

6. Referências Bibliográficas

ABREU, Mônica Sá de; JUNIOR, Hugo Figueiredo VARVAKIS, Gregório.

Modelo de Avaliação da Estratégia Ambiental: Os Perfis de Conduta Estratégica. In: REAd – Edição Especial 30 Vol. 8 No. 6, nov-dez 2002

ALEGRIA, Rosa. **Inovação não pode estar dissociada da sustentabilidade.** In: Nós da comunicação

(http://www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=347&tipo=E). Acessado em 08 de setembro de 2010

BAKKER, Cony. **Environmental information for industrial designer.** 1995, 232 f. Tese (doutorado em Design) – Design for Sustainability Program, Delft University of Technology. Delft, 1995.

BENZ, Ida Elisabeth; MAGALHÃES, Claudio Freitas de. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO Departamento de Artes e Design. . **Inovação no processo de design de jóias através da modelagem 3D e da prototipagem rápida.** 2009. Dissertação (Mestrado em Design)-Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

BLACK, Sandy. **Eco-Chic: the fashion paradox.** London: Black Dog Publishing, 2008.

BORJA DE MOZOTA, Brigitte. **Design management:** using design to build brand value and corporate innovation. New York: Allworth Press, 2003.

BRANNON, Evelyn L. **Fashion Forecasting.** New York: Fairchild Publications, 2005.

BREZET, Ham; VAN HEMEL, Carolien. **Ecodesign, a promising approach to sustainable production and consumption.** Holanda, Delft University of Technology e United Nations Publication, 1997.

BRUCE, Margaret; BRESSANT, John. **Design in Business:** Strategic innovation through design. London: Pearson Education Limited, 2002.

CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais:** teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Editora SENAC-Rio, 2004.

CAMPOS, Maria Aparecida de Moraes Siqueira. **A pesquisa de Tendências:** uma orientação estratégica no design de jóias. Rio de Janeiro: 2007. Dissertação de Mestrado – Pontifícia Universidade Católica – PUC-Rio.

CGEE - Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. **Prospecção em CT&I - Estudos, Análises e Avaliações.** Disponível em: <http://www.cgee.org.br/prospeccao/index.php>. Acessado em: julho de 2009.

COOPER R e Press M. **The Design Agenda: a guide to successful design management.** England, John Wiley & Sons, 1995

COSTA, Maria Izabel; SOARES, Maristela de Toledo. **Moda Comprometida com a Sustentabilidade Ecológica e Social.** In: Anais do I Encontro de Sustentabilidade em Projeto do Vale do Itajaí, 2007

DE REMER, David. **Valuing the Planet: The Role of Economics in the Climate Crisis..** Design Managemets Review, Fall, Vol. 19. Nº. 4, 2008

ELKINGTON, Jonh. **Petroleum in the 21st century: The triple bottom line: implications for the oil industry.** Oil & Gas, v. 97, n. 50, dez.1999.

Everville/CA: Global Businessa Network, 2004. Disponível em: www.gbn.com. Acessado em: julho de 2009.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750.** São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

GLENN, Jerome C. Introduction to The Futures Research Methods Series. In: **2009: State of the Future.** GLENN, Jerome C.; GORDON, Theodore J.; FLORESCU, Elizabeth. Washington: The Millennium Project, 2009.

_____. The Futures Wheel. In: **2009: State of the Future.** GLENN, Jerome C.; GORDON, Theodore J.; FLORESCU, Elizabeth. Washington: The Millennium Project, 2009.

HARVEY, David. **A condicao pos-moderna:** uma pesquisa sobre as origens da mudanca cultural. Sao Paulo : Loyola, 1989

Instituto Akatu Pelo Consumo Consciente. Disponível em http://www.akatu.org.br/consumo_consciente/oque. Acessado em 20 de agosto de 2008.

JÉGOU, François; MANZINI, Ezio. **Sustainable Everyday.** Milão: Edizione Ambiente, 2003. Título Original: Quotidiano Sostenibile

KAZAZIAN, Thierry (org.). **Haverá a Idade das Coisas Leves: design e Desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

KHURANA, Anil e Rosenthal, Stephen R. Towards Holistic “Front Ends. In New Product Development”, Journal of Product Inovation Management, 15:57-74, 1998.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória.** Campinas,SP: Editora da UNICAMP, 2003.

LEONARD-BARTON, Dorothy, **Inanimate Integrators: A Block of Wood Speaks.”** The Design Management Journal, Summer, vol.2, no 3, 1991

LOCKWOOD, Thomas. **Our responsibility to sustainable design**. Design Managemets Review, Fall, Vol. 19. N°. 4, 2008

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: requisitos ambientais dos produtos**. São Paulo: EdUSP, 1998.

MARCIAL, Elaine Coutinho; GRUMBACH, Raul José dos Santos. **Cenários Prospectivos: como construir um futuro melhor**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MATATHIA, Ira; SALZMAN, Marian. **SIGA: as tendências que regerão as vidas no futuro**. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

NAISBITT, John. **O Líder do Futuro**. Rio de Janeiro: Sextante, 2007.

NELLORE, R., SODERQUIST, K., ERIKSSON, K. **A Specification Model for Product Development**, European Management Journal, Vol. 17, No. 1, pp. 50-63, 1999

PACKARD, Vance. **Estratégia do Desperdício**. São Paulo: IBRASA – Instituição Brasileira de Difusão Cultural, 1965.

PAINEL Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC). Disponível em: <<http://www.ipcc.ch/>>. Acessado em: 03 de novembro de 2009

PENTEADO, Hugo. **Ecoeconomia: uma mudança de paradigma**. Disponível em: http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/ecoeconomia-uma-mudanca-de-paradigma/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=mercado-etico-hoje. Acessado em 17 de novembro de 2009.

PERNA, Rita. **Fashion Forecasting**. New York: Fairchild Publications, 1987.

Planeta Sustentável. **É pegar e largar. Carros coletivos poupam tempo, dinheiro e o ar que se respira**. Disponível em: http://planetasustentavel.abril.uol.com.br/noticia/atitude/conteudo_277285.shtml. Acessado em 20 de agosto de 2008.

PUGH, S. **Total Design – integrated methods for successful product engineering**. Wokingham: Addison Wesley, 1990

Redação EcoD. **Slow Fashion: a moda pelo respeito**. Disponível em: <http://www.ecodesenvolvimento.org.br/noticias/slow-fashion-a-moda-pelo-respeito> Acessado em 24 de novembro de 2009.

SCHULTE, Neide Köhler. **Moda: Da Estética à Ética Ambiental Biocêntrica**. In: Anais do II Encontro de Sustentabilidade em Projeto do Vale do Itajaí, 2008

SCHULTE, Neide Köhler; LOPEZ, Luciana Dornbush. **Sustentabilidade Ambiental no Produto de Moda**. In: Anais do I Encontro de Sustentabilidade em Projeto do Vale do Itajaí, 2007

SCHWARTZ, Peter. **Cenários: as surpresas inevitáveis**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

_____. **A Arte da Visão de Longo Prazo**: planejando o futuro em um mundo de incertezas. Rio de Janeiro: Best Seller, 1991.

SEARCE, Diana et al. **What If? The art of scenario thinking for nonprofits**.

SILVA, Julio C. Augusto da. OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de; PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO. Departamento de Artes e Design. **Ferramentas de Ecodesign para designers do Brasil**, 2009. Dissertação (Mestrado em Artes)-Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

TOFFLER, Alvin; TOFFLER, Heidi. **Riqueza Revolucionária**: o significado da riqueza no futuro. São Paulo: Futura, 2007.

VAN BELLEN, Hans Michel. **Indicadores de Sustentabilidade, uma análise comparativa**. Tese (Doutorado em engenharia de produção), Curso de Pós Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2002

7. Anexos

Anexo 1 – Carta Convite Enviada a Empresa Varejista de Moda

Rio de Janeiro, 05 de maio de 2011.

DE: Julia Bonecker Lora e Prof. Cláudio Freitas de Magalhães
Departamento de Artes e Design da PUC - Rio

PARA: Clarice Martins Costa
Diretora de RH Lojas Renner S/A

Como é de conhecimento da empresa, eu, Julia Bonecker, sou mestranda do Programa de Pós Graduação em Design da PUC-Rio.

Desde fevereiro de 2009 venho realizando minha pesquisa de mestrado intitulada temporariamente de “CENÁRIOS FUTUROS SUSTENTÁVEIS PARA O DESIGN - Criando ambientes para a concepção de produtos inovadores baseados na sustentabilidade”, a qual está em sua fase final.

O objetivo geral do trabalho é prospectar cenários futuros (radical e incremental) com foco na sustentabilidade para o design de moda inovador. Para isso, após uma revisão bibliográfica e pré-testes, estou propondo um método de prospecção de cenários.

Os cenários prospectivos (futuros) são considerados uma das ferramentas de análise mais importantes para a definição de estratégias em ambientes cada vez mais turbulentos e incertos. A técnica dos cenários prospectivos vem sendo utilizada com o objetivo de minimizar riscos e permitir a manutenção do posicionamento competitivo da empresa no mercado. (MARCIAL & GRUMBACH, 2008)

Os estudos prospectivos não têm como objetivo prever o futuro e, sim, estudar as diversas possibilidades de futuros plausíveis existentes e preparar as organizações para enfrentar qualquer uma delas, ou até mesmo criar condições para que modifiquem suas probabilidade de ocorrência, ou minimizar seus efeitos. (MARCIAL & GRUMBACH, 2008)

Dessa maneira, gostaria de testar este método nesta fase final da minha pesquisa e para isso vejo as Lojas Renner como uma ótima oportunidade para realizá-la.

Para testar o método seria importante envolver membros de áreas distintas da companhia a fim de garantir um resultado plural e produzir uma visão sistêmica e multidisciplinar para o cenário. Uma equipe de oito pessoas de setores diversos da empresa seria o suficiente para a aplicação do método. Vejo até a possibilidade de envolver alguns trainees de gerência na atividade.

Inicialmente seria solicitada uma pré-tarefa de levantamento de dados externos e internos da empresa (com foco em moda e sustentabilidade) para enriquecer a construção do cenário atual. Posteriormente, seria feito um workshop para aplicar a técnica. Como resultado pretende-se formar quatro cenários distintos que serão descritos sob forma de narrativa.

Por questão de sigilo, o tipo de dado interno a ser trabalhado ou publicado pode ser estipulado em comum acordo com companhia.

O prazo de minha defesa foi estendido até 30 de julho, portanto tenho que entregar a dissertação concluída em 30 de junho para a banca. Dessa forma, pretendo realizar esse workshop até 31 de maio, para ter um período de redação das conclusões e resultados encontrados.

Ao fim da pesquisa os resultados serão anexados em minha dissertação que será submetida a uma banca na PUC-Rio e publicada no Sistema de Bibliotecas da PUC-Rio.

Em um próximo contato posso esReenrçar mais detalhadamente o passo a passo da metodologia estudada.

Grata pela sua atenção,

Cordialmente,

Julia Bonecker Lora

Claudio Freitas de Magalhães

Mestranda em Design – PUC-Rio Coordenador do Laboratório de Gestão em Design

Anexo 2 – E-mail com convite para workshop

CONVITE WORKSHOP CONSTRUÇÃO CENÁRIOS FUTUROS

Caroline Giron <caroline.giron@lojasrenner.com.br>

24 de maio de

2011 11:01

Para: Vanessa Cabral <vanessa.cabral@lojasrenner.com.br>, ALINE COSTA <aline.costa@lojasrenner.com.br>, JOICE TRINDADE <joice.trindade@lojasrenner.com.br>, TIAGO LONCAN <tiago.loncan@lojasrenner.com.br>, FILIPE SILVA <filipe.silva@lojasrenner.com.br>, JULIANA NOSSAR <juliana.nossar@lojasrenner.com.br>, DANIELA CAFRUNI <daniela.cafruni@lojasrenner.com.br>, ALINE MORAIS <aline.morais@lojasrenner.com.br>

Cc: JULIA LORA <julia.lora@lojasrenner.com.br>, FERNANDA FEIJO <fernanda.feijo@lojasrenner.com.br>

Bom dia pessoal, tudo bem?

Gostaríamos de convidá-los para participar do Workshop de Construção de Cenários Futuros - tema da dissertação de mestrado da nossa Trainee de Gerência - Julia Lora.

A proposta deste workshop é poder discutir sobre moda e sustentabilidade, produzindo ideias que serão utilizadas na dissertação dela.

Definimos os nomes de vocês, tentando contemplar o maior número de áreas de interesse, no tema, possíveis.

Data: 06/06

Horário: das 08h00 às 18h00

Local: Sala 05 de Line - 5º andar

P.S: a Julia vai entrar em contato com vocês, em breve, para pedir uma pré-tarefa ao workshop.

Peço que confirmem a participação de vocês no email:

julia.lora@lojasrenner.com.br até o dia 01/06.

Abraços,

Caroline Giron

Coordenadora Programa Trainees - RH

Lojas Renner S.A - Porto Alegre

Fone # 55 51 - 2121.7335

Fax # 55 51 - 2121.7266

E-mail: caroline.giron@lojasrenner.com.br

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

Anexo 3 – Documento enviado aos participantes do Workshop

Informações para realização de Workshop CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS FUTUROS

Julia Bonecker Lora

Bom dia pessoal, tudo bem?

Venho realizando minha pesquisa de mestrado intitulada temporariamente “CENÁRIOS FUTUROS SUSTENTÁVEIS PARA O DESIGN - Criando ambientes para a concepção de produtos inovadores baseados na sustentabilidade”, a qual está em sua fase final.

O objetivo geral do trabalho é prospectar cenários futuros (radicais e incrementais) com foco na sustentabilidade, para o desenvolvimento de um design de moda inovador. Para isso, após uma revisão bibliográfica e pré-testes, estou propondo um método de prospecção de cenários.

Os cenários prospectivos (futuros) são considerados uma das ferramentas de análise mais importantes para a definição de estratégias em ambientes cada vez mais turbulentos e incertos. A técnica dos cenários prospectivos vem sendo utilizada com o objetivo de minimizar riscos e permitir a manutenção do posicionamento competitivo da empresa no mercado. (MARCIAL & GRUMBACH, 2008)

Os estudos prospectivos não têm como objetivo prever o futuro e, sim, estudar as diversas possibilidades de futuros plausíveis existentes e preparar as organizações para enfrentar qualquer uma delas, ou até mesmo criar condições que modifiquem sua probabilidade de ocorrência, ou minimizar seus efeitos. (MARCIAL & GRUMBACH, 2008).

Portanto, em parceria com o Departamento de Recursos Humanos das Lojas Renner, selecionamos um grupo multidisciplinar com colaboradores de diversas áreas para agregar diferentes visões sobre esse tema do trabalho (pensar moda e sustentabilidade no futuro) a fim de garantir um resultado plural e produzir uma visão sistêmica para os cenários.

Dessa forma, segue abaixo um passo a passo de como acontecerá o Workshop marcado para o dia 06 de junho (próxima 2ª feira), das 8h às 18h na sala de Line 5 (5º andar).

Manhã

1. Explicação do cenário atual levantando atores, variáveis e o sistema em que está inserido este cenário (objeto de estudo, seu horizonte temporal e área geográfica) para o grupo;
2. Confirmação dos dados levantados pelo grupo, aprovando novos componentes do cenário atual; **(Pré-tarefa que será explicada adiante).**
3. Tabela de categorização dos dados coletados;
4. Construção da matriz da análise estrutural: forças motrizes X forças motrizes
5. Construção da matriz atores X forças motrizes;
6. Categorização das forças motrizes na matriz de impacto X imprevisibilidade de acordo com julgamento do grupo de trabalho;

Tarde

7. Construção da matriz de cenários, a partir da força motriz mais impactante e a mais imprevisível definindo de três a quatro cenários distintos (incremental de alto impacto, disruptivo e incremental de baixo impacto);
8. Construção do Future Wheel;
9. Elaboração das narrativas dos cenários futuros.

Pré tarefa

Para contribuir e enriquecer a construção dos cenários futuros solicito que cada um e vocês, dentro de suas áreas, faça um levantamento de dados atuais que se relacionem com a temática da pesquisa (moda e sustentabilidade) e me enviem por e-mail até 6ª feira (dia 03/06).

Esse levantamento pode ser realizado nos mais diversos níveis de fontes de informação. De livros de romance a livros de negócio. Revistas semanais a jornais políticos. Relatórios acadêmicos a blogs. Será interessante também agregar informações da nossa empresa, mas sempre lembrando que não podem ser informações confidenciais. Para auxiliá-los exponho a seguir quais são os componentes de um cenário que devem estar presentes nesses dados.

Níveis de informações

Macrotendências ou tendências de fundo: são entendidas como padrões de modelação dos acontecimentos. Exemplo: globalização, questões de urbanização, mudanças climáticas e energéticas.

Elementos predeterminados: são os fatores com os quais podemos contar; aqueles que não dependem de outros eventos para ocorrer – são invariantes.

Forças motrizes: (macroambiente) elementos que acionam o mapa dos cenários, que determinam o desenrolar da história – são as “variáveis”.

Tendências de peso: eventos visíveis e com grande probabilidade de ocorrerem dentro do horizonte do cenário.

Fatos portadores de futuro: pequenos sinais, ainda pouco identificáveis no ambiente, mas que trazem em si um imenso potencial de consequências. São classificados em: *incertezas críticas*, *surpresas inevitáveis* e *wild card* (coringas).

Incerteza crítica: em cada plano existem incertezas críticas que devem ser consideradas para uma prévia preparação. Exemplo: os velhos cenários militares: “sabemos que eles vêm pelo leste, general, mas não sabemos se pretendem atravessar a montanha ou a floresta. Aqui está o que faremos em cada caso”.

Surpresas inevitáveis: vivemos em um mundo onde as surpresas são a regra e não a

exceção. Não podemos antecipar suas consequências, mas sempre teremos surpresas; conseguiremos lidar com elas; muitas delas podem ser previstas.

Coringas ou wild cards: são rupturas, acontecimentos de grande impacto, difíceis de

serem antecipados e com pouca possibilidade de ocorrência. Exemplo: mudança do eixo da Terra, o choque de um asteroide com a Terra, a clonagem humana, a invenção da viagem no tempo ou a ocorrência de um terremoto de grandes proporções. Considerando a velocidade e intensidade das mudanças vividas em nosso tempo, muitas vezes temos dificuldade em imaginar o extraordinário alcance desses acontecimentos.

Atores: (microambiente) são os verdadeiros agentes de mudança, alterando o curso dos acontecimentos e influenciando o comportamento das variáveis (todas acima, com exceção dos wild cards).

Qualquer dúvida entre em contato comigo pelo e-mail

julia.lora@lojasrenner.com.br , ou pelo ramal 2690, ou pelo telefone [REDACTED]

[REDACTED]

Muito obrigada pela atenção e até segunda feira!!!

Anexo 4 - Tabela de dados coletados

Dado colhido	Fonte	Variável
Sebrae RJ lança Prêmio Brasilidade que tem o objetivo de transformar a moda em uma atividade sustentável. A premiação é voltada para micro, pequenas e médias empresas, instituições de ciência e tecnologia social, públicas ou privadas, do setor de moda fluminense que introduzam novas soluções que gerem menos impacto no meio ambiente como elemento relevante em suas estratégias de atuação e crescimento. Seja por uma gestão empresarial ecoeficiente, que pode ir da instalação à embalagem; pelo produto – em coleções ambientalmente corretas com material reciclado, orgânico ou natural cru, nas modalidades: roupa, acessórios e calçados –, ou por pesquisas inovadoras e sustentáveis, que utilizem materiais reciclados e soluções sustentáveis. A avaliação terá como foco principal a produção e produtos que, por excelência, reduzem o impacto no ambiente.	www.premiobrasilidade.com	incentivo à sustentabilidade na moda no Brasil
A UE (União Europeia) e o Mercosul fecharam neste domingo (6) o maior acordo de cooperação já assinado entre os dois blocos, de um total de 18 milhões de euros destinado ao desenvolvimento sustentável da região. A UE colaborará com 12 milhões de euros de fundos não reembolsáveis, e os países do Mercosul (Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai) fornecerão 6 milhões de euros como contrapartida. O acordo, assinado no sábado (5), tem o objetivo de impulsionar o programa de apoio ao aprofundamento do progresso de integração econômica e desenvolvimento sustentável do bloco sul-americano, conhecido como Econormas Mercosul. O programa tem como principal objetivo apoiar a consolidação do bloco sul-americano e o desenvolvimento sustentável da região, acrescentaram os informantes, por meio da promoção de práticas de produção e consumo sustentável e do fortalecimento da proteção do meio ambiente e da saúde.	http://noticias.ambientebrasil.com.br/clipping/2009/12/07/50306-ue-e-mercosul-assinam-acordo-de-cooperacao-sobre-desenvolvimento-sustentavel.html	incentivo à sustentabilidade em âmbito mundial
Grandes empresas de todo o mundo estão mais comprometidas a questionar os programas de gerenciamento de emissões de gases do efeito estufa promovidos por seus fornecedores, com o intuito de manter relações mais sustentáveis. De acordo com o Carbon Disclosure Project (CDP), 6% das líderes de mercado já descartam fornecedores que não gerenciam suas emissões; 56% comprometem-se a administrar o gerenciamento das emissões de gases de efeito estufa em toda a sua cadeia produtiva no futuro. Essa é uma das constatações do CDP Supply Chain Report, produzido pela A.T. Kearney, que traz de 710 fornecedores. Eles foram convidados a relatar as emissões de gases do efeito estufa, as metas de redução, governança e avaliação dos riscos e oportunidades associados à mudança climática. As empresas participantes dessa iniciativa, que incluem marcas globais, como Dell, Juniper Networks, National Grid, PepsiCo e Reckitt Benckiser, estão requisitando de seus fornecedores a divulgação de dados através do programa CDP Supply Chain. Embora este relatório demonstre uma melhora significativa do nível de práticas realizadas, se comparados aos dados do último ano, os fornecedores ainda têm um caminho longo pela frente.	(Envolverde/Idéia Socioambiental)	
Camisa amarela apresentada pela CBF e a Nike é feita com garrafas PET recicladas e pesa 15% menos. A grande novidade do lançamento, segundo a fabricante, é que a camisa é feita com plástico reciclado de garrafas PET. Oito garrafas são necessárias para fabricar cada peça.	http://www.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-vai-a-copa-com-camisa-feita-de-material-reciclado,516301,0.htm	
Até pouco tempo atrás, moda ecológica no Brasil era sinônimo de roupas e acessórios alternativos que passavam longe das passarelas. Mas esse conceito está mudando: estilistas, organizadores dos principais eventos da área e algumas grifes de peso já começaram a virar o jogo. Isso engloba aspectos econômicos, ambientais e sociais – tanto no desenvolvimento das criações das peças como da sua cadeia produtiva. A preocupação sócio-ambiental ainda está engatinhando no Brasil, se comparada às iniciativas de Londres e de outras capitais da moda. No entanto, nessa temporada de moda outono-inverno, o tema estava presente em várias coleções apresentadas na São Paulo Fashion Week, cujo tema foi justamente a sustentabilidade. A Osklen, por exemplo, trouxe tecidos ecológicos para sua passarela, como a lã orgânica, o feltro de lã reciclada e a seda ecológica. Já a Iódice usou produtos sustentáveis da Amazônia em suas peças, como as sementes que viraram bijuterias desenvolvidas pela designer Francesca Romana Diana. Outras marcas nacionais aderiram à reciclagem de materiais. A estilista Isabela Capeto há várias coleções reutiliza tecidos antigos, seja para fazer uma peça ou alguns acabamentos. O mesmo faz Mario Queiroz, que estampa sobre tecidos antigos, dando um ar totalmente novo a algumas de suas criações. Nesta coleção ele também trabalhou com algodão orgânico nas suas camisetas.	http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,no-brasil-moda-eco-ainda-engatinha-mas-ganha-folego,516146,0.htm	tecidos ecológicos: lã orgânica, feltro de lã reciclada, seda ecológica, algodão orgânico / reutilização de tecidos antigos / estampa sobre tecidos antigos
Painel Intergovernamental Sobre Mudanças Climáticas (IPCC) diz estar trabalhando numa estratégia para aumentar o rigor científico de seus relatórios e controlar melhor os especialistas que produzem suas revisões. Segundo o diário americano “Wall Street Journal”, o presidente do IPCC, o economista indiano Rajendra Pachauri, afirmou que o comitê “não vai poupar esforços para produzir um conjunto de medidas para assegurar isso”. As medidas foram anunciadas para tentar contornar a crise de confiança na qual o IPCC e os cientistas do clima mergulharam desde o fim do ano passado, quando erros foram encontrados no relatório de 2007 que deu ao painel de 2.500 climatologistas o Prêmio Nobel da Paz. O mais grave deles – uma previsão exagerada sobre o degelo do Himalaia – foi a princípio negado por Pachauri, depois admitido.	http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/ipcc-anuncia-medidas-para-dar-mais-precisao-a-seus-relatorios/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=mercado-etico-hoje	
Uma das grandes atrações da Conferência Internacional Ethos 2010 é a presença da escritora de ciências naturais Janine Benyus, consultora de inovação e criadora da biomimética, uma disciplina que busca soluções sustentáveis emulando <i>designs</i> da natureza. Ela fará a palestra “Integridade Ecológica”, sobre o segundo princípio da Carta da Terra. Para atuar como anfitrião nessa palestra, o Instituto Ethos convidou o designer Fred Gelli, sócio-diretor de Criação da Tátil Design de Ideias, empresa de branding e design, e professor do Departamento de Design da PUC-RJ, no qual ministra os cursos de ecoinovação e biomimética. Fred Gelli: Em minha opinião, o design terá a cada dia um papel mais estratégico no processo de redesenho da nossa relação com o planeta, com o consumo, com o bem-estar. A profissão de designer é a que tem a conexão mais natural com “inovação”, por ser uma atividade essencialmente multidisciplinar. Costumo brincar com os meus alunos da PUC que o designer é o cara que não conhece profundamente nada! E nem deveria... Nós temos que conhecer “quem conhece” e simplesmente promover a aproximação dos saberes. Hoje, a maioria dos desafios com o quais nos deparamos na direção de um modo de vida sustentável exige abordagens multidisciplinares. E aí o designer entra como um “agente catalisador”, conectando “saberes”, gerando inovação.	http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/3802/servicos_do_portal/noticias/itens/fred_gelli_fala_da_natureza_como_inspiracao_para_a_sustentabilidade.aspx	integridade ecológica / ecoinovação

A regulamentação da lei que criou a Política Nacional sobre Mudança do Clima, sancionada em dezembro de 2009, só deve começar a sair em agosto. O cronograma foi apresentado ontem (5) pelo coordenador do Comitê Interministerial de Mudança de Clima, Johannes Eck. As regras, que definirão como a lei sairá do papel, dependem da conclusão dos planos de redução de emissões de gases de efeito estufa de setores como energia e agropecuária. Na primeira etapa, o governo pretende detalhar dados e possibilidades de redução de emissões em cinco frentes: redução do desmatamento da Amazônia, do Cerrado e medidas mitigatórias nos setores de energia, agropecuária e siderurgia.	http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/politica-nacional-sobre-mudanca-climatica-deve-comecar-em-agosto/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=mercado-etico-hoje	
A responsabilidade sobre a destinação do lixo, que hoje pesa exclusivamente sobre os municípios, passará a ser dividida com o setor empresarial. Essa é uma das principais medidas da PNRS (Política Nacional de Resíduos Sólidos), que deve ser sancionada pelo presidente Lula em 5 junho, Dia do Meio Ambiente, depois de 19 anos de discussões no Congresso. Pelas novas regras, os envolvidos na cadeia de comercialização de um produto (desde a indústria até as lojas) terão que chegar a um consenso sobre as atribuições de cada parte. O Brasil possui um baixo índice de reciclagem: 12% das 170 mil toneladas de lixo produzidas diariamente, segundo levantamento feito pela Abrelpe (Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais), em 2008. O objetivo da PNRS é elevar esse índice a 25% até 2015.	http://www.nossasaopaulo.org.br/portal/node/10559	
Com a perspectiva de realização da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável no Rio de Janeiro em 2012, o Brasil tem uma importante tarefa em curto prazo: preparar uma grande campanha educacional por uma mudança planetária que vise diminuir as desigualdades sociais, por meio do desenvolvimento ecologicamente sustentável. O Brasil é um dos países mais bem posicionados no mundo para iniciar um movimento em direção a uma economia baseada na biodiversidade e na produção de biomassas para energia, uso industrial e alimentação. Conhecida como Rio + 20 – em comemoração aos 20 anos da Cúpula da Terra de 1992 – a Conferência deve ter uma forte repercussão na opinião pública internacional. Sachs avaliou que essa grande campanha rumo a “biocivilização” tem dois objetivos centrais: não permitir que a questão ambiental se torne um pretexto para jogar os problemas sociais para escanteio; ao passo que se defende um avanço em três direções – colocar no centro a preocupação social e ética e partir para uma estratégia de desenvolvimento humano que seja ambientalmente consciente com viabilidade econômica.	(Carta Maior) www.globo.com	biocivilização
“Há uma consciência da crise climática em nível superior. Além disso, a superação do petróleo está colocada não só por necessidades ecológicas, mas também pela possibilidade de esgotamento do recurso. Existe hoje uma pressão planetária maior pela redução das desigualdades, e há uma perspectiva tenebrosa de desastres ambientais no horizonte, como a contaminação da água doce, erosão dos solos, metropolização explosiva de diversos centros urbanos. Assim, há uma convergência de tendências críticas que devem conferir uma importância particular ao Rio + 20, mais do que o debate ambiental, este será o debate de uma crise civilizatória (professor Ladislau Dowbor,)	(Carta Maior) www.globo.com	
Trinômio: biodiversidade, biomassa e biotecnologia. Com um déficit histórico na área ambiental, a humanidade pode sofrer consequências irreversíveis com as mudanças climáticas. Na avaliação de Sachs, há pouco tempo hábil para mudar as estratégias sócio-econômicas e, até o final deste século, é preciso organizar uma saída ordenada da era do petróleo. “Eu não estou pregando que não se aproveite o pré-sal, por exemplo, mas que o seu capital seja utilizado justamente para dirigir essa saída do petróleo”, explicou. Nesse sentido, o professor lembrou que um recurso não é renovável por si só, mas depende da organização social do processo produtivo para que de fato o seja.	(Carta Maior) www.globo.com	
Os países tropicais e subtropicais terão um papel central na construção da nova biocivilização. “Este cenário reverte a tese da inferioridade dos trópicos. Nesta região se concentram a maior biodiversidade do mundo e climas propícios para as biomassas, dando condições para que a área lidere a revolução azul”, destacou. O termo revolução azul faz referência a revolução verde e designa o desenvolvimento da aquacultura para manter a qualidade de vida e evitar a destruição dos oceanos. Para Sachs, um dos aspectos a serem explorados é a criação de peixes vegetarianos, que poderão ser a principal fonte de proteína animal para a humanidade no futuro. “Precisamos pensar nos impactos da criação de gado bovino. No longo prazo teremos menos churrasco e mais peixes”, disse. Além disso, a revolução azul pode ajudar a reduzir o problema da limitação da superfície terrestre para a produção de alimentos, embora, atualmente, a fome seja um problema ocasionado mais pela organização das sociedades, do que por um problema de oferta. O economista lembrou que ainda será necessário manter um período de crescimento econômico para reduzir as desigualdades sociais e, por isso, é preciso desenvolver uma estratégia triplamente positiva – de crescimento com melhoras ambientais e sociais. Questionado sobre a necessidade de uma revolução	(Carta Maior) www.globo.com	revolução azul
As 100 melhores companhias do mundo avaliadas pelo estudo “TEEB - A Economia dos Ecossistemas e da Biodiversidade” apresentaram preocupação com a biodiversidade e os ecossistemas em seus relatórios, mas não comprovavam essa informação na sua documentação financeira. “É preciso ter relatórios integrados, com uma forma mais honesta de produzi-los. Um único relatório deveria ser feito, com capital humano, investimentos em caridade, capital natural, e todos os números negativos e positivos a serem apresentados”, afirmou. Segundo o representante da UNEP, medir os impactos ambientais de uma empresa é avaliar os serviços ambientais que ela utiliza para desenvolver sua atividade, e elaborar relatórios, dando indicadores desse desempenho aos apoiadores do projeto. “É avaliar quanto de uma área de floresta você usa para mineração, por exemplo”. Ele diz que, na maioria das vezes, falta transparência nos relatórios que indicam a performance das empresas. “Eles apresentam uma obra de caridade que foi feita, como a construção de um hospital, mas não indicam o que estão perdendo com o uso da floresta. É preciso uma metodologia geral e padrões para a elaboração desses relatórios”, afirmou.	http://www.institutocarbono.org.br/?id=725131	impacto ambiental gerado e comunicado pela empresa

A moda hoje é você compra ou você vende. A empresa faz pequenos ajustes nos componentes eletrônicos de um produto, desenvolve a tecnologia em certa medida, transforma o design e, em três meses, o que era lançamento na prateleira das lojas se torna coleção na estante do museu. O ciclo de vida de determinados bens, principalmente os que envolvem avanços tecnológicos, reduz-se cada vez mais. Um fabricante de telefone celular que há uma década estreava dois modelos por ano, agora é capaz de levar ao mercado mais de 40, nos 12 meses. Há recursos naturais para suportar. Na análise de Lenivaldo Gomes, professor do Departamento de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), a sociedade, em geral, sustenta-se no eixo produção, acúmulo e consumo. Um dos principais discursos que reforçam essa lógica e movem o desejo das pessoas, nesse caminho, é o high-tech – ou, tecnologia de ponta.	http://pagina22.com.br/index.php/2010/05/futurismo-x-futuro/	ciclo de vida do produto
No discurso da sustentabilidade, o coletivo torna-se protagonista da história. O indivíduo escolhe os objetos de consumo tendo em mente que suas decisões alteram a ordem do que pode acontecer com o planeta e seus habitantes, e aí estamos falando de ética. A conscientização entra na agenda, mas o discurso não foge à lógica da distinção social. Há uma parcela da sociedade com maiores condições de manter práticas saudáveis do que outra.	http://pagina22.com.br/index.php/2010/05/futurismo-x-futuro/	a ética do consumo. O consumo consciente.
Qual é o design dos produtos sustentáveis? Sobre tudo, variado, na opinião de Cyntia Malaguti, da FAU-USP. "Não dá para ter uma linguagem única. Depende do público. Estamos em um momento de customização massiva, o contrário da padronização. A diversidade do uso de matérias-primas também é boa para a natureza. Melhor do que dispor de um material para fazer tudo." Antes da reciclagem, também é possível trabalhar com a ideia de reaproveitamento ou economia. O desenho de uma roupa que leva em consideração essas noções pode fazer das mangas longas de uma blusa peças removíveis. Assim, a vestimenta oferece condições de ser usada tanto em temperaturas amenas quanto no calor, eliminando a necessidade de comprar um modelo para cada estação. No começo de 2009, Jandira Barone, diretora da confecção Tristar, lançou em vitrines brasileiras o Eco Jeans, produzido com algodão plantado em áreas livres de agrotóxicos há, pelo menos, cinco anos. Com respeito à biodiversidade e a partir de uma ideia inusitada. As peças comercializadas pela empresa podem ser usadas dos dois lados. Além disso, em vez de lavá-las, basta colocar as calças ou saias dentro de uma sacola plástica e levá-las ao congelador por 24 horas. A sacola evita que o cheiro de alimentos fique impregnado no tecido. O processo elimina bactérias e odores do uso cotidiano, deixando a vestimenta pronta para ser usada de novo. "Uso minha calça toda semana, há nove meses, para trabalhar ou viajar. Nesse período, a lavagem jamais foi realizada de forma tradicional. Ela foi feita no congelador", conta Jandira. Em exemplos como este, a tecnologia vira uma aliada.	http://pagina22.com.br/index.php/2010/05/futurismo-x-futuro/	Eco Jeans. Colocar os jeans em uma sacola plástica e levá-los ao congelador para realizar a lavagem.
As áreas de Recursos Humanos das empresas terão que repensar suas atividades, estruturando-as de modo a atender as emergentes estratégias de sustentabilidade das empresas. Essa é a constatação de uma pesquisa realizada em parceria entre o Massachusetts Institute of Technology (MIT) e o Boston Consulting Group (BCG) sobre como as empresas estão adaptando seus negócios para torná-los mais aderentes a uma nova realidade social que clama por práticas e atitudes responsáveis no que diz respeito à gestão das empresas. O estudo envolveu 1.500 organizações em todo o mundo que atuam em vários segmentos econômicos e até no terceiro setor. Embora as empresas ainda percebam que investimentos em sustentabilidade terminam por melhorar suas imagens perante a sociedade, um grupo significativo de companhias investe em ações desse tipo visando satisfazer demandas de seus empregados, com o claro objetivo de preservar seus talentos em um mercado onde é cada vez mais difícil encontrar pessoal qualificado. Demissões em massa e impessoais, tratamento dos demitidos como "inimigos", inexistência de programas que ajudem estas pessoas a alcançar novas oportunidades. Além de criarem novos empreendimentos, estas práticas terminam por minar as imagens de "empresas sustentáveis" que muitas companhias tentam alcançar, como vimos em episódios recentes envolvendo grandes corporações, inclusive no Brasil, que demitiram milhares de empregados ao menor sinal de uma crise que pouco as afetou. Assim, enquanto as lideranças empresariais consideram as práticas sustentáveis como vitais para a estratégia das empresas, uma vez que a própria pesquisa do MIT aponta que 92% das companhias estão pensando em sustentabilidade, falta ainda às áreas de Recursos Humanos pensar sua atividade de modo a humanizar, inclusive, os momentos problemáticos em que elas precisam dispensar pessoas.	http://www.envolverde.com.br/materia.php?cod=74821&dt=1	Gestão Responsável
Apenas 4% dos consumidores brasileiros praticam o chamado consumo consciente – modo que extrapola o atendimento de necessidades individuais, levando em conta os reflexos do consumo na sociedade, economia e meio ambiente. O dado é de uma pesquisa da Cetelem, empresa do setor financeiro, que aplicou a metodologia Teste de Consumo Consciente (TCC) criada pelo Instituto Akatu – que atua com foco na mudança de comportamento do consumidor. O teste considera o cumprimento de 13 comportamentos simples, como apagar as luzes ao sair de um local ou fechar a torneira ao escovar os dentes; quanto mais desses hábitos são seguidos, maior o nível de comprometimento do consumidor. A pesquisa foi realizada entre janeiro e abril de 2010. Ao todo, 65% dos entrevistados são enquadrados como "iniciantes" – adotam entre três e sete desses comportamentos sustentáveis. Por outro lado, 11% são "indiferentes" sobre o impacto de seu comportamento de consumo em relação ao meio ambiente, praticando, no máximo, dois hábitos sustentáveis. A parcela consciente da população (4%), segundo a pesquisa, adota de 11 a 13 comportamentos. O estudo aponta que o nível de escolaridade está diretamente relacionado ao grau de comprometimento do consumidor: quanto mais instruídos, maior o nível de consciência. Já as mulheres são a importância da aprovação conjunta da Política Nacional de Resíduos Sólidos, que se encontra em tramitação em quatro comissões do Senado. Com a aprovação conjunta, o projeto segue diretamente para o plenário. "A política de resíduos sólidos está em harmonia com a Lei do Saneamento e a Lei de Consórcio Público e vai tratar de todos os tipos de resíduos, ao mesmo tempo que incentivará a coleta seletiva", afirmou Silvano, destacando que os principais pontos do projeto são relativos à educação ambiental, logística reversa e responsabilidade compartilhada. Segundo o secretário, com a aprovação do projeto, serão elaborados os planos nacional, estaduais, regionais e municipais de resíduos sólidos.	http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/apenas-4-dos-brasileiros-tem-habitos-sustentaveis/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=mercado-etico-hoje	Nível de comportamento sustentável do consumidor.
O compromisso de uma empresa com o desenvolvimento sustentável deve ser avaliado por um conjunto de práticas e por sua evolução ao longo do tempo. A percepção interna e externa desse compromisso depende do grau de transparência e da eficácia da companhia ao comunicar seu desempenho tanto em relação aos indicadores de excelência quanto àqueles que, embora ainda aquém do ideal, estejam progredindo na direção desejada. Ou seja, nem toda empresa genuinamente comprometida com a sustentabilidade é percebida como tal e vice-versa. O processo de construção e difusão da reputação em sustentabilidade se dá de várias formas, sendo uma das mais eficientes a propaganda boca a boca espontânea das pessoas e entidades com quem se interage no dia a dia – os chamados públicos de interesse – e que constata na prática esse diferencial da empresa. Outro canal poderoso é a participação em associações reconhecidamente sérias que promovem a responsabilidade social corporativa e em seminários e eventos com credibilidade para atrair os maiores especialistas no assunto. Premiações relevantes e criteriosas também conferem reconhecimento valiosos.	http://www.envolverde.com.br/materia.php?cod=76596&dt=	divulgação boca a boca de gestão sustentável

O Instituto Akatu pelo Consumo Consciente lança na próxima quarta-feira, dia 30 de junho, a versão em português do relatório Estado do Mundo – 2010, uma das mais importantes publicações periódicas mundiais sobre sustentabilidade. Neste ano, o tema é Transformando Culturas – do Consumismo à Sustentabilidade e aborda as mudanças no consumo, sob a ótica da economia, negócios, educação, mídia e movimentos sociais. Segundo dados do relatório, na última década, a humanidade aumentou seu consumo de bens e serviços em 28%. Somente em 2008, foram vendidos no mundo 68 milhões de veículos, 85 milhões de refrigeradores, 297 milhões de computadores e 1,2 bilhão de telefones celulares. Para produzir tantos bens, é preciso usar cada vez mais recursos naturais. Entre 1950 e 2005, a produção de metais cresceu seis vezes, o consumo de petróleo subiu oito vezes e o de gás natural, 14 vezes. Atualmente, um europeu consome em média 43 quilos em recursos naturais diariamente – enquanto um americano consome 88 quilos, mais do que o próprio peso da maior parte da população. A conclusão do relatório não deixa dúvidas: sem uma mudança cultural que valorize a sustentabilidade e não o consumismo, não haverá esforços governamentais ou avanços tecnológicos capazes de salvar a humanidade dos riscos ambientais e de mudanças climáticas. “Ao longo da sua existência, o Akatu vem se estabelecendo como referência no Brasil em abordagem de questões referentes ao comportamento de consumo		
O conceito da preservação do meio-ambiente parece ter se solidificado no mercado e muitos designers têm se preocupado com o assunto, buscando soluções para suas criações. Nesse sentido, a London Fashion Week criou um projeto chamado, “Estethica”, através do qual novos estilistas expõem suas criações sustentáveis e totalmente “fashion”, causando grande repercussão no mundo da moda. Nos EUA, surgiu a Eco Fashion Week, que ocorre em paralelo à New York Fashion Week. Em sua primeira edição, em setembro de 2009, foram apresentadas roupas em papel de jornal, sandálias de plástico reciclado e casacos em lã orgânica de ovelha, obtida em processo menos agressivo ao animal. Na edição de fevereiro de 2010, que contou com a participação de nomes consagrados da moda, tais como Diane von Furstenberg, Ralph Lauren, Marc Jacobs, Catherine Malandrino e Isaac Mizrahi, dez estilistas apresentaram suas coleções outono-inverno 2010, fomentando um movimento de extrema importância, não apenas por seu caráter ecológico, mas informativo. No cenário da moda brasileira, um dos melhores exemplos é o estilista Ronaldo Fraga, que a partir de 2001, iniciou um trabalho social com artesãs e em 2008 determinou que em suas lojas constassem informações junto às peças sobre a procedência, histórico, nome e contato da artesã que trabalhou em sua confecção. Tais iniciativas culminaram no projeto “Talentos do Brasil”. A grande preocupação dos profissionais em adotarem medidas semelhantes é o custo de produção. De acordo com Stella McCartney, estilista inglesa e defensora de causas ambientais, esse processo chega a ser 70% mais caro do que os de praxe, ou seja, os que causam maiores impactos ambientais. A diferença é que hoje, apesar do alto custo, podemos criar bases para um processo que no futuro terá custos bem menos elevados, se considerarmos a preservação ambiental e o seu impacto global.	https://mail.google.com/mail/?hl=pt-BR&shva=1#label/Sustentabilidade/1298f771d54c779d	Ética da estética
Foi um dia iluminado não só para os padrões do outono paulistano, mas também, e especialmente, para o largo horizonte fashionista do Brasil. Dezenas de jornalistas se acomodaram no prédio da Bienal, na capital paulista, para testemunhar o lançamento oficial da 29ª edição do São Paulo Fashion Week (SPFW). Do púlpito, o criador do evento, Paulo Borges, anunciou o início de uma nova trajetória, balizada por reivindicar para a moda o reconhecimento como vetor de desenvolvimento nacional. O tema do evento, Anima – “alma”, em latim – caracterizou a aura festiva para um setor que, nos últimos 15 anos, passou de quase inexistente para uma indústria de R\$ 47 bilhões de reais, o que representa 3,5% do PIB, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit). E por falar em alma, Borges saiu-se com essa: “A nossa é a única semana de moda no mundo que tem a sustentabilidade como bandeira”.	http://pagina22.com.br/index.php/2010/07/o-eco-do-fashion	
Um dos sinais mais significativos para uma empresa que confia no seu processo de sustentabilidade é a disposição em compartilhar metas e resultados com o público. É a salutar prática de reportar, de preferência, conforme padrões estabelecidos por uma terceira parte confiável. Nos últimos dez anos, 5 mil empresas apresentaram relatórios no modelo Global Reporting Initiative (GRI), o mais prestigiado no mundo. Dessas, apenas 21 são do setor têxtil, ou seja, menos de 0,5%. E isso não inclui apenas marcas de moda, mas também de outros segmentos, como tapeçaria. Nenhuma delas é brasileira.	http://pagina22.com.br/index.php/2010/07/o-eco-do-fashion	Fracas adesão em divulgar os dados sobre desenvolvimento sustentável na empresa.
Esse é um desafio especialmente voltado para o segmento conhecido como fast fashion. Grandes lojas que vendem produtos de preço baixo e qualidade idem aumentam muito o descarte de roupas, que não podem ser reaproveitadas. É tão fast que enquanto um fabricante de celular chega a lançar quatro modelos novos por mês, por exemplo, uma grande rede varejista renova seus cabides até duas vezes por semana. Para Patrícia Sant’Anna, doutora em história da arte e fundadora do Grupo de Estudos em Arte, Design e Moda da Unicamp, a postura de responsabilidade corporativa encontra obstáculos na maneira como a indústria se organizou: “O processo produtivo da moda é o mais terrível, o mais capitalista. Se você olhar as etiquetas de uma rede como a Zara, verá que as roupas vêm de diversos países. É onde for mais barato. São milhões de indústrias e materiais envolvidos. Quando o setor é tão pulverizado, é mais difícil falar em responsabilidade”.	http://pagina22.com.br/index.php/2010/07/o-eco-do-fashion	Fast Fashion X Sustentabilidade (slow fashion)
A Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), aprovada pelo Senado no último dia 7, depois de duas décadas em tramitação no Legislativo, finalmente traz soluções para a correta destinação dos resíduos produzidos diariamente pelas empresas e pelos cidadãos. Com a nova política, será possível fazer o rastreamento do produto desde sua fabricação até seu descarte que deverá seguir as normas ambientais vigentes. “Assim queremos aumentar a meta de reciclagem e mudar o comportamento do consumidor”, explica a secretária de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental do Ministério do Meio Ambiente, Samyra Crespo. O aumento de reciclagem de resíduos sólidos é uma das prioridades apresentadas pelo MMA. Mas também estará em discussão diferentes temáticas como a educação para o consumo sustentável, as construções sustentáveis e o varejo de consumo sustentável	http://noticias.ambientebrasil.com.br/cliping/2010/07/20/57813-producao-e-consumo-sustentavel-tem-incentivo-com-a-politica-de-residuos-solidos.html	Política Nacional de Resíduos Sólidos. Reciclagem
O presidente Luiz Inácio Lula da Silva sancionou nesta segunda-feira a Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei 12.305/10), que impõe obrigações a governos, a empresários e a cidadãos a respeito do gerenciamento do lixo e de materiais recicláveis. Aprovada pela Câmara em março e pelo Senado em julho, a nova lei prioriza a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos. Os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes terão de investir para colocar no mercado artigos recicláveis e que gerem a menor quantidade possível de resíduos sólidos. O mesmo se aplica às embalagens. Logística reversa Arnaldo Jardim destacou a importância da inovação da logística reversa para orientar as ações do setor público, da indústria e dos próprios consumidores. O deputado citou o exemplo de uma geladeira usada, que até a sanção da lei não tinha destino certo. “Antes, a geladeira substituída ficava no fundo da casa, enferrujando, e depois o motor, com seu gás que é altamente poluente, podia vazar sem nenhum controle ou virar morada do mosquito da dengue ou acabar no córrego de alguma cidade, causando inundação depois. Agora, vamos ter de reaproveitar o aço, o plástico, o vidro e dar o justo e adequado tratamento ao gás do motor da geladeira.”	http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12305.htm	

Apesar da recente recessão econômica, uma esmagadora maioria dos CEOs das empresas –93% – dizem que a sustentabilidade será fundamental para o sucesso futuro de suas empresas. Além disso, os CEOs acreditam que, dentro de uma década, um ponto de inflexão que pode ser alcançado, em que sustentabilidade se atrele com o core business –em suas capacidades, processos e sistemas, e toda a cadeia de abastecimento global e filiais. Estas são algumas das principais conclusões de uma pesquisa com 766 CEOs em todo o mundo –o maior estudo com executivo já realizado sobre o tema da sustentabilidade –divulgado pela United Nations Global Compact e Accenture (NYSE: ACN). Além de uma pesquisa on-line, o estudo incluiu entrevistas em profundidade com 50 dos principais CEOs do mundo. Segundo a pesquisa A New Era of Sustainability: UN Global Compact-Accenture CEO Study 2010, a crise econômica mundial abafou pouco o compromisso das empresas com a sustentabilidade. Na verdade, parece ter feito o contrário: 80 por cento dos CEOs dizem que a crise elevou a importância da sustentabilidade.	http://mercadoetico.terra.co.m.br/arquivo/saem-os-resultados-da-maior-pesquisa-com-ceos-sobre-sustentabilidade-empresarial/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=mercado-etico-hoje	
Nos próximos três anos, o Ministério do Meio Ambiente (MMA) vai trabalhar em conjunto com diversos atores para promover mudanças em nossos padrões de produção e consumo. Os atuais padrões logo não serão compatíveis com os limites físicos do planeta e o Brasil precisa estar preparado. Para isso, o MMA pretende mexer até nas prateleiras dos supermercados. Um conjunto de ações articuladas que prometem uma revolução nas relações de consumo no Brasil entra em consulta pública no sítio eletrônico do MMA de 21 de setembro até 11 de novembro de 2010. Em estrita consonância com novos marcos legais, como a Política Nacional de Resíduos Sólidos e as resoluções do Conama, o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS) quer colocar na mesma mesa atores importantes do governo, do setor produtivo e da sociedade civil para mostrar que responsabilidade socioambiental dá lucro e ajuda a mover o País em direção ao desenvolvimento sustentável. O Plano pretende que o consumo consciente deixe de ser visto como "alternativo" e passe de segmento de mercado à regra geral. Com seis prioridades selecionadas para o primeiro ciclo, previsão de prazos e sob constante acompanhamento, o plano está previsto para ser implementado em três anos (2011-2013). As prioridades inicialmente selecionadas são: educação para o consumo sustentável, construções sustentáveis, agenda ambiental na administração pública (A3P), varejo e consumo sustentáveis, compras públicas sustentáveis e aumento da reciclagem de resíduos sólidos.	http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=ascom.noticiaMMA&codigo=6174	Educação para o consumo sustentável.
Um fato interessante que nos tem chamado atenção é que, atualmente, para o desenvolvimento de um produto, um dos primeiros pontos a serem tratados está ligado ao meio ambiente, sendo que, em um passado recente, os trabalhos de pesquisa e desenvolvimento eram sustentados basicamente por três pilares: especificação, qualidade e preço. As demais etapas eram consequências naturais e o produto final era concebido a partir desta base. Nos dias de hoje, um quarto pilar passa a ter uma importância fundamental na elaboração de um novo produto, que é o da sustentabilidade, o qual deve fazer parte da etapa inicial de pesquisa, pois é preciso saber antecipadamente quais os aspectos e impactos ambientais que este determinado produto irá gerar. Num raciocínio lógico, o fator custo passa a ter um peso menor, pois, a partir de agora, quando pensamos em custo, devemos pensar no ciclo de vida integral deste produto e não somente no preço de venda. Para muitos empresários pode ser difícil enxergar esta questão de imediato, porém, é notório que o mundo de uma forma geral está convergindo para uma diferente tendência de aceitação do novo e a empresa que não estiver atenta a isso estará fadada ao fracasso ou, no mínimo, à estagnação. Assim, quando pensamos em sistemas que visam garantir que um produto seja adequadamente produzido, com base na visão de sustentabilidade, em que, desde o desenvolvimento em laboratório já se tenha uma preocupação ecológica, passando pelas etapas do processo de produção, colocação no mercado consumidor até a preocupação com o ciclo final de vida do produto, estamos falando em ecoeficiência.	http://portaldomeioambiente.org.br/meio-ambiente-empresarial/5399-os-novos-produtos-e-a-ecoefficiencia.html	o quarto pilar do design (sustentabilidade + especificação, qualidade e preço)
O Ministério do Meio Ambiente trabalha para implantar, no início de 2011, o Registro de Emissão e Transferência de Poluentes. Ele dará informações sobre poluição do ar, da água e do solo, por meio de resíduos líquidos e sólidos gerados pelas indústrias. A população saberá o volume emitido de cada substância e, ainda, a destinação que as indústrias dão para esse material. Boa parte das empresas já investe em responsabilidade social e dá a destinação correta aos resíduos. Mas ainda é comum encontrar indústrias que despejam produtos químicos em rios, por exemplo, o que polui a água e o solo, ou cujas chaminés liberam mais fumaça do que deveriam. Porém, o governo só pretende divulgar o nome das empresas poluentes um ano após a abertura do Registro.	http://www.portaldomeioambiente.org.br/de-olho-no-meio-ambiente/5351-brasileiros-serao-informados-sobre-empresas-que-poluem-o-meio-ambiente.html	
Did you know that approximately 15 percent of fabric is wasted in the manufacture of a typical garment? Think about it: When a pattern is cut out, the leftover scraps are usually considered useless because they're too small to sew into anything else. But eco-fashion designer Mark Liu is changing all that with his ingenious "zero-waste" fabric patterns that fit the smaller components of his clothes among the larger ones like a puzzle so that every single scrap is utilized. Truly "cutting" edge! Liu's clever cuts reduce waste, but they also challenge him to create chic looks that use his zero-waste stipulation as an advantage instead of a constraint. In fact, you can really see the beauty of negative space becoming positive—a philosophy that design students learn very early on—in Liu's intricate creations. What would ordinarily be considered remnant fabric to be discarded by other designers becomes a luxurious embellishment that adds value to the garment.	http://www.ecouterre.com/mark-lius-zero-waste-designs-use-every-last-scrap/	
A edição 2010 da pesquisa "Futuro Sustentável", feita pelo grupo Havas, aponta que o brasileiro confia mais nas empresas do que no governo quando o assunto é sustentabilidade. De acordo com esse estudo, que ouviu 30 mil pessoas por meio de sondagem pela internet, 60% dos habitantes daqui têm essa visão –de que as companhias podem lidar melhor com problemas socioambientais –, enquanto que a média geral ficou em 40%. Sobre o papel das empresas, na análise global, 76% dos consultados (contra 70% em 2009) colocam nas companhias –e não nos governos –a responsabilidade por medidas sustentáveis e sociais. Mas 68% entendem que as corporações somente falam de sustentabilidade para melhorar a imagem. Esse índice entre os brasileiros é significativamente menor: 23%. Se a avaliação for pelo outro lado, o do envolvimento governamental, nós somos céticos. Dos brasileiros, 40% não acreditam que o poder público possa resolver problemas nesse campo. Para os consultados dos demais países, o percentual de descrença é mais baixo, 21%.	http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Brasileiro-confia-no-discurso-verde-das-empresas&id-noticia=145828	
Dustin Page, estilista americano se associou ao empresário Aaron Parrish e juntos lançaram a marca Platinum Dirt, que confecciona jaquetas e bolsas através da reciclagem do revestimento de carros de luxo como Cadillac, Jaguars, BMWs e Mercedes. O processo de confecção das jaquetas é trabalhoso. Primeiro os bancos dos carros são retirados, cada costura do revestimento é desfeita e o couro é separado da espuma, processo que leva em média cinco horas. Depois, o tecido é levado para o ateliê onde é costurado a mão e, após 12 horas de trabalho, se transforma em uma VIN Jacket, assim chamada porque todas as peças possuem o número do veículo que lhes deu origem (VIN quer dizer Vehicle Identification Number). Além do couro, os pequenos adornos encontrados nos automóveis também são reaproveitados, e acabam virando enfeites para os zíperes. Os mimos da Platinum Dirt custam entre 1.200 e 1.500 dólares, daqueles bem verdinhos.	http://www.oecocidades.com/2010/11/24/direto-do-ferro-velho-para-o-guarda-roupa/	

O primeiro objetivo foi alcançado. Mas, para que o ISE continue a ter impacto sobre as práticas de sustentabilidade das empresas, é crucial que ele se torne referência para investidores, aponta estudo liderado pelo International Finance Corporation (IFC), braço do Banco Mundial que deu o apoio financeiro O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), que completa cinco anos em dezembro, vai ganhar novo impulso. A BM&Fbovespa anuncia hoje o lançamento de um fundo negociado em bolsa, conhecido como ETF (Exchange-Traded Fund), que vai replicar o indicador. A iniciativa tem como pano de fundo vencer o desafio da falta de interesse da comunidade financeira pelo ISE. O primeiro objetivo foi alcançado. Mas, para que o ISE continue a ter impacto sobre as práticas de sustentabilidade das empresas, é crucial que ele se torne referência para investidores, aponta estudo liderado pelo International Finance Corporation (IFC), braço do Banco Mundial que deu o apoio financeiro para a criação do ISE. Se por um lado o estudo mostrou que houve avanços na adoção de práticas de sustentabilidade pelas empresas (integrantes ou não do índice), sob a ótica da comunidade financeira, a conclusão foi de que esse tema não faz diferença para a tomada de decisão.	http://www.valoronline.com.br/impresso/bmfbovespa/2357/342163/bolsa-lanca-etf-da-sustentabilidade?utm_source=newsletter&utm_medium=manha_26112010&utm_campaign=ign-informativo	
As cidades de Xintang e Guro, que concentram boa parte das fábricas de jeans e roupa íntima chinesas, sofrem com graves vazamentos tóxicos destas indústrias, incluindo altas concentrações de metais pesados, revelou um relatório publicado nesta terça-feira pela ONG ambientalista Greenpeace. Ambas as cidades ficam na província de Cantão e, enquanto Xintang fabrica 60% das calças jeans do país (exportando 40% aos Estados Unidos e Europa), Guro produz 200 milhões de peças de roupa íntima ao ano. De acordo com o Greenpeace, entre os processos industriais que mais riscos oferecem estão a lavagem e o tingimento de calças, já que necessitam de grande quantidade de água e produtos químicos.	http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/efe/2010/11/30/greenpeace-alerta-para-contaminacao-em-centros-mundiais-da-industria-textil.jhtm	
Ainda que uma empresa esteja plugada no debate do aquecimento global e consciente da sua responsabilidade no que tange as mudanças climáticas, todo bom gestor sabe que para reduzir significativamente suas emissões na atmosfera é preciso incluir seus fornecedores na missão. "Em média, mais de 50% das emissões das empresas provêm da sua cadeia de valor. Se analisarmos determinados setores, como o de varejo e tecnologia, percebemos que esses impactos estão ainda mais distribuídos, de modo que os fornecedores representam até 80% das emissões de uma empresa", comenta Juliana Lopes, country manager do Carbon Disclosure Project (CDP), organização independente sem fins lucrativos responsável pelo maior banco de dados do mundo sobre informações corporativas a respeito das mudanças climáticas. Uma vez que a pressão por produtos e processos menos intensivos em carbono é crescente, a gestão das emissões ao longo da cadeia produtiva já se mostra uma forte tendência administrativa. "Considerando que a precificação do carbono deve crescer cada vez mais, a competitividade de uma companhia estará condicionada à sua habilidade de mobilizar fornecedores na redução das emissões", pontua Juliana.	http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/controle-de-emissoes-entre-os-fornecedores-difunde-se-nas-companhias/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=mercado-etico-hoje	
Alguns dos maiores fabricantes e varejistas globais de roupas e calçados trabalham em um método que permitirá etiquetar seus produtos, por todo o mundo, com informações sobre o grau de impacto da produção e uso das peças no ambiente. O plano é um dos esforços mais ambiciosos para criar um conjunto de padrões para diferentes tipos de produtos industrializados que possa mensurar o impacto no ambiente dos passos envolvidos na produção de uma peça de roupa. Entre as empresas apoiadas pelo plano estão Walmart, Gap, JC Penney, Levi Strauss, Nike, Marks and Spencer, Adidas, H&M e a Li & Fung, uma grande fornecedora têxtil. O executivo disse que o Walmart espera que um dos resultados do programa seja a criação de um sistema "crível" para a invenção de rotulagem ecológica para produtos que possam chegar aos pontos de venda nos próximos cinco anos. Nos termos dos planos das companhias que estão apoiando o esquema, os rótulos poderiam ser usados para informar os consumidores sobre quanto impacto a produção de um item tem sobre o ambiente. Uma ideia, por exemplo, seria inventar um conjunto de índices para cobrir áreas como a energia usada nos diferentes estágios de produção e em que medida produtos químicos tóxicos foram utilizados em qualquer parte da cadeia de manufatura. Outras áreas do esquema abordariam o impacto do descarte de artigos de vestuário após terem sido usados e em que medida isso afeta o ambiente, por exemplo, pela adição a aterros sanitários ou poluição de sistemas hídricos. John Elkington, chairman da Volans, um grupo ambientalista com sede no Reino Unido, disse ver positivamente os princípios gerais por trás do projeto. Porém, Elkington acrescentou: "para que o esquema funcione tão bem quanto poderia, isso exigirá que as companhias envolvidas no programa se disponham a ser extremamente abertas sobre seus processos de manufatura."	http://www.abrasnet.com.br/clipping.php?area=1&clipping=18906	padronização de certificação para produtos sustentáveis
Upcycling. O termo é bonito e pode ser traduzido como dar um novo trato a materiais que, em tese, não poderiam mais ser reaproveitados. E a motivação também soa bem: evitar o desperdício, reutilizando sobras para criar produtos novos e exclusivos, que acabam virando objetos de desejo. No mundo fashion, é assim que o conceito vem sendo aplicado. A Prada, por exemplo, lançou em abril a Print Collection, uma edição limitada com um modelo de vestido, um de bolsa e outro de sapatilha, todos feitos com tecidos reaproveitados pela maison italiana. Por aqui, a tendência também vem ganhando força. Além de ser uma solução mais sustentável, a ideia do upcycling pode servir até de termômetro de popularidade para uma marca. Essa linha de pensamento no mundo da moda é de extrema importância para todos, já que engloba e reforçam uma tendência dentro do contexto Eco Fashion, que está atingindo quase todos os processos de produção de moda, da indústria química que está desenvolvendo bases e pigmentos menos poluentes para lavanderias e tecelagens, como no desenvolvimento de novas fibras e agora chegando ao outro extremo da fabricação de vestuário, fábricas comprometidas com reaproveitamento e eliminação de desperdícios.	http://ladobdamoda.blogspot.com/2010/07/upcycling.html	Upcycling
A Câmara analisa o Projeto de Lei 7820/10, do deputado Vanderlei Macris (PSDB-SP), que estabelece normas para a certificação ambiental de produtos para o comércio. A proposta institui o Cadastro de Certificados Ambientais. Os critérios para o uso do selo verde e a distribuição desse certificado serão definidos por órgão do governo federal competente. Pelas regras estabelecidas pelo projeto, ficará proibido o uso de selo ambiental no rótulo de produtos sem registro nesse cadastro. O uso indevido dos selos de certificação passará a ser considerado como propaganda enganosa ou abusiva, sujeitando o infrator a todas as penalidades previstas no Código de Defesa do Consumidor. O autor afirma que a preocupação do consumidor com o meio ambiente é cada vez maior, sendo natural a procura por artigos produzidos de modo ambientalmente responsável. Macris lembra, no entanto, que, em alguns casos, pode haver abusos ou até fraudes de empresas que adotam esses selos. "É muito difícil para o consumidor, tendo em vista a proliferação de selos verdes, saber se ele de fato atesta que o produto foi elaborado de forma ambientalmente correta", explica.	http://www2.camara.gov.br/agencia/noticias/MEIO-AMBIENTE/195063-PROPOSTA-ESTABELECE-NORMAS-PARA-CERTIFICACAO-AMBIENTAL.html	Cadastro de certificados ambientais.
É a economia que deve se adaptar à sustentabilidade, não o contrário "o mundo está rompendo os limites no uso de recursos, se a economia mundial cresce a um patamar de 5% ao ano significa, neste modelo de desenvolvimento, que continuaremos produzindo grandes impactos no meio ambiente, nosso planeta não suportará fisicamente esse crescimento econômico exponencial, se deixarmos a ganância levar vantagem, o crescimento da economia mundial já está esmagando a natureza".	http://www.institutocarbono.org.br/artigos/noticia=727247	

A Agência Ambiental do Reino Unido lançou em fevereiro um estudo sobre análise do ciclo de vida de sacolas plásticas e suas alternativas, realizado para subsidiar políticas públicas e ações do setor privado quanto à questão, além de informar o próprio cidadão britânico. O estudo chegou a conclusões interessantes ao comparar as sacolas plásticas convencionais a alternativas como sacolas oxo-degradáveis, de TNT (tecido-não-tecido), de bioplásticos e sacolas de algodão (retornáveis). No entanto, a divulgação observada no Brasil se resumiu a apenas uma destas conclusões: sacolas plásticas teriam menos impacto no aquecimento global que sacolas de algodão. Esta conclusão vai ao encontro da posição da indústria de sacolas plásticas, que garante serem as sacolinhas uma alternativa ambientalmente amigável sob muitos pontos de vista, mesmo quando comparadas às sacolas retornáveis. Segundo o estudo, para que uma sacola retornável tenha potencial de aquecimento global inferior ao potencial de uma sacola plástica convencional, ela teria de ser reutilizada 171 vezes. O problema é o enviesamento desta conclusão: uma sacola retornável possivelmente será usada 171 vezes, enquanto uma sacola plástica é, por natureza, single-used - de uso único, descartável.	http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=ascom.noticiaMMA&codigo=6625	
O objetivo da Convenção do Clima é estabilizar a concentração dos gases responsáveis pelo aquecimento da Terra. Essa concentração está aumentando todos os anos por causa do consumo de combustíveis fósseis, que lança na atmosfera dióxido de carbono (CO2), o qual estava armazenado no subsolo sob a forma de carvão, petróleo ou gás natural. Não é uma tarefa fácil: combustíveis fósseis representam cerca de 80% de toda a energia que se consome no mundo, movimentam trilhões de dólares por ano e abrir mão do seu uso exigiria esforços muito grandes, até mudanças nos atuais padrões de consumo. Ainda assim, a Convenção do Clima foi adotada por mais de 180 países em 1992, o que pode ser considerado um dos grandes sucessos do esforço para introduzir racionalidade na condução dos destinos da humanidade. Esse sucesso, contudo, foi ilusório, porque as duras medidas que seriam necessárias para implementar as decisões da convenção não foram levadas a efeito: o Protocolo de Kyoto, que fixava metas e um calendário para a redução de emissões, não foi ratificado pelo Senado americano, apesar de os Estados Unidos contribuírem com 25% das emissões mundiais. A China - com outros 25% - e os países em desenvolvimento foram isentos de reduções mandatórias. Apenas a União Europeia pôs em prática o protocolo - o bloco, no entanto, representa apenas cerca de 15% das emissões. Uma análise das negociações que precederam a adoção da Convenção do Clima lança luzes sobre o que realmente aconteceu na época: a área econômica do governo dos Estados Unidos não era favorável a medidas que reduzissem as suas emissões, por causa dos custos que implicariam; e os países em desenvolvimento consideravam as limitações às suas emissões de carbono um obstáculo ao seu desenvolvimento.	http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20110418/notimp707677,0.php	
A capacidade de obter sucesso ao longo do tempo, sob o prisma econômico, social e ambiental é uma competência desejada por companhias do mundo todo e cada vez mais exigida na negociações atuais. A fim de aprofundar as discussões sobre "sustentabilidade" com as empresas brasileiras, a Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa) lançou nesta quinta (14) um novo programa de relacionamento, o "Em Boa Companhia". O programa vai promover encontros presenciais trimestrais na Bolsa com especialistas em sustentabilidade e um encontro anual aberto por ocasião do anúncio da nova carteira do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), em novembro. Também serão compartilhadas informações por meio de newsletters e publicações. No site "Em Boa Companhia" é possível acessar informações socioambientais das companhias abertas listadas no Bovespa. Atualmente, 44 empresas participam da iniciativa com 58 projetos ambientais e 242 projetos sociais.	http://exame.abril.com.br/ecnomia/meio-ambiente-e-energia/noticias/bovespa-lanca-programa-de-sustentabilidade-empresarial	
Em audiência pública realizada nesta terça-feira (26/4) no Senado Federal, em Brasília, para tratar de temas como a importância da Conferência Rio+20 e Desenvolvimento Sustentável, o secretário-executivo do Ministério do Meio Ambiente (MMA), Francisco Gaetani, disse que a política ambiental do País está sendo consolidada por uma estratégia rumo à economia verde. Gaetani falou que a construção deste "novo paradigma" depende de um federalismo corporativo, em que os diferentes níveis do governo devem estar integrados em estratégias convergentes e adequadas, que coloquem a questão ambiental como cerne dos planejamentos de desenvolvimento econômico. Já o diretor executivo do Pnuma, Achim Steiner, um dos maiores especialistas em economia verde do mundo, disse que existe muita expectativa sobre o Brasil em relação à Rio+20. "Acreditamos que o Brasil pode aprimorar sua capacidade de liderar, negociar e inspirar o modelo de pensamento que deve estar presente nas negociações relativas ao desenvolvimento sustentável das nações, bem como as decisões que vão determinar as novas estratégias para o sistema climático". O diretor do Departamento de Meio Ambiente do Itamaraty, ministro Luiz Alberto Figueiredo, ressaltou que a Rio+20 é uma conferência sobre desenvolvimento, e não apenas de caráter ambiental, que vai tratar de temas como economia verde no contexto da sustentabilidade, erradicação da pobreza e governança para um avanço econômico sustentável.	http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=ascom.noticiaMMA&codigo=6638	Economia verde
A implementação urgente de um imposto sobre transações financeiras para apoiar os objetivos do milênio é tema da campanha "The Robin Hood Tax", que conta com o apoio de 115 organizações, incluindo Oxfam, Greenpeace e UNICEF. Uma carta, assinada por mais de mil economistas de 53 países, foi entregue aos ministros de economia do G-20, grupo das 20 maiores economias do mundo, solicitando a criação do imposto. Economistas de diversas organizações, incluindo de prestigiosas universidades como Oxford, Harvard e Sorbonne, juntaram suas vozes ao apelo já feito por centenas de pessoas, dentre elas os ganhadores do prêmio Nobel de economia Joseph Stiglitz e Paul Krugman.	http://www.wwf.org.br/informacoes/noticias_meio_ambiente_e_natureza/?28302/Imposto-pode-apoiar-acoes-contra-as-mudancas-climaticas	The Hobin Hood Tax - imposto sobre as tensões financeiras com foco em promover a sustentabilidade.
O Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) promove nos dias 27, 28 e 29 de setembro o 4o. Congresso Internacional Sustentável com o tema Visão 2050: agenda para uma nova sociedade, a ser realizado no Armazém 2 do Pier Mauá, no Rio de Janeiro. É com base nesse documento, que o CEBDS vai construir, em parceria com os participantes do Sustentável 2011 – ONGs, empresas, governo e academia – a agenda brasileira da sustentabilidade. Com a mesma metodologia usada pelo WBCSD, o Visão 2050 brasileiro vai indicar os caminhos para que o país chegue a 2050 com qualidade de vida para seus habitantes. O resultado das discussões vai subsidiar a elaboração do documento que será apresentado durante a Rio+20.	http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/visao-2050-agenda-para-uma-nova-sociedade/	
para ser uma empresa reconhecida por suas práticas sustentáveis, há necessidade de comprovação dessas novas práticas adotadas. Empresas como a marca de sapatos Naturezza, ligada ao grupo Via Uno, está investindo nisso. Agrife, conhecida por desenvolver calçados sustentáveis, acaba de lançar um tênis que, segundo seus fabricantes, é ecologicamente correto por inteiro. O grande destaque do produto fica por conta do cabedal, confeccionado com Napa Acqua, material feito à base de água. Os corantes usados no processo de texturização e a tinta do forro também têm o líquido em suas composições. O cadarço é de fibra 100% algodão, os ilhoses são desenvolvidos com alumínio reciclado de latinas de refrigerante, a sola é uma mistura de cortiça reaproveitada e andiroba, e o forro tem fibra de bambu como matéria-prima.	http://www.revistasustentabilidade.com.br/blogs/minha-escolha-o-futuro/empresa-aposta-em-tenis-ecologicamente-correto	tênis ecologicamente sustentável por inteiro.

A comunidade que combate as mudanças climáticas ganhou mais um aliado na última semana. Um relatório encomendado pelo painel científico do Vaticano, a Pontifícia Academia de Ciências, declarou que todos os países devem tomar medidas para reduzir as alterações climáticas o mais rápido possível.	http://www.institutocarbono.org.br/noticias2/noticia=727486	
Em agosto de 2010, o InterAcademy Council (IAC), a pedido do Secretário-Geral da ONU Ban Ki-moon, divulgou uma análise sobre os métodos de trabalho do Painel Intergovernamental de Mudanças do Clima (IPCC), que então sofria uma crise de credibilidade, e sugeriu melhorias com a intenção de dar mais solidez e transparência aos influentes relatórios da entidade. Passados mais de nove meses, finalmente na última sexta-feira (13), membros do IPCC, reunidos em Abu Dhabi para a sua conferência anual, anunciaram uma série de medidas para lidar com erros, conflitos de interesse e que também estabelecem novos procedimentos para a apuração de dados para os relatórios da entidade.	http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/ipcc-anuncia-reformas-para-ter-mais-transparencia/	
Para se produzir uma camisa de algodão são gastos 2,7 mil litros de água	http://exame.abril.com.br/economia/meio-ambiente-e-energia/infograficos/noticias/a-agua-secreta-das-coisas	
Qual o caminho mais rápido para a transição a uma economia baseada em energia limpa e de baixo carbono? A diversificação da matriz energética, substituindo fontes fósseis por fontes renováveis limpas. Essa pergunta me foi feita em um debate recente sobre sustentabilidade. Ela tinha um complicador que pode às vezes passar despercebido: falava em energia limpa de baixo carbono. Tradução energia renovável de baixo impacto ambiental. O melhor caminho é usar uma cesta de fontes renováveis, de acordo com as condições de cada país e região, combinando solar fotovoltaica, eólica, geotérmica, biocombustíveis, principalmente de segunda geração – que deverão entrar no mercado até 2015 – biomassa, biogás (do lixo e de resíduos agrícolas animais e vegetais), baterias para veículos elétricos. Não há, no momento, uma fonte que possa substituir integralmente o petróleo com seus usos múltiplos. Na geração elétrica, só a fonte nuclear substituiria petróleo e carvão, em grande escala. No futuro, existe a possibilidade de uma economia baseada no hidrogênio, única fonte no horizonte que teria esse potencial de multiuso. Esse caminho de diversificação e descentralização nos levaria a uma economia sem uma fonte dominante de energia. Se, no futuro, uma fonte limpa que substitua plenamente o petróleo de tornar viável comercialmente, certamente o mundo rumaria para essa fonte e voltaria a ter uma economia de fonte dominante de energia. Nesse caso, as próximas décadas seriam uma primeira fase da transição, para uma economia de baixo carbono. A fase de maturidade corresponderia à dominância de uma fonte energética. De qualquer forma, o modelo energético mudará e será sempre, daqui em diante, mais descentralizado e diversificado que o atual. Hoje é possível pensar em um modelo que combine soluções locais, “fora do sistema geral”, que supram de energia renovável determinadas necessidades locais – de um bairro, uma cidade – ou específicas, e soluções integradas à rede, com múltiplas fontes limpas.	http://envolverde.com.br/economia/energia-economia/energias-limpas-chave-da-transicao-para-nova-economia/	
1.1 Plantação de algodão orgânico gera renda para famílias do semiárido da Paraíba	www.g1.com.br	

Anexo 5 – Material entregue aos participantes do Workshop com alinhamento de conceitos

Conceitos

Desenvolvimento sustentável

“Desenvolvimento que atende as necessidades do presente sem prejudicar a capacidade das futuras gerações de atender as suas próprias necessidades”.

(Relatório Brundtland – documento adotado pela ONU na década de 80)

“Um modelo econômico capaz de gerar riqueza e bem-estar enquanto promove a coesão social e impede a destruição da natureza. Esse modelo procura utilizar recursos naturais sem comprometer sua produção, fazer proveito da natureza sem devastá-la e buscar a melhoria da qualidade de vida.” (União Internacional para Conservação da Natureza – UICN)

Triple botom line

Esse conceito define que as organizações devem se manter sobre um tripé que converge das dimensões econômica, social e ambiental. Portanto, para estabelecer uma vivência de sustentabilidade as organizações devem buscar “prosperidade econômica, justiça social e proteção ao meio ambiente, dentro de suas operações principais e essencialmente fazendo o salto entre a sustentabilidade teórica para a prática”. (Elkington)

Eco-eficiência

“A Eco-eficiência é atingida com o fornecimento de bens e serviços que satisfaçam necessidades humanas e tragam qualidade de vida e, ao mesmo tempo, reduzam progressivamente os impactos ecológicos e uso de recursos, ao longo do ciclo de vida, para os níveis coerentes com a capacidade de carga do planeta”. (FUSLER & JAMES)

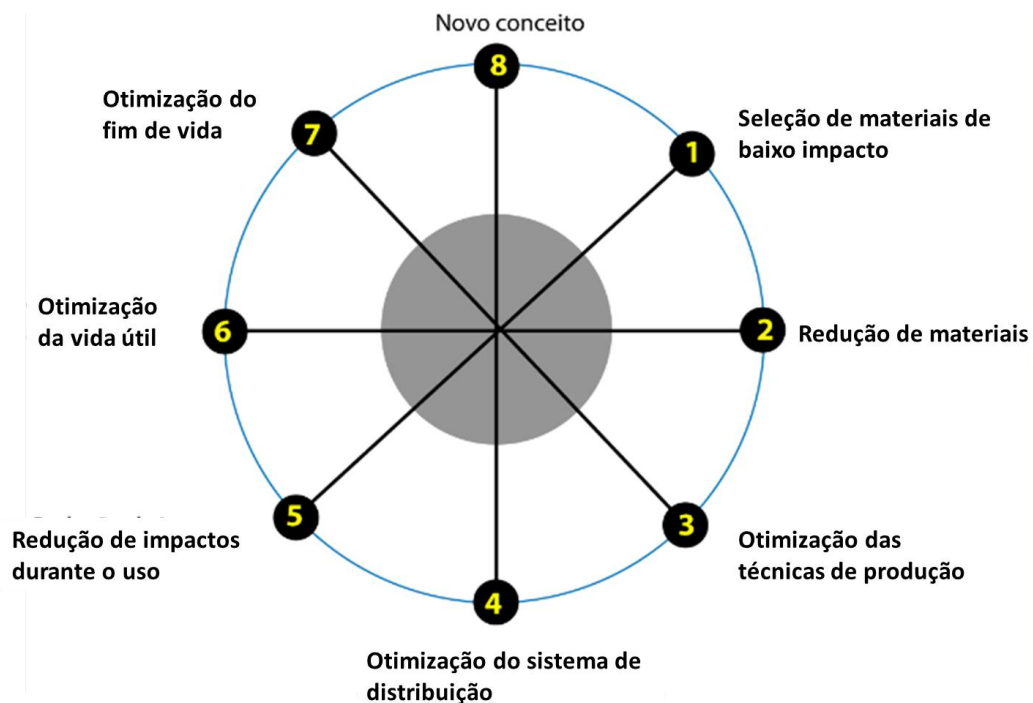
“A produção de bens e serviços úteis à sociedade, agregando valor através da busca pela redução do consumo de recursos naturais e da minimização ou não agregação de qualquer tipo de poluição”. (Conselho Empresarial Mundial para o

Desenvolvimento Sustentável (WBCSD – World Business Council Sustainable Development))

Ecodesign

“Ecodesign é o desenvolvimento de produtos aplicando critérios ambientais com o objetivo de reduzir os impactos ambientais ao longo de todas as fases do ciclo de vida do produto”. (BAKER)

Roda de Ecoconcepção do PNUMA - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente



Anexo 6 – Retorno dos participantes sobre suas percepções após o workshop de construção de cenários:

1 - Considerando-se o tema da pesquisa "moda e sustentabilidade", após o workshop de construção de cenários futuros, você modificou sua visão sobre a estratégia do produto / negócio da Lojas Renner?

Resposta 1: Sim, modifiquei minha visão com relação ao tema moda e sustentabilidade na Renner a medida que pude perceber a relevância que este tema terá no futuro, principalmente com relação aos impactos que a sustentabilidade deverá gerar em matérias-primas e processos químicos da indústria têxtil.

Resposta 2: Sim. Com a construção dos cenários, ficou claro que a empresa deve lidar com o conceito e a "problemática" da sustentabilidade de maneira muito mais estratégica do que vem lidando hoje. Visivelmente, a estratégia atual foca no tema de maneira secundária, não lidando com a questão de modo afirmativo, proativo e planejado - estamos a mercê das demandas primárias do mercado e não pensando uma estratégia de sustentabilidade a médio e longo prazo. No entanto, a construção dos cenários deixa bastante claro que mesmo nos melhores cenários a questão será chave para a continuidade no mercado, ou, ao menos, para o aprofundamento do share of mind e do market share. Quando tomamos as questões das lojas sustentáveis, por exemplo, fica claro que a empresa ainda tem um foco muito grande em questões de custo e de estratégia de curto prazo. Da mesma maneira, essa também parece ser a estratégia de nossos produtos de revenda. Fica, de qualquer maneira, a dificuldade na resposta à estratégia que deve ser adotada para esse alinhamento: como podemos alinhar as questões da sustentabilidade (demandas atuais e demandas futuras, que precisam ser planejadas desde já) com as metas de retorno financeiro de curto prazo?

2- Houve algum insight para a modificação da estratégia das Lojas Renner (com relação a produto, comunicação e ponto de venda)?

Resposta 1: Como gerente de produto comecei a pensar e considerar a possibilidade de trabalhar com diferentes bases de tecido e processos de

lavanderia para jeans. Também me envolvi com o tema no que diz respeito a comunicação (tags, sinalização em loja...), realizando algumas pesquisas informais em *benchmarks* do mercado externo que já vem trabalhando com produtos sustentáveis. Minha pesquisa também se estendeu a grandes estilistas que já estão levantando a bandeira verde e a forma como eles vem defendendo esta causa. Para ser bem sincera acredito que isto ainda não seja uma medida para ser tomada de imediato na organização. Dessa forma, tive sim insights para modificações de produto com base no levantamento de informações que fiz, conforme identificado na pergunta acima, mas não coloquei nada em prática. Foi apenas um exercício de criatividade e geração de ideias, sem considerar preço, o quanto comercial este produto seria, enfim fatos concretos e tangíveis que justificariam a existência do produto na Renner.

Resposta 2: Sim. O principal insight foi a consciência de que o projeto da loja sustentável deve envolver conceitos muito mais amplos de sustentabilidade do que a simples certificação ambiental voltada à construção civil. Deve, assim, envolver conceitos de logística, desenvolvimento do produto, reaproveitamentos, sem esquecer da sua eficiência econômica.