

Tecnologia social e consumo consciente na economia criativa: o combate ao trabalho escravo no setor da moda

RESUMO

Diego Santos Vieira de Jesus
dvieira@espm.br
Escola Superior de Propaganda e
Marketing do Rio de Janeiro, Rio
de Janeiro, RJ

O objetivo é examinar como o aplicativo Moda Livre contribuiu para o combate ao trabalho escravo no setor da moda no Brasil. O argumento central aponta que, enquanto uma ferramenta de tecnologia social, o aplicativo ofereceu informações que permitiram alterar a decisão de compra de produtos de empresas mal avaliadas no combate ao trabalho escravo em sua cadeia produtiva, estimulando o consumo socialmente responsável. Entretanto, boa parte dos usuários continua a priorizar o status na aquisição de produtos de empresas que utilizam mão de obra escrava e preservar ganhos hedônicos em vez de defender trabalhadores submetidos às condições de trabalho degradantes

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologia Social. Trabalho Escravo. Moda. Consumo Responsável. Economia Criativa.

INTRODUÇÃO

Ao analisarmos a dimensão hierárquica das sociedades capitalistas – cuja posição de destaque cabe ao chefe ou ao proprietário –, o produtor direto não controla a tecnologia, e se exige a maximização da produtividade em relação à mão de obra (DAGNINO, 2004). Ainda que hoje inúmeras dessas sociedades tenham criado leis e regras que proíbem o trabalho escravo, pode-se observar que, em condições de fraco desenvolvimento de órgãos exossomáticos como máquinas e instrumentos e de necessidade de ampliação de ganhos por parte de detentores de meios de produção na maximização da produtividade de seus empreendimentos, a escravidão – ou o trabalho em condições análogas a ela – continuou sendo utilizada de maneira clandestina ou mesmo com a complacência de autoridades (DEBEIR *et al.*, 1993).

O trabalho escravo ou em condições análogas à escravidão permaneceu uma realidade em uma série de setores que compõem a chamada “economia criativa”, um conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico e geram propriedade intelectual, como o artesanato, a moda, as indústrias culturais clássicas – do audiovisual, da música e do livro – e as novas indústrias dos softwares e dos jogos eletrônicos (UNCTAD, 2010). A “economia criativa” se insere, em tese, no contexto de uma economia global alimentada pelo avanço tecnológico e pela criação de conhecimento (FLEMING, 1999; LANDRY, 2011). As referências a “trabalhadores criativos” notabilizaram-se na obra de Florida (2002) em seu tratamento do conceito de “classe criativa”, uma nova classe de trabalhadores que lideram a geração de riqueza por meio do intelecto e da criatividade. Segundo Florida (2002), o crescimento socioeconômico mostra-se pautado em talento – que dirige esse crescimento –, tecnologia e tolerância, fundamental na atração de capital humano para cidades e regiões. Oliveira *et al.* (2013) argumentam que, em relação ao mercado de trabalho, as ocupações de trabalhadores criativos supostamente tenderiam a pagar melhores salários e se relacionariam a empregos de melhor qualidade e níveis de satisfação acima das ocupações mais tradicionais em face do envolvimento cultural e criativo (OLIVEIRA *et al.*, 2013). Entretanto, no caso do Brasil e em inúmeros outros países, a realidade mostra-se diferente daquilo que grande parte da literatura coloca acerca dos setores criativos, em particular da moda.

Em 2014, o Ministério do Trabalho indicava que cerca de 2 mil pessoas trabalhavam em condições análogas à escravidão no Brasil. Desse total, 50% estavam no meio urbano. A lista de trabalho escravo elaborada pelo Ministério contava com 609 infratores, entre pessoas físicas e jurídicas. No âmbito de empresas que operam em setores criativos como a moda, muitas não demonstram a devida atenção a questões trabalhistas nem aplicam políticas suficientes para o combate ao trabalho escravo (O DIA, 2014). Desde 2010, cerca de 400 costureiros e costureiras foram encontrados em condições análogas às de escravos. Em geral, os casos acontecem em pequenas confecções terceirizadas na região metropolitana de São Paulo. As vítimas mais comuns são migrantes de países sul-americanos, que trabalham em condições degradantes, são expostos a riscos como incêndios e à falta de higiene e são submetidos a jornadas extenuantes de trabalho a fim de economizarem algum dinheiro, tendo em vista que os valores recebidos por peça costurada são baixos. Não raramente, tais trabalhadores moram nos mesmos locais onde trabalham e são obrigados a pagar dívidas fraudulentas com

os padrões por conta do financiamento da viagem até o Brasil (REPÓRTER BRASIL, 2017).

Diante dessa realidade, a ONG Repórter Brasil desenvolveu o aplicativo “Moda Livre”, disponível para download em smartphones, que oferece a classificação de empresas em três categorias, definidas a partir de uma pontuação obtida pelo preenchimento de um questionário a marcas e grupos varejistas de moda no Brasil. Tais perguntas visam a avaliar a forma como as empresas monitoram as condições de trabalho de seus fornecedores e garantir informação que auxilie o consumidor a fazer uma compra consciente. Nesse questionário, são levados em conta os compromissos assumidos pelas empresas para combater o trabalho escravo em sua cadeia de fornecimento, as medidas adotadas por elas para fiscalizar seus fornecedores de roupa, as ações tomadas para comunicar a seus clientes o que vêm fazendo para monitorar fornecedores e combater o trabalho escravo e o resumo do envolvimento desses empreendimentos em casos de trabalho escravo, segundo dados das autoridades competentes (REPÓRTER BRASIL, 2017).

O objetivo central do artigo é examinar como o aplicativo Moda Livre contribuiu para o combate ao trabalho escravo ou em condições análogas à escravidão no setor da moda no Brasil. Com base no referencial teórico sobre o trabalho escravo na moda, o consumo socialmente responsável e a tecnologia social, o argumento central aponta que, enquanto uma ferramenta de tecnologia social, o aplicativo ofereceu informações que permitiram a grande parte de seus usuários alterar a decisão de compra de produtos de empresas mal avaliadas no combate ao trabalho escravo em sua cadeia produtiva, aumentando a pressão social sobre elas e estimulando o consumo socialmente responsável. Entretanto, uma boa parte dos usuários continua a priorizar o status na aquisição de produtos de empresas que utilizam mão de obra escrava e preservar ganhos hedônicos em vez de defender trabalhadores submetidos às condições de trabalho degradantes. Conclui-se que o aplicativo é uma ferramenta tecnológica importante no combate ao trabalho escravo, mas não é suficiente para eliminá-lo. Para solucionar o problema, fazem-se necessárias pesquisas aplicadas de base social no combate à raiz da escravidão no setor da moda e o incentivo à educação politécnica para a reinserção, no mercado de trabalho, de indivíduos encontrados em situações degradantes de trabalho nesse setor criativo.

REFERENCIAL TEÓRICO

O trabalho escravo na moda e o consumo socialmente responsável

A escravidão contemporânea – que toma formas como o trabalho forçado, a escravidão por posse e por dívida e o contrato de escravidão – é caracterizada pelo controle do indivíduo por outro, a apropriação da força de trabalho e a imposição dessas condições por meio da ameaça ou da violência. Ela pode ser associada à crescente terceirização e à precarização do trabalho em cadeias produtivas globais cada vez mais complexas (BALES *et al.*, 2009; THORNLEY *et al.*, 2010). Tal escravidão é marcada por vulnerabilidade, escassez de oportunidades, pobreza crônica, analfabetismo e corrupção (SILVA, 2004). O trabalho análogo à escravidão pode ser considerado aquele em que haja o cerceamento da liberdade ou vá contra a dignidade do trabalhador por meio da imposição de condições degradantes que

revelam o poder extremo do empregador no estabelecimento de condições desumanizadoras de trabalho, mesmo quando inexiste a consciência da exploração pelo próprio trabalhador (VIANA, 2007). Uma série de cadeias produtivas que envolvem desde a confecção até o extrativismo é alvo de críticas pela utilização de mão de obra de comunidades tradicionais, indígenas e migrantes de baixa renda e instrução em condições análogas à escravidão. O setor da moda veio recebendo recentemente críticas frequentes e denúncias de utilização de trabalho escravo ou em condições análogas à escravidão na produção de roupas e acessórios. Esse setor no Brasil é o sexto maior do mundo e chega a produzir em torno de 10 bilhões de peças ao ano, sendo 5,5 bilhões em vestuário (OLIVEIRA et al., 2014).

A moda compõe a economia criativa, na qual, segundo Florida (2002), um dos papéis da cultura é criar uma sociedade na qual o talento possa ser atraído, mobilizado e desenvolvido, o que conduziria a um ambiente aberto e inclusivo que permitiria às pessoas serem elas mesmas e validarem suas identidades múltiplas. Entretanto, em indústrias criativas em todo o mundo, grande parte dos profissionais trabalha em regime autônomo e em relações de trabalho de curto prazo, sob condições contratuais desfavoráveis e precárias (BENDASSOLLI; WOOD JR., 2010). Em determinadas situações, a precarização das condições de trabalho em cadeias produtivas complexas conduziu à utilização de mão de obra escrava ou que trabalha em condições análogas a ela, contradizendo completamente o discurso de valorização do trabalho que grande parte da literatura sobre economia criativa e muitos de seus praticantes sustenta.

Em resposta ao agravamento da utilização de mão de obra escrava ou análoga à escrava em setores criativos como a moda, inúmeros consumidores dos produtos desses setores vieram se tornando “socialmente responsáveis”, os quais, de acordo com Webster Jr. (1975), considerariam as consequências sociais de seu consumo e utilizariam seu poder de compra para a promoção da mudança social. Tais consumidores vêm inclusive adotando posturas favoráveis em relação a empresas que vêm procurando responder a suas demandas ao adotarem práticas de responsabilidade social que melhoram a imagem corporativa e contribuem para melhorias nas comunidades em que estão inseridas (WEBB *et al.*, 2008). A priorização de produtos ecológicos e o boicote de produtos de empresas com práticas prejudiciais à sociedade e à dignidade humana – como o trabalho escravo – comunicam a insatisfação do consumidor com relação a práticas condenadas por ele, visando a convencer as empresas a transformar suas ações por conta da pressão econômica exercida sobre elas e o risco de desgaste das suas imagens. Nesse sentido, quanto mais intensa a cobertura de uma prática ilegal por parte de empresas pelos meios de comunicação, maior é a probabilidade de que o boicote aos produtos delas seja adotado e elas sofram maior pressão econômica (GARRETT, 1987).

Todavia, como destacam Oliveira *et al.* (2014), consumidores jovens envolvidos com o universo da moda não necessariamente mudarão suas intenções de compra mediante denúncias de utilização de trabalho escravo por empresas do setor, justamente por valorizarem a construção de suas identidades a partir do consumo em novos regimes de “distinção simbólica” (BOURDIEU, 1979) em vez do consumo socialmente responsável. De acordo com Oliveira et al. (2014), tais consumidores nem sempre se dispõem a renunciar a ganhos hedônicos para a defesa da causa de trabalhadores submetidos às condições de trabalho

degradantes. Nesse sentido, os líderes *fashion* e pessoas que atribuem importância em estarem bem vestidas e são mais orientadas para a compra não apresentarão maior intenção em deixar de comprar produtos de empresas ligadas ao trabalho escravo contemporâneo, enquanto aqueles com maiores níveis de preocupação social tenderão a deixar de comprar dessas firmas. A intenção dos consumidores em adotar práticas de consumo responsáveis é maior conforme aumentam seu apoio a causas sociais e sua noção de coletividade (OLIVEIRA *et al.*, 2014). Argumenta-se, neste artigo, que a mobilização de tecnologias sociais como aplicativos que sejam disponibilizados em meios tradicionalmente utilizados por esses consumidores – em especial jovens usuários de smartphones – pode contribuir para decisões de consumo mais responsáveis, embora tal resultado não seja garantido.

Tecnologia social

Autores como Dagnino (2004) definem a tecnologia como o resultado da ação de um ator social sobre um processo de trabalho que ele controla e que, em função das características do contexto socioeconômico do acordo social e do ambiente produtivo em que ele atua, permite uma modificação no produto gerado, passível de ser apropriado segundo seu interesse. Já Feenberg (1999) coloca que a tecnologia não é neutra, além de moldar ou condicionar modos de vida. Em contraposição à instrumentalização da tecnologia típica de abordagens positivistas, Feenberg propõe uma racionalização subversiva para democratizar o processo de desenvolvimento, controle e utilização das tecnologias e um maior controle humano sobre os meios e fins. Esse seria um modo de estender a democracia para o domínio técnico, democratizando o processo de concepção e aplicação tecnológica e indo além da busca de lucro.

Quando começou a se desenvolver na Índia no fim do século XIX, a ideia de uma “tecnologia apropriada” pressupunha a participação comunitária no processo decisório de escolha tecnológica, o baixo custo dos produtos ou serviços finais e do investimento necessário para produzi-los, a simplicidade e os efeitos positivos que sua utilização traria para a geração de renda, saúde e emprego, além da preservação do meio ambiente, evitando-se os prejuízos socioambientais derivados da adoção das tecnologias tradicionais e a dependência excessiva em relação aos fornecedores usuais de tecnologia para os países periféricos. Entretanto, era frágil a crença de que o simples alargamento do leque de alternativas tecnológicas à disposição dos países periféricos poderia alterar a natureza excludente do processo e dos critérios capitalistas que presidem a adoção e a aplicação de tecnologia (DAGNINO *et al.*, 2004).

A partir dessa crítica, começa-se a desenvolver o conceito de uma “tecnologia social”, que disseminasse a preocupação com as bases tecnológicas de um processo que viabilizasse a recuperação da cidadania dos segmentos mais penalizados, a interrupção da trajetória de fragmentação social e de estrangulamento econômico interno do país e a construção do desenvolvimento sustentável. A tecnologia social se constitui a partir de um processo de inovação social, que se refere à disponibilização de algum novo bem ou serviço que resulte de um conhecimento – intangível ou incorporado a pessoas ou equipamentos, tácito ou codificado – cujo objetivo seria o aumento da efetividade dos processos, serviços e produtos relacionados à satisfação das necessidades sociais (DAGNINO *et al.*, 2004). Opondo-se à tecnologia convencional, a tecnologia social parte de uma crítica à neutralidade da ciência, e sua construção tem em vista a necessidade

de adequação da tecnologia vigente à construção de uma sociedade com novas relações sociais de produção e marcada pela inclusão social e o combate a práticas excludentes (HENRIQUES et al., 2015).

As maiores eficácia e solidez da tecnologia social podem ser conferidas a partir de uma abordagem sociotécnica que leve em conta o conjunto heterogêneo de elementos responsáveis pela transformação ou consolidação de redes por eles conformada – como inventores, pesquisadores, engenheiros, gerentes, trabalhadores, agências de governo, consumidores, usuários envolvidos com a tecnologia e, mesmo, os objetos materiais (LATOURETTE, 1992) – e a construção social da tecnologia, na medida em que se considerem os grupos de consumidores, os interesses políticos e outros similares que influenciam não apenas a forma final que toma a tecnologia, mas seu conteúdo e sua aplicação (BIJKER, 1995). As tecnologias empregadas são, assim, selecionadas a partir de um processo permeado pela correlação de forças sociais e políticas que delimitam o espaço de sua consolidação (FEENBERG, 1999).

Nesse contexto, a adequação sociotécnica traduz-se como um processo de adaptação do conhecimento científico-tecnológico não apenas aos requisitos e finalidades de caráter técnico-econômico, mas ao conjunto de aspectos de natureza socioeconômica e ambiental que constituem a relação entre ciência, tecnologia e sociedade. Na definição de um novo código sociotécnico a partir do qual a tecnologia convencional seria desconstruída e reprojeta na direção de uma tecnologia social, pode-se ressaltar a participação democrática no processo de trabalho e o atendimento a requisitos relativos ao meio ambiente – mediante, por exemplo, o aumento da vida útil das máquinas e equipamentos –, à saúde dos trabalhadores e dos consumidores e à sua capacitação autogestionária. Essa “construção sociotécnica” toma a forma de um processo pelo qual artefatos tecnológicos vão tendo suas características definidas por meio de uma negociação entre grupos sociais relevantes. Tal construção pode-se dar a partir da alteração da forma como o excedente gerado pela adoção de tecnologias tradicionais é repartido, da ampliação do conhecimento do trabalhador acerca dos aspectos produtivos e gerenciais e da revitalização e do repotenciamento de equipamentos, por exemplo (DAGNINO et al., 2004).

METODOLOGIA

A pesquisa qualitativa aqui realizada envolveu, em sua fase inicial, a coleta de dados bibliográficos acerca do trabalho escravo na moda, o consumo socialmente responsável e a tecnologia social. O objetivo foi definir o aporte teórico-conceitual para a análise do caso específico do aplicativo “Moda Livre” e das decisões de compra de seus usuários. Também nesta fase, foram coletadas informações sobre o aplicativo no próprio site da ONG Repórter Brasil e sua repercussão social a partir de matérias publicadas em sites de notícias, que trataram dos resultados divulgados no aplicativo e das respostas oferecidas por empresas, consumidores e autoridades.

Num segundo momento, foram realizadas, nos meses de novembro e dezembro de 2017, entrevistas semiestruturadas com 30 usuários do aplicativo “Moda Livre” que se encontravam na faixa etária de 21 a 38 anos, sendo metade do gênero masculino, e a outra, do gênero feminino. 20 usuários tinham ensino

superior completo, e dez ainda cursavam a universidade. Suas formações concluídas ou em curso eram em Administração (10 entrevistados), Comunicação Social (10) ou Design (10). A renda familiar dos usuários variava de 10 a 30 mil reais. Metade vivia na região metropolitana do Rio de Janeiro, e a outra metade, na de São Paulo, onde se concentrou grande parte das denúncias acerca da utilização de trabalho escravo na moda. Utilizando a análise qualitativa de conteúdo, as falas foram organizadas em três categorias: 1) as motivações para o download e a utilização do aplicativo; 2) o uso das informações do aplicativo para a tomada de decisão de compra; 3) o reconhecimento da gravidade do trabalho escravo para a sociedade brasileira. O objetivo foi examinar se a aplicação de uma tecnologia social permitiu o exercício de maior pressão dos consumidores em relação a empresas acusadas de utilizar mão de obra escrava ou análoga a ela no setor da moda.

RESULTADOS

O aplicativo “Moda Livre”

A fim de auxiliar o consumidor a fazer uma compra consciente, a ONG Repórter Brasil desenvolveu o aplicativo “Moda Livre”, disponível para download em smartphones que utilizam o sistema Android ou iOS. A ferramenta é considerada pela Organização das Nações Unidas (ONU) como uma referência mundial no combate ao trabalho escravo no setor da moda (CABAÑAS, 2017).

Desde 2013 disponível para download gratuito, o aplicativo avalia medidas que as empresas de moda no Brasil adotam para o combate ao trabalho escravo, verificando o tipo de mão de obra usado da confecção e se certificando de que a peça foi produzida de maneira responsável. Em 2014, 45 empresas – entre grandes redes de varejo e grifes nacionais – eram monitoradas pela ferramenta. A fim de gerar os resultados para o aplicativo, a ONG convidou as companhias a responderem a um questionário que avaliava as políticas empresariais, a fiscalização de confecções, as medias relacionadas à transparência e o histórico de envolvimento em situações de trabalho escravo. A partir das respostas, as empresas foram classificadas em categorias definidas por cores: verde (que não apresentavam problemas), amarela (que denotava posição intermediária no cumprimento dos pontos indicados no questionário) e vermelha (que não responderam ou se recusaram a responder ao questionário) (O DIA, 2014).

Empresas como a C&A obtiveram a classificação verde por conta das práticas de transparência. Tal empresa divulgava na internet as infrações identificadas, como trabalho infantil e pagamento inferior ao salário mínimo, e monitorava sua cadeia de fornecimento por meio da empresa de auditoria do grupo a que pertence. Já a Marisa – que utilizou trabalhadores bolivianos em situação análoga à escravidão em uma confecção e obteve a classificação amarela – destacou que a decisão judicial acerca do caso isenta a companhia da responsabilidade, e o investimento feito em auditorias chegou a R\$ 2,5 milhões. Também com classificação amarela, a Renner alegou ter o controle de sua cadeia de fornecedores por meio de auditorias periódicas, além de ter aderido ao Pacto de Erradicação do Trabalho Escravo em 2013. Outras empresas como a Leader obtiveram a pior avaliação, mas alegaram ter controles próprios e auditar sistematicamente os seus fornecedores (O DIA, 2014).

Em 2017, o Moda Livre já monitorava 119 marcas. Em tal ano, 18% delas estavam na categoria verde, a qual englobava empresas que demonstravam ter mecanismos de acompanhamento sobre sua cadeia produtiva e histórico favorável em relação ao tema. 36% das marcas estavam situadas na categoria amarela, ao passo que os 46% restantes estavam na vermelha, sem demonstrar ou informar ações minimamente adequadas para evitar casos de trabalho escravo na produção de suas roupas e acessórios. Na seção de notícias do aplicativo sobre trabalho escravo no setor da moda, foi feita em 2017 a revelação de que migrantes bolivianos trabalhavam mais de 12 horas por dia em oficinas precárias na cidade de São Paulo, ganhando em média R\$ 5 para costurar peças das marcas de luxo Animale e A. Brand, que eram comercializadas por valores até 120 vezes superiores. A atualização das avaliações após a divulgação desses dados elevou para 37 o número de grifes e varejistas de roupa responsabilizadas pela exploração de trabalho escravo desde 2010. Ademais, o aplicativo também trouxe informações sobre empresas que até então não tinham sido responsabilizadas em fiscalizações do governo. Configuravam entre elas, em 2017, marcas como Topper, Rainha, Reserva, Hope e Mash. O aplicativo não recomendava que o consumidor comprasse ou deixasse de comprar produtos de determinada marca, mas visava a garantir a ele a informação necessária para um consumo consciente a partir do conhecimento das práticas relacionadas ao trabalho mobilizado na produção das roupas e acessórios (REPÓRTER BRASIL, 2017).

Os usuários do “Moda Livre”

Dentre as principais motivações apontadas pelos usuários do “Moda Livre” entrevistados neste estudo, 60% apontaram que baixaram o aplicativo para seus smartphones porque tinham um interesse prévio em relação a práticas de responsabilidade social pelas empresas. Desse percentual, 30% alegavam que esse interesse advinha primordialmente da contribuição que as empresas poderiam oferecer para melhorias nas comunidades em que estavam inseridas, enquanto 30% apontaram que tal interesse nessas práticas estava no entendimento do que se poderia fazer para a melhoria da imagem corporativa, e 40% disseram que o interesse advinha de ambos os motivos. Além desses entrevistados, 30% disseram que baixaram quando tomaram o conhecimento do aplicativo pela cobertura intensa feita pela mídia – em especial sites de notícias – por ocasião da divulgação dos resultados das avaliações das empresas, embora não tivessem qualquer preocupação anterior com tal responsabilidade social corporativa. “Eu não tinha qualquer conhecimento dessa realidade na indústria da moda. Fiquei chocada quando li sobre isso [o trabalho escravo] na internet, numa matéria que falava do aplicativo”, relatou uma entrevistada formada em Design. “Eu nem ligava muito para essa coisa de pensar como é feita a roupa que eu visto. Depois que soube do aplicativo e vi que lojas onde eu comprava roupa usavam bolivianos como escravos, tomei nojo delas”, disse um entrevistado que cursa Administração. 10% alegaram ter feito o download pela curiosidade gerada a partir da indicação de amigos, familiares ou redes sociais. “O Facebook me sugeriu o app. Fiquei curioso para ver quais eram as empresas verdes, amarelas e vermelhas”, disse um entrevistado formado em Comunicação Social.

Ao serem entrevistados sobre a utilização das informações do aplicativo na tomada de decisão de compra, 56,7% dos entrevistados afirmaram que as informações disponibilizadas pelo Moda Livre foram relevantes na tomada de decisão contrária à aquisição de produtos das empresas que utilizaram mão de

obra escrava ou análoga à escravidão. “Não posso ser conivente com uma empresa que coloca pessoas que fogem da pobreza em outros países em condições ainda mais subumanas no meu país para fazer uma camisa que eu visto. O app me ajudou a ver isso”, disse um entrevistado formado em Comunicação Social. “Boicotei mesmo a Animale depois que vi as notícias no app sobre o absurdo que era botar os migrantes bolivianos para fazer roupas a um valor ridículo e vendiam aquela roupa às vezes por mais de mil, dois mil reais. Divulguei isso no meu Face[book] para todas as minhas amigas”, afirmou uma entrevistada graduanda em Design. Entretanto, os 43,3% dos entrevistados que não consideraram as informações do Moda Livre na decisão de compra apontaram motivos diferentes para tal. Desse percentual, cerca de 46,1% – a maioria mulheres (66,6%) nesse grupo – apontaram que deixar de consumir o produto ou boicotar a empresa fariam com que perdessem vantagens obtidas com tal consumo, como “estar na moda” ou “ter a satisfação de comprar”. “Assim... Fico triste quando sei que essas empresas estão explorando as pessoas... Mas a roupa da Animale é uma roupa linda, que destaca a gente na balada, sabe ? Me sinto bem comigo mesma”, disse uma entrevistada formada em Administração. “Eu gosto de comprar, porque comprar alivia minha depressão. Eu sei que tem gente que sofre fazendo aquela saia, mas comprar me faz bem, e meu bem-estar está acima de tudo pra mim”, afirmou uma entrevistada graduanda em Comunicação Social. Já outros 13,3% disseram que a realidade do trabalho escravo não afetava diretamente sua vida cotidiana. “Eu entendo que existe um drama envolvido na vida desses bolivianos que vêm pra cá... Mas, cara, quem decidiu vir pro Brasil pra trabalhar em condições assim não fui eu, entende ? É fácil se fazer de coitado depois. Eu jamais viria no lugar deles. Por isso, por mais triste que seja, a realidade deles [dos trabalhadores submetidos ao trabalho escravo] não me afeta nem me faz querer prejudicar a empresa que me vende um produto que me deixa bem”, afirmou um entrevistado graduando em Administração.

Quando questionados sobre a gravidade do trabalho escravo para a sociedade brasileira, 80% reconheceram que tal situação era grave, mas a fala de alguns entrevistados demonstrava ainda o estigma de que a ideia de escravidão aparecia associada à população negra, revelando o desconhecimento de que outras modalidades de escravidão operam na sociedade brasileira. “A Lei Áurea foi assinada libertando os negros. Se eles ainda são escravos, isso mostra que evoluímos muito pouco em termos de inclusão social”, afirmou um usuário do Moda Livre formado em Comunicação Social. Além disso, desse percentual, 25% disseram acreditar que as empresas não deveriam ser diretamente culpabilizadas pela utilização do trabalho escravo, porque, em geral, a mobilização dessa mão de obra era feita por fornecedores, em geral terceirizados, sobre os quais a empresa não teria controle. Outros 25% desse percentual afirmaram que, ainda que soubessem da gravidade do trabalho escravo para as relações de trabalho na sociedade brasileira, sua ação individual de boicotar uma marca não bastaria para eliminar o uso da mão de obra escrava pela indústria da moda. “Eu posso até boicotar, mas isso vai dar no quê ? Uma andorinha sozinha não faz verão !”, disse uma graduanda em Design. Os 20% restantes do total de entrevistados alegaram que não tinham a percepção da gravidade do trabalho escravo para a sociedade brasileira, ainda que reconhecessem que essa prática tinha conotações negativas. “Eu sei que o trabalho escravo é um problema, mas sinceramente ? Não sei se isso é algo que deva nos abalar tanto, porque acho que é algo muito restrito a setores específicos e afeta mais gente que vem de fora do Brasil do que a gente... Eu não

me importo assim tanto com o processo que faz a roupa chegar até mim. Eu estou preocupado em usar a peça e marcar meu estilo”, disse um usuário formado em Administração, que disse ter baixado o aplicativo por curiosidade.

DISCUSSÃO

Os resultados comprovam que o Moda Livre permitiu a grande parte dos entrevistados o auxílio a um consumo socialmente mais consciente – em especial àqueles mais preocupados com a responsabilidade social das empresas – ou ao menos trouxe a eles mais informações sobre a realidade do trabalho escravo no setor da moda. Em linha com a argumentação de Dagnino *et al.* (2004), o aplicativo se insere em um processo que procura viabilizar a recuperação da cidadania de grupos marginalizados – como a população escravizada na indústria da moda – e interromper a trajetória de cadeias produtivas exploratórias ao trazer informação necessária a uma maior pressão social em torno do combate à mobilização do trabalho escravo por empresas. Busca-se, assim, satisfazer a necessidade de promoção de justiça social e de restabelecimento da dignidade humana. Entretanto, ainda que o aplicativo permita uma reflexão sobre a necessidade de alteração da forma como o excedente de produção é repartido na indústria da moda, a construção sociotécnica passa pela necessidade de maior engajamento dos diversos setores sociais no debate em torno dessas cadeias produtivas e da própria ampliação do conhecimento do trabalhador acerca de aspectos produtivos e gerenciais aos quais está submetido. Isso aponta que, mesmo relevante, o Moda Livre não é suficiente para despertar a consciência de todos os seus usuários sobre a gravidade do uso do trabalho escravo na moda, e o aplicativo deveria vir acompanhado de outras iniciativas que alimentassem a percepção da população sobre o funcionamento de cadeias produtivas dos produtos que ela consome, em especial em termos educacionais.

Embora iniciativas como a da ONG Repórter Brasil de desenvolver o aplicativo “Moda Livre” tenham permitido uma ampla divulgação de utilização de trabalho escravo pela cadeia produtiva do setor da moda, foi possível perceber, a partir das falas de determinados entrevistados, que alguns ainda valorizam bastante a importância de estarem bem vestidos e demonstram o prazer em comprar, de forma a não serem sensíveis às formas pelas quais os produtos são produzidos nem deixarem de consumi-los por resultarem do trabalho escravo. Em linha com o que é apontado por Oliveira *et al.* (2014), as vantagens pessoais obtidas com a aquisição de um produto – como “estar na moda” ou a satisfação com a experiência de compra – e o distanciamento do trabalho escravo da realidade de alguns desses consumidores – de forma a optarem por não se envolverem em combater aquela prática – acabam prevalecendo sobre a preocupação em realizar um consumo socialmente responsável. É também possível dizer que muitos desses consumidores ainda não tenham atentado para a gravidade do trabalho escravo no setor da moda por conta da desinformação sobre as práticas de trabalho. Muitos acreditam que a empresa não tenha culpa pela utilização do trabalho escravo, já que a mobilização dessa mão de obra em geral é feita por fornecedores terceirizados, e que, mesmo que deixassem de comprar determinado produto, sua ação seria limitada e não contribuiria para resolver o problema de maneira definitiva (OLIVEIRA *et al.*, 2014).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatou-se neste artigo que o aplicativo Moda Livre foi uma ferramenta tecnológica importante para o combate ao trabalho escravo, mas ainda insuficiente para trazer uma consciência mais ampla sobre a necessidade desse combate na sociedade brasileira. Com o objetivo de ampliar a efetividade do aplicativo na realização de transformações sociais mais profundas, seria necessário que, além dos aprimoramentos na própria tecnologia de avaliação a partir do maior debate com grupos sociais acerca dos critérios usados na avaliação das empresas do setor da moda, fossem desenvolvidas pesquisas sociais com base empírica, concebidas e realizadas em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estivessem envolvidos de modo cooperativo ou participativo. Dentre essas pesquisas, cabe ressaltar o papel importante a ser exercido pela pesquisa-ação emancipatória, que não apenas identificasse o problema e definisse a intervenção a ser feita na sociedade a partir de um acordo mútuo para implementação do projeto entre a ONG Repórter Brasil, outros atores da sociedade civil, o Poder Público e as empresas envolvidas, mas aumentasse a consciência coletiva dos participantes ao longo de todo o processo produtivo – inclusive dos próprios trabalhadores envolvidos e dos usuários do aplicativo –, mostrando maior preocupação com métodos participativos. O objetivo prático seria contribuir para um melhor equacionamento possível do problema considerado como central na pesquisa, com o levantamento de soluções e a proposta de ações para auxiliar os agentes na sua atividade transformadora da situação. Já o objetivo em termos do conhecimento seria obter informações que seriam de difícil acesso por meio de outros procedimentos e aumentar o conhecimento de determinadas situações (ADDOR; ALVEAR, 2015).

Ademais, a fim de se promover a reinserção digna, no mercado de trabalho, dos trabalhadores que foram escravizados, seria importante o investimento na educação politécnica, que busca propiciar ao educando a aquisição dos conhecimentos técnico-operacionais e dos fundamentos científicos e filosóficos que orientam determinada modalidade de trabalho. A noção de politécnica aponta para a superação entre instrução profissional e instrução geral, de uma forma que se contrapõe àquela como tradicionalmente a sociedade capitalista organizou o processo educacional. Ao longo do desenvolvimento da educação na sociedade capitalista, os trabalhadores ficaram limitados a dominar o mínimo de conhecimentos necessários para serem eficientes no processo produtivo, mas sem ultrapassar este limite. O ensino profissionalizante teve como pressuposto a fragmentação do trabalho em especialidades autônomas, de maneira que os trabalhadores devem executar com eficiência determinadas tarefas requeridas pelo mercado de trabalho, enquanto o ensino científico-intelectual foi destinado àqueles que deveriam conceber e controlar o processo. Opondo-se a tal concepção, a ideia de politécnica postula que o processo de trabalho desenvolva, numa unidade indissolúvel, os aspectos manuais e intelectuais, de forma que capta a contradição que marca a sociedade capitalista e a direção de sua superação. A educação politécnica visa à colocação do processo produtivo a serviço da coletividade. Dominando os fundamentos e os princípios do trabalho, o trabalhador estaria em condições de desenvolver as diferentes modalidades de trabalho e compreender os seus caráter e essência (SAVIANI, 1989; HENRIQUES *et al.*, 2015).

Social technology and conscious consumption in creative economy: the fight against slave labor in fashion

ABSTRACT

The aim is to examine how the application Moda Livre contributed to the fight against slave labor in the fashion industry in Brazil. The central argument points out that, as a tool of social technology, the application offered information that allowed changing the decision to buy products from poorly evaluated companies in the fight against slave labor in their production chain, stimulating socially responsible consumption. However, some users continue to prioritize status in the acquisition of products from companies that use slave labor and preserve hedonic gains rather than defending workers subjected to degrading working conditions.

KEYWORDS: Social Technology. Slavery. Fashion. Socially Responsible Consumption. Creative Economy.

REFERÊNCIAS

ADDOR, F.; ALVEAR, C.A.S.. Sobre o conceito e a prática da pesquisa-ação. In: ADDOR, F.; HENRIQUES, F.C. (Org.). **Tecnologia, participação e território: reflexões a partir da prática extensionista**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015, p. 119-144.

BALES, K.; TRODD, Z.; WILLIAMSON, A. **Modern slavery: the secret world of 27 million people**. Oxford: Oneworld, 2009.

BENDASSOLLI, P.F.; WOOD JR., T. O paradoxo de Mozart: carreiras nas indústrias criativas. **Organizações & Sociedade**, v.17, n.53, p.259-277, abr./jun. 2010.

BIJKER, W.E. **Of bicycles, bakelites, and bulbs: toward a theory of sociotechnical change**. Massachusetts: The MIT Press, 1995.

BOURDIEU, P. **La distinction: critique sociale du jugement**. Paris : Les Editions de Minuit, 1979.

CABAÑAS, M. Aplicativo informa sobre marcas de roupas envolvidas em casos de trabalho escravo. **Rádio Brasil Atual**, 05/07/2017. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2017/09/05/aplicativo-informa-sobre-marcas-de-roupas-envolvidas-em-casos-de-trabalho-escravo> . Acesso em: 08/11/2018.

DAGNINO, R. A tecnologia social e seus desafios. In: _____. (Org.). **Tecnologia social: uma estratégia para o desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Fundação Banco do Brasil, 2004, p.187-210.

_____.; BRANDÃO, F.C.; NOVAES, H.T. Sobre o marco analítico-conceitual da tecnologia social. In: DAGNINO, R. (Org.). **Tecnologia social: uma estratégia para o desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Fundação Banco do Brasil, 2004, p.15-64.

DEBEIR, J.-C.; DELÉAGE, J.-P.; HÉMERY, D. **Uma história da energia**. Brasília: Editora da UnB, 1993, p.7-34.

FEENBERG, A. **Alternative modernity**. Califórnia: University of California Press, 1999.

FLEMING, T. (Ed.). **The Role of the Creative Industries in Local and Regional Development**. Manchester: FOCI, 1999.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class** – and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. Nova York: Basic Books, 2002.

GARRETT, D.E. The effectiveness of marketing policy boycotts: environmental opposition to marketing. **Journal of Marketing**, v. 51, n. 2, p. 46-57, 1987.

HENRIQUES, F.C.; NEPOMUCENO, V.; ALVEAR, C.A.S.. O conceito de tecnologia: reflexões para a prática da extensão universitária na área tecnológica. In: ADDOR, F.; HENRIQUES, F.C. (Org). **Tecnologia, participação e território**: reflexões a partir da prática extensionista. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015, p.235-258.

LANDRY, C. Prefácio. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Org.) **Cidades criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011, p.7-15.

LATOUR, B. Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts. In: BIJKER, W.; LAW, J. (Org.) **Shaping technology/ building society**. Cambridge: The MIT Press, 1992, p.225-258.

O DIA. Aplicativo permite saber se marca usou trabalho escravo. **O Dia website**, 21/08/2014. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/conteudo/noticia/economia/2014-08-21/aplicativo-permite-saber-se-marca-usou-trabalho-escravo.html> . Acesso em: 08/11/2018.

OLIVEIRA, J.M.; ARAÚJO, B.C.; SILVA, L.V.. Panorama da Economia Criativa no Brasil. **Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**, n.1880. Rio de Janeiro: IPEA, out.2013, p.1-49.

OLIVEIRA, T.V.; MASCARENHAS, A.O.; TRONCHIN, G.R.; BAPTISTA, R.M. Consumo socialmente responsável no varejo da moda: analisando a intenção dos consumidores de deixar de comprar de empresas denunciadas por escravidão contemporânea. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 8, n. 2, p. 63-75, maio/ago. 2014.

REPÓRTER BRASIL. Com Animale e A. Brand, Brasil registra 37 marcas de moda envolvidas com trabalho escravo nos últimos oito anos. **Repórter Brasil website**, 19/12/2017. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2017/12/com-animale-e-a-brand-brasil-registra-37-marcas-de-moda-envolvidas-com-trabalho-escravo-nos-ultimos-oito-anos/>. Acesso em: 08/11/2018.

SAVIANI, D. **Sobre a concepção de politecnicia**. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 1989.

SILVA, F.A. **Os grilhões da escravidão no Brasil contemporâneo e a proteção legal do trabalhador rural**. São Paulo: Editora da PUC-SP, 2004.

THORNLEY, C.; JEFFERYS, S.; APPAY, B. Globalization and precarious forms of production and employment: challenges for workers and unions. **Relations Industrielles / Industrial Relations**, v. 68, n. 1, p. 178-181, 2010.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa 2010 – Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável**. São Paulo: UNDP – UNCTAD / Ministério da Cultura-Governo do Brasil, 2010.

VIANA, M. T. Trabalho escravo e “lista suja”: um modo original de ser remover uma mancha. In: ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (Org.) **Possibilidades jurídicas de combate à escravidão contemporânea**. Brasília: OIT, 2007, p. 32-63.

WEBB, D.; MOHR, L.A.; HARRIS, K.E. A reexamination of socially responsible consumption and its measurement. **Journal of Business Research**, v. 61, n. 2, p. 91-98, 2008.

WEBSTER JR., F.E. Determining the characteristics of the socially conscious consumer. **Journal of Consumer Research**, v. 2, n. 3, p. 188-196, 1975.

Recebido: 29/04/2019.

Aprovado: 17/08/2019.

DOI: 10.3895/rts.v16n40.10035

Como citar: SANTOS VIEIRA DE JESUS, D. Tecnologia social e consumo consciente na economia criativa: o combate ao trabalho escravo no setor da moda. **R. Technol. Soc.**, Curitiba, v. 16, n. 40, p. 1-15, abr/jun. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpr.edu.br/rts/article/view/10035>. Acesso em: XXX.

Correspondência:

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

