR:

Responda as questões abaixo, levando em consideração o seu ambiente de trabalho.

() Ao executar as tarefas do dia a dia, você trabalha sozinha ou junto a uma equipe?

() Você tem contato com outras áreas da empresa ou outras empresas ao realizar um projeto? Conseguem pensar em soluções que integram diferentes visões e experiências?

() Existe algum grupo, organização ou escola que desenvolve projetos sociais e que poderiam se associar aos projetos da sua empresa?

() Como o que você faz no seu trabalho pode ajudar outras pessoas da sua comunidade?

_____ Lembrou de outras questões? Inclua na lista.



**COLOQUE A SUSTENTABILIDADE EM PRÁTICA,
TRAZENDO PARA A SUA REALIDADE O GRUPO 3
DAS RECOMENDAÇÕES:** ➡

→ Proponha-se a trabalhar com pessoas de áreas diferentes da sua para criar soluções de moda. Chame para conversar as pessoas responsáveis por outras atividades e una as experiências e qualidades de cada uma.

→ Busque aprender métodos para tomar decisões em grupo. Decidir coletivamente tem desafios, mas traz soluções que sozinhos nunca conseguiríamos.

→ Pense em colaborar com iniciativas da sua cidade ou região e, assim, reforçar o impacto positivo do seu trabalho. Ir além da sua empresa amplia os horizontes e traz novas oportunidades. Comece listando alguns projetos sociais cujo trabalho você admira.



IMAGEM // SITE ABIT



TECENDO SONHOS

O programa Tecendo Sonhos, que é uma iniciativa da Aliança Empreendedora, promove relações dignas de trabalho na cadeia têxtil por meio do empreendedorismo. As ações do programa integram micro e pequenos empreendedores de facções têxteis, organizações sociais que trabalham com migração, governo, redes, pesquisadores e tecnologias que transformam as relações ao longo da cadeia e o consumo responsável.

A coordenadora Cristina Filizzola dividiu alguns de seus maiores aprendizados à frente desse projeto que tanto transforma o ecossistema brasileiro de moda.

"COLABORAR É PENSAR DE FORMA COMPLEMENTAR: COMO UMA PESSOA OU INSTITUIÇÃO PODE AJUDAR A OUTRA? UM GRUPO GANHA MAIS ADESÃO QUANDO AS PESSOAS PERCEBEM QUE AQUILO QUE ELAS SABEM É VALORIZADO, E QUE PODEM TROCAR EXPERIÊNCIAS COM OUTRAS PESSOAS. AGIR EM PROJETOS PRÁTICOS É O QUE MANTÉM AS PESSOAS UNIDAS. "

CRISTINA FILIZZOLA • TECENDO SONHOS



AMBIENTE LEGAL E REGULATÓRIO FAVORÁVEL



Nem só de empresas vive a moda brasileira: o poder público tem um papel importante na transição para a sustentabilidade. Define direitos e deveres e constrói políticas públicas de incentivo a melhores práticas socioambientais.

**Mais do que consumidor,
cidadão. É hora de ativar sua
capacidade de articulação e
participar ativamente da
política local e nacional.**

OBJETIVOS DO GRUPO 4

ATUAR sobre o ambiente legal, articular regulamentações e normas que exijam condições mínimas, COBRAR responsabilidade social e ambiental, ética e transparência, FACILITAR o desenvolvimento sustentável.

4.1

Que órgãos públicos (esferas federal, estadual e municipal) – em seus processos de aquisição de produtos têxteis, vestuário e acessórios – incorporem critérios de desempenho social, ambiental e de economia regenerativa e circular na avaliação dos fornecedores; e nas esferas municipais e locais realizem chamadas de compras públicas – de produtos têxteis, vestuário, calçados e acessórios – com dispensa de procedimento licitatório para adquirir produtos de MEI, microempresas, grupos produtivos associados ou cooperados, aos moldes do Programa da Agricultura Familiar e do Programa Nacional da Alimentação Escolar.

4.2

Que o Ministério do Meio Ambiente desenvolva políticas à promoção da economia circular – como a ampliação das regras da Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS) para a indústria da moda – e implante os mecanismos financeiros e incentivos fiscais já previstos na lei da PNRS (capítulo 3, artigo 8, incisos IX e X) vinculados a soluções para separação e coleta de resíduos para grandes geradores, mapeamento das emissões de GEE do setor, linhas de financiamento que estimulem a redução da pegada ambiental da cadeia, a regeneração de solos e de fontes de água etc.

4.3

Que o Ministério da Economia, através do Comitê Gestor do Simples Nacional, faça avançar o Estatuto Nacional de Microempresas e as Empresas de Pequeno Porte, criando comitês nacionais para discussão e desenvolvimento das questões Trabalhistas, Inovação e Certificação da mesma forma que criou a Redesim – responsável pela criação do MEI, pela rapidez na abertura de empresas.



De olho na sua realidade



REFLITA ANTES DE AGIR:

Responda as questões abaixo, levando em consideração o seu ambiente de trabalho.

() Já pensou em produzir para a prefeitura do seu município? Você sabe se, nas licitações de compra, ela inclui critérios de sustentabilidade, além de preço?

() Você costuma se informar sobre política em diversas fontes? Em tempos de fake news, verifique as notícias do seu interesse fazendo busca em outros canais.

() Você e sua empresa está organizada, junto a outras pessoas do seu trabalho ou em um sindicato, para melhorar a capacidade de reivindicação e negociação junto aos órgãos públicos ?

_____ Lembrou de outras questões? Inclua na lista.



**COLOQUE A SUSTENTABILIDADE EM PRÁTICA,
TRAZENDO PARA A SUA REALIDADE O GRUPO 4
DAS RECOMENDAÇÕES: ➡**

→ Encontre os canais abertos para cidadania em sua cidade, estado ou na esfera federal. Leve as demandas do seu grupo e coloque os temas de interesse em pauta.

→ Os governos também podem ser compradores do seu produto ou serviço. Informe-se sobre processos de licitação para uniformes, por exemplo, ou outras áreas relacionadas à moda. Procure a prefeitura de seu município ou um vereador ou vereadora que possa apoiar a compra pública com sustentabilidade.

TRAMANDO JUNT@S

Projeto, nascido no Colabora Moda, que oferece uma metodologia para negócios coletivos onde as regras de mercado são respeitadas e as condições de trabalho e de partilha de ganhos obedece a critérios de sustentabilidade, de justiça social, de direitos humanos e de cuidados ambientais. Uma das suas lideranças, Sérgio Miletto, contou sobre a experiência que tiveram na venda de uniformes para o município de São Paulo:



"EM 2015, FOI APROVADA A LEI QUE OBRIGA A PREFEITURA DE SÃO PAULO A COMPRAR NO MÍNIMO 25% DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPE). JÁ ERA PREVISTO NO PROGRAMA TRAMANDO JUNT@S A VENDA PARA O SETOR PÚBLICO. EM 2020, O COLETIVO SARTASIÑANI SE CADASTROU NO EDITAL. ACABARAM SENDO RECONHECIDAS COMO AS MELHORES FORNECEDORAS DE UNIFORMES, CONCORRENDO COM GRANDES VAREJISTAS PAULISTANAS.

SEM O PODER PÚBLICO É IMPOSSÍVEL AVANÇAR POR UMA MODA SUSTENTÁVEL. É PRECISO CONVENCER O PODER PÚBLICO A FAZER LICITAÇÕES QUE CONSIDEREM UMA MODA SUSTENTÁVEL E SOCIALMENTE JUSTA."

SERGIO MILETTO • TRAMANDO JUNT@S



GERAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTO



Começar um novo caminho exige conhecimento e consciência sobre o que precisa mudar. Precisamos de condições para estudar e aprender conceitos e práticas.

Há diversas trilhas de aprendizado que podem ser acessadas gratuitamente em plataformas ou de forma presencial. Importante é abrir espaço para trocar informações, bem como aplicar as descobertas nos produtos e serviços.

OBJETIVOS DO GRUPO 5

DISSEMINAR conhecimento, APOIAR a qualificação profissional, CONDUZIR estratégias baseada em dados, SENSIBILIZAR para a moda regenerativa e circular.

5.1

Que organizações sociais, centros de pesquisa, empresas da cadeia, associações setoriais, universidades e o poder público criem o Observatório da Moda Sustentável de nível nacional para se tornar referência (reduzindo a pulverização da informação) no monitoramento de assuntos críticos da sustentabilidade da cadeia, entre eles:

→ *Alinhamento dos conceitos na moda sustentável – por exemplo, o que é material sustentável, regeneração, circularidade, biodegradável, etc;*

→ *Definição e monitoramento de indicadores da moda sustentável regenerativa e circular;*

→ *Compromissos sociais e ambientais como, por exemplo, redução da presença de trabalhadores informais e de trabalho análogo ao escravo na cadeia; redução e eliminação do uso de químicos perigosos na produção de matérias-primas, roupas, calçados e acessórios; percentual do total de peças produzidas no Brasil certificadas por selo(s) específico(s); valor da remuneração por peça; contextualização e divulgação para o Brasil das iniciativas de economia circular;*

→ *Investimentos da cadeia da moda construídos coletivamente;*

- Mapeamentos objetivos sobre perda de valor econômico do trabalho ao longo da cadeia;
- Contribuição da cadeia para os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável;
- O estado das compras públicas de vestuários, calçados e acessórios – “Boas Práticas e desafios”;
- Composição e disseminação de benchmarkings de boas práticas e casos de sucesso na moda sustentável;
- Estados atuais e avanços do arcabouço regulatório para a moda sustentável;
- Avanço do ecossistema de atores.

5.2

Que Empresas e Associações Setoriais destinem 20% de seu orçamento de comunicação e marketing anual para a educação suas partes interessadas (stakeholders) – por exemplo, agências de comunicação, jornalistas, grande mídia, influenciadores digitais – e seus clientes – (consumidores, personal shoppers, influenciadores parceiros e vendedores) nas questões da moda sustentável, regenerativa e circular – Direitos Humanos, Trabalho Decente, Equidade de Gênero e Racial, Meio Ambiente, Economia Circular, Uso Correto dos Termos da Moda Sustentável, Visibilidade às Boas Práticas e Soluções – trazendo foco para o que é intolerável (violação de direitos), evitando o green washing e o social washing e gerando mais prosumers, bem como um radar social consciente.

De olho na sua realidade



REFLITA ANTES DE AGIR:

Como você responde cada uma das questões abaixo, levando em consideração o seu ambiente de trabalho?

() Você tem dedicado tempo a atualizar seus conhecimentos sobre a área em que trabalha?

() Você sente falta de algum conhecimento técnico no seu trabalho? Consegue pensar em alguma atividade que poderia ficar mais simples se tivesse mais informações e tempo para pesquisa?

_____ Lembrou de outras questões? Inclua na lista.



agora é com você



**COLOQUE A SUSTENTABILIDADE EM PRÁTICA,
TRAZENDO PARA A SUA REALIDADE O GRUPO 5
DAS RECOMENDAÇÕES:** ➡

→ Converse com seus colegas, apresente casos de sucesso – como os que estão listados nesta cartilha – e mostre que o mercado da moda está mudando.

→ Procure iniciativas de sustentabilidade na moda na sua cidade, especialmente aquelas voltadas para informação, conscientização e aprendizado coletivo, e se conecte com elas. Trocar conhecimento é sempre engrandecedor para todos envolvidos.

→ Inspire pelo exemplo: todo mundo pode influenciar a mudança!

→ Fez um curso e aprendeu com ele? Indique para suas colegas e se proponha a ajudar na jornada de estudos.





IMAGEM // SITE ECOTECE



ECOTECE

O Ecotece é um instituto do terceiro setor que atua na promoção do vestir consciente e da cultura de sustentabilidade. Tem a missão de modificar as lógicas de produção e consumo para que a moda se torne mais ética, limpa e inclusiva. A presidente Julia Toro fala sobre a importância da educação para os grupos produtivos com os quais trabalha, especialmente dedicados à costura:

PARAR DE PRODUZIR PARA APRENDER NEM SEMPRE É VIÁVEL PARA OS GRUPOS PRODUTIVOS, QUE TÊM TEMPO ESCASSO. PARA INCENTIVÁ-LOS A ADQUIRIR NOVOS CONHECIMENTOS, O IDEAL É INVESTIR PARA QUE POSSAM SE DEDICAR.

TAMBÉM É IMPORTANTE QUE O CONTEÚDO SEJA ACESSÍVEL E QUE AS PESSOAS POSSAM APLICAR O APRENDIZADO NA CRIAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS OU SERVIÇOS.

JÚLIA TORO • INSTITUTO ECOTECE



PARTE III

monte seu

PLANO DE AÇÃO



COLABORA MODA
SUSTENTÁVEL

Criar mais sustentabilidade no trabalho com moda não tem uma receita única, nem manual de instruções: cada pessoa ou empresa, entendendo o seu contexto, vai definir as melhores estratégias para ter melhor impacto ambiental, social, econômico e cultural.

Passo a passo para construir sua jornada de moda sustentável:

1

RESPONDA todas as perguntas listadas na cartilha, de olho na sua realidade de trabalho.

Suas anotações são um registro deste momento!

2

REVISE as recomendações e sugestões da cartilha.

Anote também suas próprias ideias que surgirem a partir da leitura e dos exercícios.

3

DECIDA por qual dos grupos de recomendações começar. Pode ser aquela que mais te mobiliza.

Entusiasmo conta muito na hora de ir para a prática.

4

DEFINA metas realistas.

Uma mudança pequena e bem aplicada é melhor do que um objetivo grande, porém inatingível.



Comece pelo que você pode fazer hoje!

**NÃO ESPERE MAIS E NEM CONTE COM A
PERFEIÇÃO. VOCÊ VAI APRENDER MUITO NO
CAMINHO, PODE CONFIAR!**

Encontre seus aliados

**PESSOAS QUE COMPARTILHAM OS MESMOS
VALORES E QUEREM AGIR PELA MODA
SUSTENTÁVEL. COMECE POR QUEM ESTÁ NA
SUA REGIÃO, MAS TAMBÉM SE ABRA PARA AS
PARCERIAS VIRTUAIS.**



Entre em contato

COM O COLABORA MODA SUSTENTÁVEL SE
QUISER CONSTRUIR SOLUÇÕES
CONJUNTAMENTE.

O Colabora Moda Sustentável existe desde 2017. Foi criado para articular a mudança de um dos principais setores da economia brasileira, a moda.

Cerca de 100 pessoas físicas e jurídicas fazem parte desse movimento – incluindo produtores, indústrias, marcas, varejistas, associações setoriais, formadores de opinião, costureiras e lideranças do país.

O objetivo é mudar a cultura, influenciar políticas públicas, construir novas narrativas e criar soluções para uma moda brasileira ética e sustentável.

Saiba mais em ↓

colaboramodasustentavel.org.br



Glossário

ECOSSISTEMA:

Um conjunto de atores (indivíduos, empresas e instituições) que convivem entre si, formando um ambiente de conexões prósperas, onde o conhecimento se difunde.

ESG - Environment, Society and Governance:

Sigla em inglês para práticas ambientais, sociais e de governança (em português, ASG - Ambiente, Sociedade e Governança). É uma abordagem que vem ganhando destaque, já que o mercado financeiro tem se preocupado mais com a sustentabilidade e considerado esses fatores ao decidir sobre investimentos.

REGENERAÇÃO:

Conjunto de atos ligados à restauração da natureza e do tecido social. Trata da capacidade de pessoas, comunidades e sistemas naturais de se renovarem, evoluírem e florescerem.



Expediente

COLABORA MODA SUSTENTÁVEL:

Parceiros:

Organização Internacional do Trabalho (OIT)
Arezzo&Co
Fundação Hermann Hering
Grupo Soma
Instituto C&A

Conselho de Governança:

Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT)
Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)
Associação Latinoamericana de Micro, Pequena e Média Empresa (Alampyme)
Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE)
Instituto Trabalho Decente (ITD)
Organização Internacional do Trabalho (OIT)

Conselho Consultivo:

Casa Salô e Cora Design
Fundação Hermann Hering
Instituto C&A
Moda Verde

Coordenação:

Instituto Reos

REALIZAÇÃO DA CARTILHA:



COLABORA MODA SUSTENTÁVEL

cora

CASA SALÔ

