

Consumo Consciente e a indústria da moda

Creio ser relevante o incentivo ao consumo de produtos que são feitos aqui no Brasil, com recursos locais, mão de obra e transporte local. Ao se transportar um produto que vem do outro lado do mundo para cá, queima-se uma quantidade de carbono enorme nesse transporte, dentre outros fatores que provocam impacto negativo que temos que evitar.

Já consumimos demasiado petróleo. Até o início dos anos 70, foi consumido praticamente toda reserva de petróleo que era possível se consumir na Terra. Hoje, consumimos reservas indevidas. O que o planeta demorou 4 bilhões de anos pra produzir, consumimos em aproximadamente 150 anos... isso é um filme de terror.

Estamos falando de reservas que são irrecuperáveis. Nós já ultrapassamos a “linha vermelha” da sustentabilidade da Terra. Agora não é só uma questão de evitar, precisamos também saber como conviver com o que já provocamos, com os efeitos negativos de nosso comportamento, nesses anos.

Nas últimas décadas, esse processo tem se acelerado por causa do desejo de grandes empresas (que incentivam empreendedores a já iniciarem seus negócios com esses modelos), em competir, o que provoca a aceleração da economia e o incentivo ao consumo. Esse processo não é sustentável.

Uma das muitas alternativas é encontrar formas de trazer para as cidades, algumas inteligências desenvolvidas em comunidades que podem ser customizadas para grandes centros, focando em produção e consumo local, otimizando os bairros para que as pessoas transitem mais dentro deles, evitando estresse de trânsito, reduzindo a poluição, otimizando custos para consumidores e produtores, com o morador do bairro encontrando perto de sua casa o seu trabalho e o que precisa consumir, provocando menor impacto econômico e social.

Alguns dos fatores que economistas e estudiosos de bem-estar têm considerado, é que o mais provoca bem-estar no indivíduo é que ele viva numa cidade que lhe ofereça mais espaço público, que as ruas não sejam local de passagem e sim de convívio, que o sujeito não perca tempo com transporte. A relação do indivíduo com o tempo é fundamental.

Um bom exemplo é a indústria da moda,

O mercado hoje produz o chamado *fast fashion*, onde basicamente o varejo deve ofertar ao consumidor, produtos novos, constantemente. Em algumas redes de vendas, todos os dias tem que ter alguma coisa nova na loja para fazer com que o consumidor volte regularmente para consumir. Isso é uma doença.

Estamos vendo que isso não está dando certo. Para manter esse ritmo de produção, não há consideração com a sustentabilidade do planeta, a começar pelos agrotóxicos para acelerar a produção do algodão, e depois a competição ainda exige preços e rapidez de produção que resultam em exploração de trabalho.

Segundo Ming Liu, especialista em projetos que potencializam a exportação de produtos orgânicos do nosso País, em entrevista à revista Brasileiros de janeiro desse ano, o Brasil é campeão mundial no uso de agrotóxico. O algodão é uma das culturas onde mais se aplicam agrotóxicos por hectare. A pessoa não come algodão mas sabemos que o impacto do agrotóxico no meio ambiente é enorme.

E estou usando a moda como exemplo do que em outros setores também ocorre. Os modelos de geração de economia podem ser redesenhados. Que existam palavras como “reuso”, termos como “não à mão de obra escrava”, “tecidos orgânicos”, “não ao incentivo ao consumo”, “desaceleração da economia”, “marketing consciente”, “capitalismo consciente”. É hora de olhar para a moda e resignificá-la.

A produção deve também ser consciente. A indústria da moda tem uma força enorme para mudar paradigmas, incentivando outros setores a repensarem seus modelos: presídios podem ser um foco para desenvolvimento de produção, com presidiários se sentindo úteis e recebendo um aprendizado. Não é uma questão de mão de obra barata e sim uma questão de produção consciente, de oferecer oportunidades para pessoas que estão vivendo como marginais, uma razão para viver, um aprendizado que pode ser aplicado como fonte de renda para suas vidas, ao saírem dos presídios.

Mudanças de estratégias empresariais parecem ser custosas mas você conseguirá fidelizar um consumidor também por ele vir a se identificar com a preocupação do produtor com questões sócio ambientais. Muitas pessoas no mundo todo já consomem esses valores: como o produto foi confeccionado, qual a preocupação da empresa com o mundo ao nosso redor.

Recentemente um dos meus professores de economia do Schumacher College, Tim Crabtree, disse em uma aula: “O problema que vivemos no mundo hoje, não é econômico, é moral. Nós sabemos o que deve ser feito e não fazemos”.

E a moda tem tudo para levantar essa bandeira para um lado positivo. Não é só questão de não mostrar que consumiu, mas de realmente consumir com consciência.

O importante é o que ela tem de conteúdo. Nós temos criativos maravilhosos no Brasil e no mundo que criam moda de acordo com a demanda, porque ele tem um mercado para atender, antes de prospectar somente lucro. Que a demanda seja essa, então. Uma roupa que não impacte negativamente no meio ambiente, nem nas pessoas que habitam o planeta. Uma marca de roupa que não incentive consumo exacerbado, equivocado, desnecessário. Por isso

não precisamos de uma economia acelerada, e os lucros não precisam ser tão grandes.

O capitalismo consciente é aplicado por empresas que reinvestem o lucro na própria empresa. Parte do lucro volta para a produção: mais tecnologia, melhor maquinário, mais dinheiro para que o funcionário tenha mais bem-estar vivido, que assim produza melhor. Para algumas pessoas, é o caminho. Mas ainda falta bastante para a maioria das pessoas se conscientizarem.

Será o período Antropoceno será um dia lembrado como o mais trágico da história de nosso planeta, justamente pelas evidências de que as mudanças ambientais terão sido causadas pela humanidade?

(bio em 2016)

Isabella Prata é fundadora da Escola São Paulo de Economia Criativa, especialista em consultoria e pesquisas para inovação, desenvolvimento de conteúdo para educação e estuda Economia e Política, no Schumacher College.