

A Ética na Moda

Maria Alice Rocha é doutoranda em moda na University for the Creative Arts de Rochester, Inglaterra, e professora e pesquisadora de moda, vestuário e consumo na Universidade Federal Rural/PE.

Quem pensou que a maratona de moda tinha acabado, errou. Depois do glamour e do supérfluo, agora é a vez do eticamente correto desfilarem nas passarelas. No início desta semana aconteceu a terceira edição do *Ethical Fashion Show*, em Paris.

O evento, que durou quatro dias, apresentou uma agenda disputada. Estavam expostas no espaço *Tapis Rouge* (tapete vermelho, em francês) as coleções de 60 estilistas éticos ou vinculados a projetos sociais de todas as partes do mundo, inclusive algumas iniciativas brasileiras, como a Natura dentre os patrocinadores âncora.

A programação incluiu, ainda, mesas-redondas com discussões de tópicos relativos ao desenvolvimento sustentável e suas implicações para a indústria têxtil, estilistas, e a relação entre a moda e o meio ambiente.

O jargão comum "você é um reflexo daquilo que você come", foi adaptado para "você é um reflexo daquilo que você veste". Tudo isso na tentativa de alguns em mudar os rumos do planeta, ou pelo menos, os rumos da indústria da moda.

Não é de hoje que o cordão dos insatisfeitos com as políticas e estratégias praticadas por essa indústria tem crescido. O fato é que muita coisa mudou na cadeia têxtil nesses últimos 20 anos.

O primeiro mundo mudou suas plantas industriais para o terceiro mundo, prometendo baixa nos preços e ajuda para mais desfavorecidos mudarem de vida. De fato, a média do preço das roupas em geral baixou, mas o mesmo não se pode afirmar quanto à melhoria da qualidade de vida nos países periféricos.

Na imprensa européia, toda semana explode pelo menos um escândalo de exploração de mão-de-obra nos países periféricos, em geral, relacionados com confecção de roupas.

Semana passada na Inglaterra, a maior rede de supermercado do país, e sucesso invejável no varejo de roupas populares mas com apelo "fashion", sofreu um grande revés. Apesar de signatário do *Ethical Trading Initiative* (algo como Iniciativa para o Comércio Ético), o canal de televisão Channel 4 provou que a principal marca de roupas do Tesco, Florence + Fred, é confeccionada por um número significativo de crianças com idade média de 12 anos em Bangladesh.

A reportagem mostrou os mecanismos de "maquiagem" de uma fábrica nos dias que os compradores e auditores internacionais chegam. As crianças ficam escondidas e os jovens devem mentir a respeito da idade e condições de trabalho.

O que vem acontecendo, diferentemente dos tempos passados, cortar o problema na carne - suspender os negócios com o fornecedor, ou facção, como são conhecidas as fábricas de montagens de roupas - não parece ser a melhor solução para o problema.

Hoje em dia, com a globalização, tudo ficou mais complexo. Bangladesh, por exemplo, tem 70% de sua economia de exportação baseada na confecção de roupas e 15 milhões de habitantes envolvidos com essa indústria. Se um país desse "quebrar", os efeitos terão repercussão em todo o planeta.

Primeiro, corta-se o pouco sustento de inúmeras famílias, o que seria uma contradição com o projeto de ajuda aos países necessitados. Segundo, promove-se indiretamente um incentivo à imigração para outros países, e o Reino Unido, claro, sempre é uma das primeiras opções, devido aos laços históricos. Terceiro, as cadeias têxteis da Europa e dos Estados Unidos hoje já são "reféns" do fluxo de produtos manufaturados no terceiro mundo, o que sugeriria um desabastecimento de produtos caso ocorressem medidas drásticas a curto prazo.

Portanto, a saída parece ser baseada no diálogo e na transparência. O *Ethical Trading Initiative* é um acordo de empresas, associações e ONGs no sentido de promover um código de prática corporativa para assegurar que as condições de trabalho daqueles que produzem bens e serviços para o Reino Unido respeitem ou superem os padrões internacionais de mão-de-obra.

O discurso ético é baseado em três grandes princípios de monitoramento contínuo: com o produto final, com aqueles que o manufaturam e com as matérias-primas utilizadas no processo.

O ministro da Indústria francês, no mês passado, declarou que fará todos os esforços para apoiar iniciativas de comércio ético nas indústrias têxtil e do vestuário. Mais que isso, ele reconheceu que a moda ética é um fenômeno originado pelos consumidores e que a indústria deve se adequar a ele, sob pena de perder mercado.

Há dois meses, o site de comércio eletrônico de moda ética *Adili* foi lançado na Inglaterra, tendo como mentores dois renomados ex-diretores de grandes empresas de varejo e de comunicação. Além, é claro, de oferecer uma variada gama de produtos femininos, masculinos, infantis e moda-casa, de 27 marcas certificadas internacionalmente, o site apresenta aos consumidores motivos fundamentais para o abandono da moda convencional e a adoção da ética.

As discussões a respeito da ética, tão em voga na mídia política brasileira, parecem precisar ser muito mais complexas e profundas do que as anunciadas.