

## A INDÚSTRIA CRIATIVA DA MODA E A DESINDUSTRIALIZAÇÃO DO SETOR TÊXTIL BRASILEIRO

BRUNO, Flavio S.. MSc. SENAI/ Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

### Resumo

Este ensaio discute o papel da indústria criativa da moda na renovação do setor têxtil e de confecção brasileiro. Conceitos de desindustrialização, inovação e design sustentável são discutidos. Em uma fase de transição da indústria brasileira, o setor têxtil e de confecção emerge como capaz de encadear as atividades agrícolas, industriais, comerciais e de serviços, a partir da valorização das atividades criativas centradas no design sustentável.

**Palavras Chave:** indústrias criativas; *design* de moda; inovação.

### Abstract

*This essay discusses the role of fashion creative industry for the renewal of Brazilian textile sector. Concepts of de-industrialization, innovation and sustainable design are discussed. In this stage of transition of the whole Brazilian industry, the textile and apparel sector emerges to reinvigorate the linkages between agriculture, industry, trade and services, since it can enhance creative activities centered on sustainable design.*

**Keywords:** *creative industries; fashion design; innovation.*

### 1 Introdução

O crescente debate sobre a desindustrialização brasileira reflete a preocupação de nossa sociedade com os rumos de nossa estrutura industrial (BECK, 2012; BRITO, 2012; De LORENZO, 2010; TAQUARI, 2010). A redução da participação da indústria de transformação no PIB e a perda de empregos podem, de fato, ser indícios de um processo de enfraquecimento de nossa estrutura industrial, evidência reforçada pelo crescente descompasso entre os volumes de consumo e de produção. Alguns estudos, entretanto, chamam nossa atenção para os riscos de simplificação da análise (De LYRA, 2011; DIEESE, 2011).

Para que a desindustrialização brasileira ocorra de forma a representar a mudança de patamar da sociedade em termos de oportunidades de acesso de todos a melhores condições de vida, é necessário que os empregos criados nos setores de

comércio e serviços tenham relação com a evolução do sistema industrial. Sob este aspecto, a inovação como um processo amplo que envolve produtos, processos, marketing e conhecimento organizacional (OECD, 2004; IBGE, 2010) atua como destruição criadora que elimina estruturas obsoletas - e que não atendem mais as expectativas e condições impostas pela sociedade - ao mesmo tempo em que impulsiona a indústria a novos patamares e promove a criação de mais e melhores empregos nos setores terciários da economia.

Neste trabalho, refletimos sobre o papel do *design* de moda sustentável como promovedor de mudanças na estrutura industrial têxtil brasileira, enfatizando as oportunidades que se apresentam neste momento de nossa sociedade.

Na seção dois, discute-se a desindustrialização brasileira e o papel do setor têxtil e de confecção neste processo. A seção três parte do processo de destruição criadora de Joseph Schumpeter para reavaliar o conceito de inovação na sociedade contemporânea. A seção quatro analisa o papel da moda e do *design* na criação da nova estrutura industrial têxtil.

## **2 Desindustrialização e integração de conhecimentos**

A migração de empregos da agricultura para a indústria e desta para o comércio e serviços é um processo natural verificado historicamente nos países que se desenvolveram econômica e socialmente. Os ganhos de produtividade são mais facilmente atingíveis no setor industrial - que incorpora sistematicamente tecnologias que aumentam a produtividade do trabalho e eliminam o trabalho humano - do que no setor de serviços, por exemplo, por este ser mais dependente de conhecimentos tácitos de baixo grau de codificação que carecem da presença de seres humanos. Além disso, novos produtos industriais e novas demandas de consumo são fatores multiplicadores de novos serviços: indústrias intensivas em tecnologia e promovedoras de novos conhecimentos geram, sistematicamente, a necessidade de serviços de alto nível em *marketing*, logística, vendas, *software* e *design* de produtos. A questão deve concentrar-se no tipo de serviços que estão sendo criados e na qualidade de empregos que esses demandam (De LYRA, 2011; DIEESE, 2011).

O setor têxtil e de confecção passa por uma fase de transição profunda em todo o mundo. No Brasil, não é diferente, mas o momento de curiosidade mundial por nossos símbolos culturais e valores sociais, exacerbado pelos eventos

internacionais de grande expressão e apelo de modernidade que estamos sediando nos próximos anos, oferece uma oportunidade ímpar para que nossa indústria, liderada pelo *design* sustentável e responsável, encontre novos caminhos de promoção de atividades ricas e intensivas em conhecimentos de forma única e intransferível, aumentando a capacidade de competir de todo o sistema.

### **3 Destruição criadora, inovação e design sustentável**

A migração do trabalho para atividades mais resistentes em tornarem-se rotinas é um processo natural que enfatiza atributos de um homem mais civilizado e intelectualizado. É preciso, no entanto, que novas atividades desafiadoras e congruentes com os valores e expectativas da sociedade sejam constantemente criadas. A inovação industrial é um processo que, em determinadas condições, pode gerar tais atividades.

Em um mundo pressionado pela finitude de recursos, e por teses que sugerem o decrescimento como forma de preservação do ecossistema (GEORGESCU-ROEGEN, 1977; LATOUCHE, 2010; GARCIA, 2012), a inovação assume um caráter ambíguo assim como toda racionalidade centrada nos meios econômicos como forma predominante de atingir-se o bem estar comum.

Inovar, em um sentido econômico restrito, é criar escassez, e neste sentido, inicia um processo que Schumpeter (2011a; 2011b) denominou de destruição criadora: movidos pela lucratividade, novos empreendedores buscam incessantemente criar ativos escassos e valorizados pelo consumo, de maneira a premiar seus esforços com retornos econômicos denominados por ele de lucro empreendedor. O sucesso de uns poucos atrai seguidores, que com menos recursos e conhecimentos acumulados no processo de criação e de desenvolvimento, aumentam a oferta e a diversificação. A tendência ao equilíbrio entre oferta e demanda, ao final, reduz o preço final e aumenta o acesso de todos a produtos e serviços antes disponíveis apenas para poucos. Ao introduzirem-se novas formas de produtos e de produzir, a partir de novas combinações de recursos existentes, gradualmente, as formas anteriores são eliminadas e substituídas, renovando as instalações industriais e a estrutura produtiva da sociedade (SCHUMPETER, 2011a; 2011b). Finalmente, a nova estrutura desenvolve-se, ampliando e diversificando a criação de novas atividades, gerando mais e melhores empregos do que antes havia na estrutura anterior.

Mas a inovação também introduz riscos e incertezas, aumentando os desperdícios de materiais, água e energia, além de reduzir a produtividade do trabalho durante a aprendizagem e o aperfeiçoamento dos novos processos. A inovação também estimula o consumismo, aumentando a pressão sobre os recursos naturais finitos.

Em um momento em que a competição por baixos custos no setor têxtil mostra-se extremamente acirrada, toda e qualquer forma de diferenciação estratégica surge como uma opção atraente. Neste contexto, a eco-inovação (cf. JAMES 1997; RENNINGS, 2000; JONES; STANTON; HARRISON, 2001; HERMOSILLA, DeI RIO AND KÖNNÖLÄ, 2010) e a *Cleaner Production* (BAAS et alii.1990; CAMPBELL, 1991) acabaram por tornar-se possíveis fontes de vantagens competitivas (AZZONE; NOCI, 1998), sobretudo em mercados caracteristicamente globalizados e de alta concorrência, como é o caso da indústria têxtil e de confecção contemporânea.

Muitas empresas vêm sendo bem sucedidas na oferta de produtos que se destacam por inovações que facilitam o uso, ou que introduzem valorizações estéticas. Outras se concentram em inovações associadas diretamente à busca da sustentabilidade. Em qualquer caso, estratégias de diferenciação no mercado global devem ser obtidas a partir do desenvolvimento de respostas adequadas às questões sociais e ambientais. A crescente demanda internacional por bens sustentáveis está gerando mercados específicos que poderão ser conquistados pelo lançamento de novos produtos com atributos socioambientais. A decisão de compra dos indivíduos passa a interagir com a responsabilidade sobre o meio ambiente. Pode-se, até mesmo, falar em alteração do estado de consciência do consumidor, que agora une, em um único momento de decisão, o curto e o longo prazo (BRUNO et al., 2009). Este novo personagem rompe com a dicotomia produção e consumo, e deixa de ser apenas usuário, tornando-se sujeito atuante na determinação de seu futuro, pois as mesmas informações e o mesmo conjunto de valores que utiliza serão mais tarde operacionalizados e utilizados também pelo sistema de produção. Dessa forma, a emergência do “consumo responsável” passa a interferir na inovação tecnológica, tanto no que se refere aos produtos, quanto aos processos de produção.

Inovar é, portanto, uma atividade essencial para que a atividade produtiva possa continuar a promover o acesso de todos a bens e serviços essenciais ao bem estar, desde que direcionada por sistemas normativos e regulatórios adequados.

#### **4 A moda e o design brasileiros e a criação da nova estrutura industrial têxtil**

As inovações que temos visto serem aportadas para a cadeia têxtil e de confecção global não se restringem mais a “roupas do futuro”. Estão no Youtube, estão nas vendas *online* de marcas famosas. Pessoas e coisas, como carros BMW, vestem-se de tecidos inteligentes, que respiram, monitoram, percebem, e respondem a estímulos. Conectam-se, captam, armazenam. Tais inovações não são o futuro; são o presente. O problema é que se não atuarmos rapidamente, o fosso de conhecimentos que se aprofunda entre nossas empresas, suas estratégias, e competências, e as novas tecnologias - e os novos métodos e técnicas que introduzem - poderá tornar-se intransponível. E com isso, também a qualidade dos serviços deixa de ser promovida e estimulada (ABDI, 2008), agravando os efeitos da desindustrialização.

Não se trata apenas das iniciativas empresariais. Toda a rede institucional – o que inclui órgãos governamentais, universidades, institutos de pesquisa, redes de laboratórios, faculdades e centros de ensino técnico - deve ser confrontada, o quanto antes, com os novos problemas introduzidos pelas novas combinações sociotécnicas mais recentes. Produtos inflados de inovações radicais introduzem novos usos e, estes, novos comportamentos; novas formas de relacionamento com clientes e com fornecedores que se tornam parceiros da inovação e, conseqüentemente, da renovação do próprio tecido industrial. O gradual aumento da intensidade tecnológica da produção têxtil, impulsionada pelos avanços científicos dos materiais, tem tornado esta indústria cada vez mais atrativa para outras cadeias produtivas, que premiam os investimentos em P&D daqueles que se orientam para o crescente mercado de têxteis técnicos. No campo das ciências sociais, a valorização da moda de vestuário brasileira expande seus contornos influenciando outros produtos e trazendo talentos para o setor. Engenheiros mecânicos, eletrônicos, de produção e químicos unem-se a administradores, *designers*, artistas, sociólogos, antropólogos e economistas, todos atraídos por uma indústria cada vez mais eclética, intensiva em conhecimentos tecnológicos e sociais, conciliadora de talentos e potencialmente geradora de empregos qualificados e bem remunerados.

Investindo em novas tecnologias para a produção de inovações ambiental e socialmente responsáveis, a indústria têxtil e de confecção abre o caminho para a criação de serviços especializados. Dessa forma, mesmo perdendo espaço como

geradora de mão de obra, torna-se, indiretamente, promotora de empregos mais qualificados, aumentando sua contribuição para a formação de uma sociedade mais justa e equilibrada.

## 5 Conclusão

Mesmo sem ser caracterizada como de alta intensidade tecnológica (OECD, 2011), como muitas indústrias que garantem a riqueza das nações mais desenvolvidas, a indústria responsável da moda, dos fios e dos tecidos inovadores está estabelecendo-se em um mercado de alto dinamismo, intensivo em novos conhecimentos. Se as inovações tecnológicas ainda não chegaram com a força que adquiriram em outros setores, as inovações sociais fermentam a criatividade dessa indústria com tão ou maior intensidade do que a observada nos demais. A indústria têxtil e de vestuário que emerge em nosso país tem a sua disposição grande riqueza social emergente, gerada pelas mudanças no estilo de vida, na mobilidade social e no comportamento das novas bases de consumidores. As firmas que integrarem conhecimentos vindos de todas as áreas, das artes e da ciência, serão a base de uma vigorosa Economia Criativa.

A indústria criativa da moda brasileira está em franco florescimento. *Designers* e artistas migram de todas as áreas para a cadeia têxtil e de confecção no Brasil, atraídos pela expansão do mercado, que amplia seus domínios e se diversifica com a inserção na sociedade de consumo de novos grupos étnicos. Empresas de marca assumem a responsabilidade de formação de consumidores conscientes e a imagem do país como berço de iniciativas sustentáveis se dissemina pelo mundo civilizado.

Deve-se, no entanto, cuidar, para que medidas de atração de negócios, ávidas por resultados econômicos de curto prazo, não pasteurizem e empobrecem os territórios criativos, pela redução de sua diversidade sociocultural e pelo assim inevitável êxodo de talentos criativos de seus nichos de origem. Nas mãos e na inspiração de talentosos novos *designers* e de novos empreendedores criativos brasileiros estão as tecnologias de futuro de nossa indústria.

## Referências

ABDI. *Panorama Setorial Têxtil e de Confecção*. Série Cadernos da Indústria. Brasília, 2008.

AZZONE, G ; NOCI, G.. Seeing ecology and green innovation as a source of change. *Journal of Organizational Change Management*, 1998, v.11, n.2, p.94-111.

BAAS,L. et alii. *Protection of the North Sea: time for clean production*. Erasmus Centre for Environmental Studies Publicatiereeks 11. Rotterdam, 1990.

BECK, Marha. “A desindustrialização no Brasil é um mito”, diz Márcio Holland. *O Globo*. Economia, 7 abr 2012. Disponível em <http://oglobo.globo.com/economia/a-desindustrializacao-no-brasil-um-mito-diz-marcio-holland-4649551>. Acesso em 23 maio 2012.

BRITO, Agnaldo. Trabalhadores e indústrias se unem em ato contra a desindustrialização. *Folha.com*. Mercado. 4 abr 2012. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1071629-trabalhadores-e-industrias-se-unem-em-ato-contra-a-desindustrializacao.shtml>. Acesso em 23 maio 2012.

BRUNO, Flavio S.; PURCIDONIO, Paula M.; VILELA, Viviane; VIANA, Ingrid D.; VALLE, Rogério A B.. Aquisição de competências ambientais na indústria têxtil a partir do emprego de metodologias de avaliação de impactos ambientais. In: *Anais do XXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, Salvador, 2009.

CAMPBELL, J.. *Assimilative capacity of the environment*. Proceedings of Towards a Clean Society. Seminar 1: The Principles of Clean Production. Stockholm: Stockholm Environment Institute. 1991.

De LYRA, Francisco R.. Desindustrialização no Brasil: mudança estrutural ou doença holandesa? IPEA. *Anais do I Circuito de Debates Acadêmicos*. 2011.

De LORENZO, Francine. Não há desindustrialização no Brasil, garante Mantega. Valor Online, 27 set 2010. *O Globo*. Últimas Notícias. Disponível em <http://oglobo.globo.com/politica/nao-ha-desindustrializacao-no-brasil-garante-mantega-2946998>. Acesso em 23 maio 2012.

DIEESE. *Desindustrialização: conceito e situação no Brasil*. Nota Técnica, n.100, jun. 2011.

GARCIA, Ernest. Degrowth, the past, the future, and the human nature. *Futures* (In Press), 2012. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1016/j.futures.2012.03.015>

GEORGESCU-ROEGEN, Nicholas. The steady state and ecological salvation: a thermodynamic analysis. *BioScience*, v.27, n.4, The Scientist and Environmental Bioethics, apr. 1977, p.266-270.

HERMOSILLA, J.C., DEL RÍO, P.; KÖNÖLÄ, T.. Diversity of eco-innovations: reflections from case studies. *Journal of Cleaner Production*, 2010, v.18, n.10-11, p: 1073-1083.

IBGE. *Pesquisa de inovação tecnológica*: 2008. Rio de Janeiro: 2010.

JAMES, P.. The sustainability cycle: a new tool for product development and design. *The Journal of Sustainable Product Design* 1997, v.2, p. 52-57. Jul.,

JONES, E., STANTON, N. A. and HARRISON, D.. Applying structured methods to eco-Innovation: an evaluation of the product ideas tree diagram. *Design Studies*, 2001, v.22, n.6, p. 519-542.

LATOUCE, Serge. Degrowth. Editorial. *Journal of Cleaner Production*, v.18, p.519-522, 2010.

OECD. Directorate for Science, Technology and Industry Economic Analysis and Statistics Division. **Isic Rev. 3 Technology intensity definition**: classification of manufacturing industries into categories based on R&D intensities. 7 jul. 2011.

OECD. Departamento Estatístico da Comunidade Européia. *Manual de Oslo*: proposta de diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica. Tradução Paulo Garchet, supervisionada pela Financiadora de Estudos e Projetos, 2004.

RENNINGS, K.. Redefining innovation: eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological Economics*, 2000, v.32, n.2, p.319-332.

SCHUMPETER, Joseph. *Capitalism, socialism and democracy*. 2 ed. London: Harper and Brothers Publishers, 2011a.

SCHUMPETER, Joseph. *The theory of economic development*. 16 ed. London: Transaction Publishers, 2011b.

TAQUARI, Fernando. Desindustrialização já afeta crescimento da atividade, diz Fiesp. *Valor Online*, 28 out 2010. O GLOBO. Economia. Disponível em <http://oglobo.globo.com/politica/nao-ha-desindustrializacao-no-brasil-garante-mantega-2946998>. Acesso em 23 maio 2012.