

NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS APONTAM PARA SOLUÇÕES

Primeiro os consumidores questionaram a qualidade das linhas *fast food* dos alimentos industrializados, dando início a um movimento em prol de uma nutrição saudável, preferencialmente orgânica e produzida localmente. Essa onda de conscientização alimentar soou como um chamado para as novas gerações de designers que, ao ingressarem no ramo da moda, se deparavam com uma indústria *fast fashion* operando de um modo linear e antiquado, com poucas iniciativas de inserção de sustentabilidade nas linhas de produção.

Essa correlação foi feita pela designer de moda Marina Colerato, fundadora e editora do site **Modifica**, onde escreve sobre temas pouco explorados pelas grandes publicações de moda, como economia circular e sustentabilidade. Para ela, assim como o setor de alimentação logo reagiu à demanda dos con-

sumidores, na moda também começam a surgir alternativas para quem gosta de um guarda-roupa renovado, mas ao mesmo tempo se preocupa com a pegada ecológica e os impactos sociais por trás das peças.

Bibliotecas de roupa, bazares de troca, brechós, oficinas de *upcycling* e franquias que transformam vestuários estão entre os principais modelos de negócios que aproveitam as peças em circulação, quebrando a lógica que move o *fast fashion* – quer dizer, além de promover a ideia do consumo consciente, esses modelos escapam de ter que criar uma nova linha de produção. E há também projetos socioambientais, como o Pannosocial, voltado para a ressocialização de ex-detentos com a sua reintegração na cadeia produtiva; e prestadores de serviços como o Moda Limpa, uma agenda de fornecedores de insumos “do bem”, e o Roup

Livre, plataforma que faz conexões entre vários assuntos da moda sustentável.

Embora todas essas iniciativas encham de esperança aqueles que esperam testemunhar uma mudança substancial no mundo das coisas, são alternativas de pequena escala e voltadas para um público de nicho, que já teve suas necessidades básicas atendidas. Para que o impacto realmente aconteça no setor da moda, é sabido que as inovações precisam também acontecer em grande escala, nas grandes indústrias.

Como afirma Colerato, a gente vive uma crise do modelo industrial e é o momento mesmo de bibliotecas de roupa – modelo de negócio em que, mediante o pagamento de uma mensalidade, clientes podem retirar um certo número de peças de roupa e usá-las por um determina-

do tempo –, a *designer* ressalva que os formatos alternativos no Brasil ainda engatinham em relação aos movimentos internacionais. “Quando a gente olha de perto, vê que ainda falta sustentabilidade financeira para investir, por exemplo, em logística, o que ajudaria a dar escala aos negócios”, diz.

Diferentemente da indústria de alimentos, a moda é repleta de elos ao longo da cadeia produtiva, quase todos com questões socioambientais a serem solucionadas. Segundo a *designer*, esse modelo industrial precisa mudar, mas ninguém sabe ainda o que colocar no lugar. “A nossa única certeza, por enquanto, é que a moda opera de forma linear e a gente precisa de um método de produção circular. Esses novos modelos de negócio são experimentos para descobrir como se fazer a transição”, afirma (*mais sobre Economia Circular aqui*).



HURRICANE HUBERT / FLICKR CREATIVE COMMONS

As ambições não param por aí. O combate ao consumismo é uma vertente dessas novas propostas de negócio (apesar de parecer uma contradição para quem busca viabilidade financeira) e um desafio adicional. Afinal, com tanta desigualdade social no Brasil não dá para esperar que uma classe que ainda não ascendeu queira pular a fase do consumo. As dificuldades são muitas, mas Marina Colerato crê que, mesmo sem fazer muito dinheiro, as empreendedoras da moda sustentável deverão seguir em frente sempre pela causa.

DESFILE ÉTICO

Moda é um tema com apelo em todas as faixas etárias e em todos os gêneros. A ética idem. O aplicativo Moda Livre, para celulares, que aponta o comportamento de grandes marcas varejistas em respeito aos direitos trabalhistas em sua cadeia pro-

ductiva, dá uma ideia desse alcance: já registrou mais de 100 mil *downloads*, segundo informação do jornalista e cientista social Leonardo Sakamoto, presidente da ONG Repórter Brasil, idealizadora da ferramenta.

Com consumidores ávidos por uma moda ética e com todas as iniciativas que surgem atualmente pelo Brasil, um grupo ligado ao Fashion Revolution (movimento internacional que denuncia impactos socioambientais na indústria da moda e estimula o consumo consciente de roupas) realiza em São Paulo, de 21 a 23 de novembro, o **Brasil Eco Fashion Week (BEFW)**, a primeira semana de moda sustentável no País. As organizadoras esperam atrair um público em torno de 10 mil pessoas nos três dias do evento.

Fernanda Simon, coordenadora nacional do Fashion Revolu-

tion Brasil e coidealizadora do BEFW, explica que o País já sente a necessidade de um espaço em que todas essas marcas e movimentos alternativos da moda se reúnam para fomentar negócios. De um lado, existem várias marcas que trazem todo um princípio de sustentabilidade e uma cadeia ética, mas que ficam isoladas em suas cidades. De outro, há os consumidores querendo saber quais são as marcas mais legais de serem consumidas.

O BEFW apresentará 18 desfiles. Metade de marcas foram convidadas e a outra metade selecionada entre mais de 100 inscritos – pelo menos cerca de 50 participantes vão expor suas coleções em um *show room* para vendas no varejo e no atacado. A seleção dos participantes foi feita por uma curadoria que considerou quesitos socioambientais, de design e de criatividade.

Multidisciplinar, o evento, além de palestras e *workshops*, terá também o Espaço Lab. A iniciativa reunirá fornecedores, protótipos e inovações da indústria da moda para ressaltar a importância da tecnologia e da gestão de processos ligados à sustentabilidade e estará a cargo dos estudantes da disciplina Formação Integrada para a Sustentabilidade (FIS), oferecida pelo do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV-Eaes (GVces) em parceria com a **Moda Limpa**, uma plataforma onde os próprios usuários cadastram fornecedores e marcas que consideram sustentáveis. “Vamos mostrar as principais soluções tecnológicas que estão aparecendo e que já podem ser adotadas por pequenas e grandes empresas que queiram diminuir o seu impacto social e ambiental”, explicou Marina de Luca, do Moda Limpa.