

O ALGODÃO ORGÂNICO DO SEMIÁRIDO BRASILEIRO: UM ESTUDO DE CASO NO INSTITUTO CASACA DE COURO

Cristiane Mader¹
Elen Carla B. Maia²

RESUMO

Este artigo apresenta um estudo sobre a retomada do cultivo do algodão orgânico no semiárido brasileiro. Desta forma o objetivo deste artigo foi de investigar como a agricultura familiar e o cultivo orgânico é possibilitado no semiárido brasileiro, por meio do Instituto Casaca de Couro. O estudo classificou-se como qualitativo, sendo utilizada a metodologia de estudo de caso, realizada no Instituto Casaca de Couro, através de uma entrevista semiestruturada. Os resultados apontaram que o desenvolvimento social através do incentivo da retomada do cultivo do algodão orgânico possibilitou a mudança no cenário de várias regiões do semiárido brasileiro e a diminuição do impacto ambiental proporcionado pela preservação do meio ambiente são as principais vantagens do Projeto Algodão Orgânico do Semiárido Brasileiro.

PALAVRAS-CHAVES

Algodão Orgânico. Instituto Casaca de Couro. Moda Sustentável.

1 INTRODUÇÃO

A indústria de moda é um setor que movimenta a economia de diversos estados brasileiros e é considerado um dos setores que mais geram empregos e renda no Brasil. Entretanto, esta indústria é considerada uma das indústrias mais poluidoras do mundo e, por este motivo, projetos e iniciativas que visam propagar práticas sustentáveis nesta área são de grande interesse para toda a cadeia de produção e consumo (ANICET E RUTHSCHILLING, 2013). Dessa forma, esse setor enfrenta o desafio de avançar no caminho da sustentabilidade e buscar alternativas com o objetivo de reduzir seu impacto social e ambiental (SALCEDO, 2014).

Segundo Araujo et al. (2014) a sustentabilidade aliada às práticas sociais ganha cada vez mais foco, tanto para as indústrias quanto para o consumidor. Nesse contexto, a pesquisa que este artigo aborda se justifica, visto que, a busca constante de formas justas e éticas de produzir roupas atualmente, é proveniente da relação da indústria da moda com a responsabilidade social e a sustentabilidade (BERLIM, 2012).

Com o intuito de oferecer uma contribuição acerca do assunto, este trabalho apresenta o resultado de uma pesquisa, ao qual foram propostos três objetivos a serem alcançados: sendo o primeiro, descrever a motivação inicial para a criação do Projeto Algodão Orgânico do Semiárido Brasileiro, sob tutela do Instituto Casaca de Couro; o segundo, esclarecer de que forma o projeto promove o desenvolvimento sustentável no semiárido brasileiro; e, por fim, entender a participação da indústria da moda no crescimento e expansão desse projeto.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 ALGODÃO ORGÂNICO

A cadeia produtiva pode ser definida como o conjunto de atividades interligadas, incluindo insumos básicos, bens de capital, bens intermediários, distribuição e comercialização (RECH, 2010). Desta forma, é fundamental que as práticas sustentáveis estejam em sincronia em todo o ciclo de produção do produto de moda e, estes devem levar em consideração aspectos sociais, econômicos

e ambientais (ARAUJO et al., 2014). Por isso, o consumidor, o fabricante e o designer têm papéis fundamentais para a conservação do meio ambiente, pois se o produto não for produzido dentro de um contexto ecologicamente correto, deixará o meio ambiente marcado irreparavelmente (REFOSCO et al., 2011).

A cadeia produtiva da indústria de moda tem seu início na coleta de matéria prima e estas podem ser de diferentes fontes: vegetal, animal ou química/sintética (MOREIRA et al., 2019). Da mesma maneira, Fletcher & Grose (2011) discorrem que os materiais e matérias primas são fundamentais para a indústria da moda, pois transformam em realidade as ideias simbólicas e intangíveis dos designers e estilistas. Visto isso, desde o final da década de 80, o interesse da cadeia produtiva sustentável está voltado para o impacto causado pela produção da matéria prima e que a exploração de materiais tem sido o ponto de partida para a maior parte da inovação sustentável na moda (BERLIM, 2012; FLETCHER & GROSE, 2011).

Além disso, sendo o algodão a fibra têxtil mais consumida no mundo, é, ao mesmo tempo, um produto oriundo do sistema agrário, cujo cultivo exige o uso de produtos químicos, os quais prejudicam o meio ambiente (RETAMIRO et al., 2013). Por este motivo, o uso do algodão orgânico é uma alternativa relevante, visto que seu plantio é livre de pesticidas, fertilizantes, entre outros agentes químicos poluidores (ANICET E RUTHSCHILLING, 2013). Na busca por matérias primas sustentáveis, as primeiras culturas de algodão orgânico emergiram e desde então ganharam espaço no mercado mundial de moda (BERLIM, 2012). O cultivo de forma orgânica, tem seu apelo sustentável ainda mais evidenciado por, em sua grande maioria, utilizar o modelo de agricultura familiar como base para o plantio (ANICET E RUTHSCHILLING, 2013). Da mesma maneira, a produção de algodão orgânico está apoiada aos três pilares da sustentabilidade, ou seja, viabilidade econômica, preservação ambiental e bem-estar social (BERLIM, 2012).

Quadro 1 – Diferenças de cultivo entre algodão convencional e algodão orgânico.

	Algodão convencional	Algodão orgânico
Sementes	-Tratamento com fungicidas ou inseticidas -Uso de sementes transgênicas	-Não recebe tratamento químico; -Não utiliza sementes transgênicas
Solo e água	-Desgaste do solo por predominância de monocultura; -Requer irrigação; -Uso de fertilizantes químicos	-Fortalece o solo com rotação de culturas; -Retém água com matéria orgânica para adubar o solo; -Uso de adubo orgânico e/ou composto orgânico produzido no próprio local
Controle de ervas daninhas	-Aplicação de herbicida no solo para inibir a germinação; -Aplicação de herbicida nas ervas daninhas que germinam	-Capina manual de ervas daninhas; -Armadilhas de controle de pragas
Controle de pragas	-Uso intensivo de pesticidas, responsável por 25% do consumo mundial de agrotóxicos; -Os pesticidas mais usados têm alto índice de toxicidade; cinco deles são cancerígenos; -Os produtos químicos tóxicos são aplicados em forma de aerossol – no ar, esses compostos alcançam a casa dos agricultores, a comunidade e a vida selvagem nos arredores	-Mantém o equilíbrio entre as pragas e seus predadores naturais por meio da manutenção da saúde do solo; -Utilização de controle biológico com insetos benéficos; -Cultivo de plantas que atraem os insetos e os mantém longe da lavoura de algodão
Colheita	-Desfolha procedida com uso de produtos químicos	-Desfolha procedida manualmente.

Fonte: Berlim (2012, p. 118)

Para Salcedo, 2014, o algodão orgânico é classificado como aquele cultivado em harmonia com a natureza, sem utilização de agroquímicos perigosos nem de sementes geneticamente modificadas. Berlim (2012) corrobora ao afirmar que o cultivo do algodão orgânico não agride o meio ambiente e contribui para uma melhor qualidade de vida de seus produtores. Assim sendo, observa-se algumas vantagens desse cultivo, tais como: conservação da fertilidade e biodiversidade do solo; redução do uso de água; menor emissão de gases do efeito estufa; melhora na segurança alimentar por conta da rotação de culturas; redução dos riscos para a saúde e melhora das condições de vida dos agricultores (SALCEDO, 2014). Igualmente Berlim (2012) exemplifica no Quadro 1, as diferenças do cultivo do algodão tradicional e orgânico.

2.2 SUSTENTABILIDADE NA MODA

Definir o conceito da palavra moda é tarefa das mais complexas, uma vez que as interpretações sobre o tema são as mais diversas (COBRA, 2007). A própria definição do termo moda por inúmeros autores é referida como fenômeno social, como um meio de expressão de uma individualidade e diferenciação social (SOARES, 2008). Para Guedes et al (2009) o termo moda vem alterando sua definição ao longo do tempo, sendo isto uma representação das mudanças nos costumes, padrões de consumo, ideais de imagem e individualismo. Lipovetsky (1989) considera que a moda comanda a sociedade, visto que conseguiu remodelá-la de tal forma que antes era periférica e se torna, atualmente, hegemônica.

Em contrapartida, de acordo com Godart (2010) a definição do termo moda é ambíguo e pode também ser entendido como a indústria do vestuário e nesta definição se encaixam as modas de consumo dos indivíduos e os modos de se vestir como definidor de identidade. Sendo assim, entende-se que a moda não é somente sinônimo de se vestir ou de vestuário, e sim uma forma de expressão que inicia na necessidade de comunicação e identificação individual ou de grupo e se confirma no reflexo das transformações socioculturais (GUEDES et al, 2009).

O consumo de moda está cada vez mais rápido e a cada semana vê-se uma coleção nova nas vitrines e, segundo Denardin (2012) não há como consumir desenfreadamente sem refletir nas consequências disso no futuro do planeta. Percebe-se que os consumidores estão cada vez mais questionadores, mais conscientes do seu papel e do papel das empresas como agentes de mudanças nesse cenário. A conscientização do ser humano, voltado a um mundo com atitudes menos impactantes ao meio ambiente, está cada vez maior e cabe ao consumidor a atenção e o entendimento da força das suas escolhas (ALESSIO, 2014; BERLIM, 2012). Nesse sentido, ao colaborar com a sociedade e o planeta, as empresas podem perceber que existe uma grande oportunidade de agregar valor ao seu negócio e aos seus produtos (DENARDIN, 2012). Além disso, a indústria, como disseminadora de ações em toda cadeia produtiva, inspira e multiplica iniciativas cada vez mais conscientes (BEZERRA et al., 2016).

Dessa maneira, pode-se levar em consideração que novas relações de consumo podem ser estabelecidas por meio de interações entre criador, produtor e consumidor a partir do entendimento do questionamento: por que comprar (BERLIM, 2012). O autor ainda afirma que, quando as motivações do consumo ultrapassam os valores materiais e abrangem os valores imateriais, verifica-se que o consumidor tem a capacidade de gerar novas percepções de criação e produção. Mais preocupado com o “ser” do que com o “ter”, o novo consumidor é mais responsável com relação ao meio ambiente e consigo mesmo (COBRA, 2007).

Diante do exposto, pode-se observar a existência da dicotomia ao se referir sobre moda e sustentabilidade, uma vez que o sistema de moda é baseado na efemeridade e no incentivo ao consumo (ARAÚJO, 2016). Dessa forma, é de conhecimento que a indústria da moda, ao adotar práticas produtivas insustentáveis e promover o consumo desenfreado, a coloca entre um dos principais poluidores e lhe é atribuída uma parcela expressiva de responsabilidade pela degradação ambiental (MOREIRA et al, 2019). À vista disso, a indústria da moda necessita buscar novas alternativas, a fim de reduzir seu impacto social e ambiental (SALCEDO, 2014).

Visto que, as definições para o conceito de sustentabilidade são diversos (REFOSCO, 2011),

pode-se dividir esse tema em três vertentes: sustentabilidade social, que diz respeito às condições do trabalhador nos ambientes de trabalho; sustentabilidade ambiental, que abrange as definições dos limites de utilização dos recursos naturais; e, por final, sustentabilidade econômica, que estimula a eficiência dos processos produtivos para gerar maiores benefícios com uma menor utilização de recursos (DE CARLI, 2012). Dentro desse contexto, o tema sustentabilidade traz à tona a valorização da responsabilidade com as gerações futuras, visto que uma mudança de comportamento de consumo se torna necessária para que ocorra a transição para um modelo de produção com foco no sustentável (ROCHA, 2012). Dessa forma, segundo Araújo (2016), a sustentabilidade deve ser abordada por todas as esferas, inclusive e principalmente, na moda.

Para tal, a indústria precisa entender quais são esses desafios que, podem ser divididos em seis pilares: uso e tratamento de água, consumo de energia e emissões, uso de químicos e descarte de dejetos tóxicos, geração e gestão de resíduos, condições de trabalho dignas e novos modelos de negócio (SALCEDO, 2014). A busca por novas propostas no design de novos produtos de moda é justificável, pois, a partir do momento que as tendências indicarem o uso de materiais sustentáveis, haverá uma grande contribuição para o redirecionamento na busca e no consumo desse tipo de produto (SCHULTE E ROSA, 2010). Para Martins (2012), a discussão em torno do tema sustentabilidade colabora para o reconhecimento dos limites sustentáveis na criação de produtos e processos. Nesse contexto, gestores de diversos setores da indústria da moda têm buscado alternativas para a implementação de processos com menor impacto ambiental e, embora a questão da sustentabilidade esteja voltada aos meios de produção, não há como negar que o consumo desses produtos ultrapassa esses aspectos (BERLIM, 2012).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método de pesquisa utilizado classificou-se como qualitativo, pois trata-se de um estudo de caso desenvolvido no Instituto Casaca de Couro, localizado no estado da Paraíba (PB). O motivo pelo qual o Instituto foi escolhido como objeto de estudo de pesquisa é o seu grande envolvimento com os projetos que incentivam o cultivo do algodão orgânico na região do semiárido brasileiro.

A população amostral compreendeu os idealizadores do Projeto Algodão Orgânico do Semiárido Brasileiro, sendo quatro representantes de quatro instituições públicas e privadas. O projeto se destaca pelo seu papel no desenvolvimento social que transforma a economia local. A amostra se concentrou na coordenadora do projeto, que é uma das fundadoras do Instituto Casaca de Couro e é responsável por toda a articulação do projeto.

Como instrumento técnico da coleta de dados elaborou-se uma entrevista (Apêndice A) com 14 perguntas semiestruturadas e observações diretas. A fim de se evitar a perda de informações e manter a plenitude dos dados, a entrevista, realizada através do Google Meet, foi gravada com a ferramenta da própria plataforma, e, posteriormente transcrita para facilitar a compreensão do discurso da entrevistada. A entrevista foi realizada no mês de setembro de 2022.

A seção de perguntas foi dividida em três módulos, sendo que o primeiro módulo (perguntas de 1 a 5) aborda a criação do projeto, bem como do instituto, o segundo módulo (perguntas de 6 a 10) relaciona o projeto ao desenvolvimento social através da agricultura familiar e finalmente o terceiro módulo (perguntas de 11 a 14) abrange a relação da indústria da moda com o crescimento do projeto.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Visando contemplar os objetivos específicos propostos neste estudo de caso, os quais são: descrever a motivação inicial para a criação do Projeto Algodão Orgânico do Semiárido Brasileiro, sob tutela do Instituto Casaca de Couro; esclarecer de que forma o projeto promove o desenvolvimento sustentável no semiárido brasileiro; e, por fim, entender a participação da indústria da moda no crescimento e expansão desse projeto, primeiramente foi realizada uma análise dos

dados obtidos através de uma entrevista semiestruturada com a coordenadora do Instituto Casaca de Couro. Além disso, uma análise documental elaborada a partir de reportagens, relatório, documentário e informações divulgadas em redes sociais, complementa os resultados apresentados nesta pesquisa.

4.1 O INÍCIO DO PROJETO E DO INSTITUTO CASACA DE COURO

Para compreender de que forma o cultivo do algodão orgânico promove o desenvolvimento social através do Projeto Algodão Orgânico do Semiárido Brasileiro, se faz necessário contextualizar o surgimento do Instituto Casaca de Couro, sob o qual está a curadoria do projeto, bem como descrever o nascimento do projeto em si, ao qual está direcionado o primeiro módulo de perguntas (1 a 5).

No ano de 2002, nasceu o Instituto Casaca de Couro, fruto da necessidade da criação de uma entidade capaz de abraçar a ideia de proteger e cuidar do algodão do Nordeste, ao qual, o cultivo está presente na memória afetiva dos nordestinos. O nome se origina de uma ave do sertão que tem seu ninho envolto em gravetos e espinhos, porém é macio e protegido por dentro. A intenção na escolha do nome é transmitir a ideia de proteção: das pessoas, do meio ambiente e do algodão orgânico. Da mesma maneira, o início do Projeto Algodão Orgânico do Semiárido Brasileiro se deu através do encontro entre a coordenadora do Instituto Casaca de Couro e da Coopnatural com o diretor da empresa de fiação Norfil, que ocorreu em um evento em que ambos estiveram presentes na Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit). Nesse primeiro contato, o diretor da Norfil demonstrou interesse em comprar uma produção de algodão orgânico branco que ainda não existia. Assim sendo, ambos, foram ao encontro do então diretor técnico do que atualmente é a Empresa Paraibana de Pesquisa, Extensão Rural e Regularização Fundiária (Empaer), o qual se uniu aos dois para iniciar o projeto em 2016 (Figura 1).

Figura 1: Idealizadores iniciais do projeto



Fonte: elaborado pelos próprios autores (2022)

Após o sonho do projeto dar início à realidade, a etapa seguinte era a sensibilização dos agricultores para fazer o plantio do algodão de forma sustentável. A adesão dessas famílias se torna possível pois a coordenadora do Instituto e da Coopnatural, já há longo tempo na labuta com o algodão orgânico é uma pessoa reconhecida pelos agricultores. Ademais, o projeto apresenta garantias acertadas antecipadamente pela Norfil, dentre elas: preço justo proposto na assinatura do contrato, garantia de compra, logística de escoamento e certificação. Além disso, é concedido pela Empaer o acompanhamento técnico ao agricultor e créditos rurais. Visto que a cultura do algodão faz parte do desenvolvimento do Nordeste, não houveram muitos obstáculos por parte dos agricultores quando ressurgiu a oportunidade dessas famílias voltarem a cultivar o algodão.

Figura 2: Fluxograma do Projeto Algodão Orgânico do Semiárido Brasileiro



Fonte: Instituto Casaca de Couro (2020)

A retomada tem início com 5 famílias, que estavam dispostas a realizar o cultivo através de um novo modelo de plantação e colheita, ou seja, um modelo de agricultura familiar. Segundo o diretor técnico da Empaer, a Norfil não estabelece apenas uma relação comercial com os agricultores, eles fornecem as sementes, a sacaria especial para o acondicionamento da pluma e pagamento adiantado da quantidade produzida, ou seja, o algodão é pesado na casa do agricultor e só é coletado, mediante pagamento antecipado (Figura 2).

4.2 O DESENVOLVIMENTO SOCIAL ATRAVÉS DA AGRICULTURA FAMILIAR

No segundo módulo de perguntas (6 a 10) relaciona o projeto ao desenvolvimento social através da agricultura familiar. Dessa forma, entende-se que, ao qual é possibilitada pelo cultivo do algodão orgânico por meio da agricultura familiar, em modelo diversificado de cultura, consorciado com diversos alimentos da base alimentar. Além disso, a integração com outras cadeias produtivas, tais como a pecuária, a pecuária de leite, a suinocultura, a caprinocultura, a avicultura é viabilizada por meio dos resíduos e sobras da colheita. Exemplo disso é o caroço do algodão que é vendido para alimentação animal, pois é uma proteína bastante eficaz para a produção de leite.

Ademais, pode-se dizer que a sustentabilidade ambiental é tangida através do sistema de cultivo, que possui certificação orgânica das áreas de plantio e não apenas do algodão, as quais são inspecionadas e certificadas pelo Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural (IBD), incluindo assim, tudo o que é produzido nelas. Essa certificação garante que nenhum agrotóxico, adubo químico ou qualquer outro fator de degradação ambiental sejam utilizados no plantio, manutenção e colheita desses produtos, protegendo assim, não apenas o meio ambiente, como também os agricultores e sua família.

Igualmente, o desenvolvimento econômico, está vinculado diretamente à geração de renda proporcionada às famílias, visto que o algodão é plantado com preço previamente estabelecido. Além de que, o algodão só é retirado da casa dos agricultores mediante pagamento antecipado, o que possibilita crescimento para as famílias, comunidades, bem como para as cidades contempladas pelo projeto.

Nesse sentido, a vasta procura dos agricultores para integração ao programa deve ser considerada uma métrica para a avaliação do êxito que o projeto alcançou. Das cinco famílias iniciais, que estavam situadas em apenas uma cidade, em 2022 já são quase 600, em diversas cidades e contempla dois estados – Paraíba e Rio Grande do Norte. Conseqüentemente, com o

aumento do número de agricultores, que tem um limite de um alqueire de plantio por família, a área de cultivo e a quantidade produzida também tiveram crescimento, ao qual, está prevista a colheita de cerca de 200 toneladas para o ano de 2022. Essa é medida palpável do projeto, que tem proporcionado desenvolvimento socioeconômico para as famílias do semiárido brasileiro, ao qual, a parceria com os setores industrial, governamental e filantropo, garante o pleno funcionamento do fluxo de plantio, venda e pagamento das safras.

Em suma, o projeto é viabilizado por meio da indústria, que garante a compra de toda a produção e também através do Instituto Casaca de Couro, da Empaer e da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), que apoiam e implementam as ações junto aos agricultores. A aproximação direta com as famílias agricultoras dos municípios, sobretudo dos menores, resulta na expansão contínua do projeto e ajuda as cidades, com uma abordagem estratégica focada no desenvolvimento regional sustentável.

4.3 A RELAÇÃO DA INDÚSTRIA DA MODA COM A AMPLIAÇÃO DO PROJETO

Neste tópico é apresentado o terceiro módulo de perguntas (11 a 14) que aborda a relação da indústria da moda com o crescimento do projeto. Assim, para que o projeto pudesse crescer com qualidade, e ao mesmo tempo, ter capacidade para sensibilizar novos agricultores, as parcerias com o elo final da cadeia produtiva têxtil, ou seja, a indústria da moda, foram fundamentais. Nesse âmbito, essas colaborações foram possíveis pois a forma como esse algodão é produzido, isto é, de forma agroecológica e sustentável, adiciona um valor conceitual que está cada vez mais requisitado pelo consumidor. A sociedade tem percebido que não dá mais para agredir tanto a natureza, ou seja, a procura dos consumidores por produtos cada vez mais éticos e sustentáveis está cada vez maior.

Ainda, através do apoio de empresas que produzem moda, tais como Menegotti Malhas, Calvin Klein, Grupo Reserva, Instituto Renner, Malhas Anselmi e Highsteel, foi possível a revitalização e certificação da Usina Boa Viagem de beneficiamento, localizada no município de Pirpirituba/PB. Essa usina possui uma estrutura que tem condições de atender toda a produção de algodão orgânico produzida até o momento, e, além disso, possui uma capacidade ainda maior, a qual pode ser facilitadora do avanço da cultura do algodão em bases orgânicas e agroecológicas de toda a região. A usina que recebeu seu primeiro carregamento de algodão em Setembro de 2022, permite que a certificação orgânica do algodão seja ainda mais facilitada, pois apenas o algodão orgânico será beneficiado, impossibilitando qualquer tipo de contaminação.

Outro fator decisivo para que este fio produzido com o algodão orgânico 100% brasileiro chegasse ao consumidor de moda, foi a Norfil. A parceria com a empresa foi fundamental, pois o diretor e um dos idealizadores do projeto, é um empresário jovem que possui um olhar no futuro da indústria têxtil e no futuro do planeta. Sendo assim resolveu investir para que se pudesse fabricar e vender um fio plantado no Brasil, na agricultura familiar, e que preservasse não só a saúde das pessoas, mas a saúde do planeta. Além do que, a Norfil possui uma articulação com o elo final da cadeia produtiva, que é a indústria da moda.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatou-se que os resultados apresentados nessa pesquisa atenderam com o êxito o objetivo proposto. Os resultados apontaram duas principais vantagens do Projeto Algodão Orgânico do Semiárido Brasileiro, idealizado pelo Instituto Casaca de Couro e pela Norfil em conjunto com a Coopnatural e a Empaer/PB, sendo a primeira vantagem o desenvolvimento social através do incentivo da retomada do cultivo do algodão orgânico que possibilita a mudança no cenário de várias regiões do semiárido brasileiro. Esse projeto, que está conectado à um propósito ético, social e ecológico e aliado à visão do empreendedorismo consciente e a perseverança do agricultor de algodão, gera renda para os pequenos agricultores que fazem parte do programa, assim transforma a economia local.

A segunda vantagem é a diminuição no impacto ambiental proporcionado pela preservação do meio ambiente, pois não se utiliza agrotóxicos e pesticidas – o que diminui os danos causados ao solo, ao ambiente e ao ser humano. Da mesma maneira, a certificação da terra garante que todas as culturas plantadas em conjunto com o algodão, proporcionem ainda mais renda às famílias, ou seja, o projeto, através do “Ouro Branco” do sertão, como o algodão orgânico é chamado, vai além da atuação palpável, pois transforma a vida dos agricultores que depositam esperança em cada plantio.

Outra constatação foi que cada vez mais pessoas estão se dando conta da importância do consumo consciente, ou seja, a preocupação em tornar hábitos sustentáveis como parte da rotina existe e já faz parte do comportamento do consumidor do mundo da moda. Dessa maneira, a indústria busca incentivar projetos e utilizar matérias primas e processos cada vez mais sustentáveis. Com isso, a tendência de crescimento em projetos nesse nicho é praticamente certa. Afinal, a sustentabilidade não está apenas nas boas práticas de fabricação de peças da moda, mas também em atitudes e escolhas conscientes de consumo.

Considerando a crescente busca do consumidor por produtos éticos e sustentáveis e ao crescimento do projeto na região do semiárido brasileiro, denota-se a importância de pesquisas aprofundadas que abordem outras perspectivas sobre o algodão orgânico branco 100% brasileiro, cultivado através da agroecologia, com foco na responsabilidade social e econômica de pequenas localidades.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, que fez com que meus objetivos fossem alcançados, durante todos os meus anos de estudos. Ao meu marido, que sempre esteve ao meu lado, pela parceria incondicional e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período de tempo em que me dediquei a este trabalho. Aos professores, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional ao longo do curso. A todos da empresa Malhas Menegotti, pelo fornecimento de dados e materiais que foram fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa que possibilitou a realização deste trabalho. À Maysa Motta Gadelha, coordenadora do Instituto Casaca de Couro, pela disponibilidade que foi essencial para a elaboração deste trabalho científico.

REFERÊNCIAS

ALESSIO, Monik Aparecida et al. Algodão Orgânico na Produção Sustentável. **ModaPalavra e- periódico**, n. 14, p. 136-150, 2014. Disponível em < <https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051623009.pdf>> Acesso em 10 Jul 2022.

ANICET, Anne; RÜTHSCHILLING, Evelise A. Relações entre moda e sustentabilidade. **9º Colóquio de moda**. 2013. Disponível em < http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-eSustentabilidade/Relacoes-entre-moda-e-sustentabilidade.pdf> Acesso em 14 Jun 2022.

ARAÚJO, Elizabeth Maurício de. Moda para sustentabilidade: vestimenta modular transformável como alternativa de Slow Fashion. 2016. Disponível em < <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/16090>> Acesso em 09 Jul 2022.

ARAÚJO, Mariana; BROEGA, Ana Cristina; RIBEIRO, Silvana Mota. Sustentabilidade na moda e o consumo consciente. **XIX Seminário Acadêmico da APEC**. 2014. Disponível em < <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/34492>> Acesso em 09 Jul 2022.

BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade**: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das

Letras e Cores, 2012.

BEZERRA, Elen Carla; MISAGHI, Mehran; BATIZ, Eduardo Concepción. A utilização das mídias sociais para divulgação de ações de responsabilidade social: um estudo de caso em uma indústria do vestuário. 2016.

COBRA, Marcos. **Marketing & moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo; Cobra Editora & Marketing, 2007.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe. Moda, uma prática de múltiplas economias. In: DE CARLI, Ana Mery Sehbe; VENZON, Bernardete Lenita Susin. (Orgs.) **Moda, sustentabilidade e emergências**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2012.

DENARDIN, Karoline Sana. Sustentabilidade na moda: casos de reaproveitamento e economia solidária. In: DE CARLI, Ana Mery Sehbe; VENZON, Bernardete Lenita Susin. (Orgs.) **Moda, sustentabilidade e emergências**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2012.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & sustentabilidade**: design para mudança; tradução de Janaína Marcoantonio. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**; tradução de Lea P. Zylberlicht. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

GUEDES, Renato Celestino; TEIXEIRA, Edilene L.; SILVA, Hozana R. Moda na década de 40—A performace de Carmen Miranda. **IN: V ENECULT-Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. 2009. Disponível em < [https:// http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19553.pdf](https://http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19553.pdf)> Acesso em 25 Jun 2022.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas; tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARTINS, Suzana Barreto. Estratégias para a redução de resíduos no setor de confecção de produtos de moda. In: DE CARLI, Ana Mery Sehbe; VENZON, Bernardete Lenita Susin. (Orgs.) **Moda, sustentabilidade e emergências**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2012.

MOREIRA, Luana de Paula; SANDER, Andrea; LENCINI, Carlos Artur dos Santos. Pode a moda ser sustentável?. **Revista Metodista de Administração do Sul**, v. 4, n. 5, p. 411-440. 2019. Disponível em < <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ipa/index.php/administracao/article/view/718>> Acesso em 25 Jun 2022.

RECH, Sandra Regina. Panorama da cadeia produtiva da moda brasileira. In: SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Moda e Produto**. Série Modapalavra. Vol. 6. Florianópolis / São Paulo / SP: UDESC/Estação das Letras e Cores, 2010. 256p.

REFOSCO, Ereany et al. O novo consumidor de moda e a Sustentabilidade. **VII Colóquio de Moda**. 2011. Disponível em < <http://repositorium.uminho.pt/handle/1822/14946> > Acesso em 09 Jul 2022.

RETAMIRO, Wiliam; DA SILVA, José Luis Gomes; VIEIRA, Edson Trajano. A sustentabilidade na cadeia produtiva do algodão orgânico. **Latin American Journal of Business Management**, v. 4, n. 1, 2013. Disponível em < <https://www.lajbm.com.br/index.php/journal/article/view/119>> Acesso em 10 Jul 2022.

ROCHA, Maria Alice Vasconcelos. Moda e sustentabilidade: combinação possível. **VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo/II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo**, 2012. Disponível em < <http://www.sisgeenco.com.br/sistema/enec/enec2012/ARQUIVOS/GT3-239-212-20120820221036.pdf>> Acesso em 09 Jul 2022.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável**. São Paulo: Editora G. Gili, Ltda, 2014.

SCHULTE, Neide Kolher; ROSA, Lucas da. Moda sustentável. In: SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Moda e Produto**. Série Modapalavra. Vol. 6. Florianópolis / São Paulo / SP: UDESC/Estação das Letras e Cores, 2010. 256p.

SOARES, Paula Cristina Gomes da Costa. Comunicação integrada de colecções de produtos de moda. 2008. Disponível em < <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/8479>> Acesso em 09 Jul 2022

APÊNCICE A – Entrevista

MÓDULO 1

1. Como nasceu a ideia do projeto?
2. Qual o significado do nome do Instituto?
3. Quem foram os parceiros iniciais?
4. Como foi para sensibilizar as primeiras famílias a aderirem ao projeto?
5. Quais os benefícios para as famílias do projeto?

MÓDULO 2

6. Como funciona o método de plantio?
7. O que diferencia o algodão orgânico do convencional?
8. O algodão é certificado. Como foi para conseguir a certificação?
9. De que forma o projeto viabiliza o desenvolvimento social na região?
10. Houve crescimento na adesão de agricultores, produção e área de plantio?

MÓDULO 3

11. Como a indústria da moda recebeu esse algodão?
12. De que forma as empresas de moda foram facilitadoras do crescimento do projeto?
13. Quais empresas já colaboraram com o projeto?
14. Qual a importância da Norfil para a idealização e concretização do projeto?