

Sustentabilidade e Moda: desafios e resultados

Sustainability and Fashion: challenges and results

Ana Paula Santos de Avila

Mestranda, Universidade do Estado de Santa Catarina, SC

ana.avila@udesc.edu.br

Dulce Maria Holanda Maciel

Doutora, Universidade do Estado de Santa Catarina, SC

dulceholanda@gmail.com

Sustentabilidade e Moda: desafios e resultados

Sustainability and Fashion: challenges and results

Ana Paula Santos de Avila, Dulce Maria Holanda Maciel

Resumo

Esta é uma entrevista com Rozalia Del Gaudio, Gerente Sênior de Comunicação e Sustentabilidade na C&A Brasil. Ela possui uma trajetória de 24 anos dentro da comunicação empresarial, com passagens por corporações como Vale e Grupo Votorantim. A entrevista foi baseada em sua palestra, realizada dia 19 de setembro de 2017, durante o evento ONDM – O Negócio da Moda – na cidade de Camboriú-Santa Catarina, trazendo assuntos relacionados à economia circular, sustentabilidade na moda e os projetos que estão sendo colocados em prática pela C&A a partir da sua estratégia global de sustentabilidade.

Palavras-chave: comunicação, moda, sustentabilidade

Abstract

This is an interview with Rozalia Del Gaudio, Senior Manager of Communication and Sustainability at C&A Brazil. She has an experience of 24 years in the business communication area, working in companies as Vale and Votorantim Group. The following interview was based in her talk during ONDM event – The Fashion Business – which occurred on September 19th, 2017, in Camboriú City, Santa Catarina State, Brazil. The questions are related to issues as circular economy, sustainability in fashion and about projects C&A has been practicing considering its global sustainability strategy.

Keywords: communication, fashion, sustainability

1. Apresentação



Figura 1: **Rozalia Del Gaudio**. (Arquivo pessoal, 2017)

Rozalia Del Gaudio (Figura 1) é Gerente Sênior de Comunicação e Sustentabilidade na C&A Brasil. Em sua palestra “Sustentabilidade e Moda: Desafios e Resultados”, realizada dia 19 de setembro de 2017, no evento ONDM – O Negócio da Moda – na cidade de Camboriú, Santa Catarina, abordou sobre a Plataforma Global de Sustentabilidade C&A, que tem como objetivo propor uma moda com impacto positivo. Esta plataforma é pautada em três pilares: Produtos Sustentáveis, Redes de Fornecimento Sustentável e Vidas Sustentáveis (Sustentabilidade C&A, 2017).

A palestrante tem 24 anos de experiência dentro da comunicação empresarial e, desde 2009, está na C&A. É graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela UFMG e cursou Mestrado em Administração na mesma instituição. Realizou Mestrado em Antropologia e Sociologia do Desenvolvimento e Doutorado em Sociologia, ambos na Université de Paris 1 – Panthéon Sorbonne, França.

Começou sua trajetória profissional trabalhando para a Alcan do Brasil, em 1993. Depois passou pela Aços Especiais Itabira (ACESITA), Cia Paulista de Ferro Ligas (CPFL), Mercado Atacadista de Energia Elétrica (MAE), Companhia Vale do Rio Doce e Grupo Votorantim. Durante esses anos, também atuou como professora de graduação e pós-graduação em algumas instituições.

No evento, Rozalia apresentou a Plataforma Global de Sustentabilidade C&A e abordou o conceito de economia circular, apontando detalhes de um ciclo virtuoso de produção, consumo e descarte. Ao final da palestra deixou o questionamento para o público: “O futuro é circular?”. Na entrevista a seguir, Rozalia Del Gaudio responderá sobre assuntos relacionados ao modelo de economia circular, a importância de se pensar em moda sustentável e o engajamento de toda uma corporação rumo à uma mudança.

2. Entrevista

a. Ao final da palestra você deixou o questionamento para o público se o futuro é circular. Quais posicionamentos você considera fundamentais para que as empresas e a sociedade iniciem essa mudança?

Acredito que a principal questão que existe, hoje, rumo à um modelo mais circular é a da colaboração, de como uma indústria que atualmente está conectada à milhões de pessoas no mundo, gerando impactos de diferentes naturezas, poderá se reinventar. Entendo que, cada dia mais, é necessário ouvir atentamente as demandas e necessidades dos nossos clientes e atendê-las, além disso, temos que combinar as práticas sustentáveis ao desenvolvimento de nossos produtos. Inclusive, a nossa coleção [C&A] circular de camisetas com certificação em nível Gold pela Cradle to Cradle™ é uma boa resposta para isso¹ e mostra que é possível tornar essas práticas tangíveis, bem como mobilizar toda a cadeia.

b. Como funcionam os três pilares rumo à moda circular da C&A: Produtos Sustentáveis, Rede de Fornecimento Sustentável e Vidas Sustentáveis? Qual o ponto chave que os conecta?

Esses pilares se conectam por meio de nossa Plataforma Global de Sustentabilidade, que ratifica o nosso compromisso de produzir uma moda com impacto positivo, produzida com materiais mais sustentáveis, com menos recursos naturais, em ambientes seguros, com condições dignas e justas de trabalho.

Em Produtos Sustentáveis temos como meta ter 100% de nossos produtos produzidos com algodão mais sustentável até 2020. Hoje, no Brasil, 40%

dos nossos artigos são produzidos com algodão mais sustentável, o que inclui o BCI² e o algodão orgânico. Também, já estamos estudando a adoção de demais matérias-primas mais sustentáveis em nossos produtos. Já no pilar Rede de Fornecimento Sustentável, trabalhamos para elevar os padrões ambientais e sociais nas unidades produtivas que fazem os nossos produtos, bem como melhorar as próprias operações, que inclui a capacitação e o desenvolvimento de fornecedores, transparência e para garantir condições de trabalho seguras e justas para todos que fazem parte da rede de fornecimento da empresa. Enquanto, em Vidas Sustentáveis, estamos aumentando as nossas ações de comunicação sobre o tema, contribuindo para a ampliação desse conhecimento entre nossos clientes, o que significa que nos concentramos no engajamento dos funcionários da rede para que se tornem embaixadores da C&A e multipliquem esse conhecimento.

c. Como funcionam as estratégias de comunicação da C&A para que esta nova abordagem do conceito de economia circular seja incorporada aos seus trabalhadores e consumidores?

Nós entendemos a importância de criar uma cultura de sustentabilidade entre os nossos funcionários, pois eles desempenham um papel fundamental em relação ao nosso compromisso de moda sustentável, eles são o nosso elo e um dos nossos principais canais de comunicação com o consumidor. Nos dedicamos a contar para nossos funcionários e consumidores toda a história da nossa primeira coleção circular e a importância da economia circular, para que de fato eles percebam o pioneirismo e a inovação da C&A ao lançar essa coleção, e que fique claro o valor agregado de ter essas peças em seu guarda-roupa. Todas as camisetas certificadas apresentam *tags* que contam sobre a certificação e, em nosso site, é possível encontrar informações mais detalhadas sobre os diferenciais da camiseta. Também produzimos um vídeo para nossas redes sociais que ilustra o conceito da peça e suas possíveis destinações, como reuso e compostagem.

Desde o ano passado, temos incorporado em nossa comunicação a temática, incluindo campanhas específicas para sustentabilidade. Coproduzimos, com a National Geographic, um documentário para falar sobre algodão orgânico³ e, na loja virtual, incluímos pequenos programas nos sistemas de som e temos engajado cada vez mais nossos funcionários.

d. Durante a palestra você citou a camiseta que estava usando da C&A, 100% reciclável e feita de algodão orgânico, produto que recebeu a certificação Cradle-to-Cradle™ nível Gold. A ideia da C&A é que todos os produtos ofertados pela empresa sigam o mesmo caminho?

A certificação é um processo científico, feita por um instituto especializado. Por isso, estamos avaliando se e como podemos expandir essa certificação para demais produtos da empresa, além de quais serão as nossas ações nessa direção.

e. Para finalizar, o que você considera mais desafiante no seu trabalho e qual a sua perspectiva para a C&A daqui a 50 anos?

Acho que nosso desafio diário é pensar em como podemos, cada vez mais, contribuir para um futuro mais sustentável e colaborativo. Espero que iniciativas de sustentabilidade ganhem mercado e façam parte da vida das pessoas. Também acredito que os consumidores não entenderão mais as questões de sustentabilidade como um diferencial de marcas, isso terá que ser algo natural do negócio. Empresas que não tiverem, em sua estratégia e em seu portfólio, produtos íntegros do ponto de vista social e ambiental estarão fora do mercado.

Notas

¹ A certificação Cradle-to-Cradle™ é a única norma holística de terceiros capaz de certificar produtos circulares. Ela certifica todos os aspectos da fabricação dos produtos, desde a fonte das matérias-primas, os produtos químicos, a água ou energia utilizada na fabricação, como o desenvolvimento do produto possibilita a reutilização de materiais, até as condições sociais na cadeia de valor (Fonte: C&A Relatório Global de Sustentabilidade 2016, 2017).

² BCI - Better Cotton Initiative™ é uma organização sem fins lucrativos que, através da cooperação de um grupo de organizações, define como seria um modo melhor e mais sustentável de cultivar o algodão (Fonte: BCI, 2017).

³ Documentário *For the Love of Fashion* (Fonte: C&A, 2017).

Referências

BCI – Better Cotton Initiative™. **About BCI: Who We Are**. Disponível em: <<http://bettercotton.org/about-bci/who-we-are/>>. Acesso em: 21 out. 2017.

C&A. **For the Love of Fashion: National Geographic Channel and C&A explore sustainable fashion**. 2016. Disponível em: <<https://www.c-and-a.com/uk/en/corporate/company/newsroom/featured-stories/2016/for-the-love-of-fashion/>>. Acesso em: 21 out. 2017.

C&A Relatório Global de Sustentabilidade 2016. **Moda Circular em Primeiro Lugar – Moda Circular para todos**. 2017. Disponível em: <<http://sustainability.c-and-a.com/pt/produtos-sustentaveis/moda-circular/moda-circular-em-primeiro-lugar/>>. Acesso em: 06 out. 2017.

C&A. **Sustentabilidade C&A**. 2017. Disponível em: <<http://sustentabilidade.cea.com.br/relatorio.html>>. Acesso em: 06 out. 2017.

Recebido em: 07/11/2017
Aprovado em: 08/11/2017