

MODA COM PROPÓSITO

ANDRÉ CARVALHAL

**MODA COM
PROPÓSITO**

MANIFESTO PELA GRANDE VIRADA

2ª edição revista e atualizada

BRUNO

Copyright © 2022 by André Carvalhal

A Editora Paralela é uma divisão da Editora Schwarcz S.A.

Grafia atualizada segundo o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990, que entrou em vigor no Brasil em 2009.

CAPA Luíz Wachelke

PREPARAÇÃO Ariadne Martins

REVISÃO Adriana Bairrada e Luciana Baraldi

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Carvalhal, André

Moda com propósito : manifesto pela grande virada. / André Carvalhal. — 2ª ed. rev. e atual. — São Paulo : Paralela, 2022.

ISBN 978-85-8439-276-6

1. Moda 2. Moda — Estilo 3. Moda — História
4. Moda — Indústria — Marcas comerciais 5. Moda — Marketing I. Título.

22-115948

CDD-391

Índice para catálogo sistemático:

1. Moda : Usos e costumes 391

Cibele Maria Dias – Bibliotecária – CRB-8/9427

[2022]

Todos os direitos desta edição reservados à

EDITORA SCHWARCZ S.A.

Rua Bandeira Paulista, 702, cj. 32

04532-002 — São Paulo — SP

Telefone: (11) 3707-3500

www.editoraparela.com.br

atendimentoao leitor@editoraparela.com.br

facebook.com/editoraparela

instagram.com/editoraparela

twitter.com/editoraparela

Oi. Voltei.

SUMÁRIO

PRIMEIRA PARTE: FIM

- 1. O fim da moda 13
- 2. O fim do mundo 23
- 3. A grande virada 33

SEGUNDA PARTE: POR QUÊ?

- 4. Comece com o porquê 47
- 5. O propósito da moda 59
- 6. O propósito do marketing 75
- 7. O propósito da vida 85

TERCEIRA PARTE: COMO?

- 8. Mais valor, por favor 97
- 9. Valores econômicos 109
- 10. Valores sociais 139
- 11. Valores naturais 167
- 12. Valores culturais 197

QUARTA PARTE: O QUÊ?

- 13. Visão de futuro presente 231
- 14. Nova revolução industrial 247
- 15. Marcas de um novo mundo 271
- 16. Revolução industrial supernova 287

QUINTA PARTE: INÍCIO

- 17. Olhe para dentro 303
- 18. Formate seu ego 313
- 19. Pergunte sempre 325

SEXTA PARTE: PRÁTICA E APROFUNDAMENTO

Agradecimentos 343

PRIMEIRA PARTE

Fim

MAIS MODA.

MENOS ROUPA.

Moda Livre

1. O fim da moda

A primeira edição deste livro, que cunhou o termo “moda com propósito”, foi lançada em 2016. Desde então, o mundo tem se transformado drasticamente. Ou melhor, como escrevi em *Viva o fim*, livro que veio na sequência, o mundo acabou — pelo menos, aquele que conhecíamos.

Temos visto surgir novas possibilidades para nossa vida, e a necessidade de encontrar uma nova forma de ser e de fazer se tornou urgente. Por isso, depois de alguns anos e várias reimpressões, senti que precisava voltar e revisar este conteúdo para trazer algumas revisões e atualizações.

Pouco tempo passou, mas as mudanças foram profundas. A forma como trabalhamos, nos relacionamos, nos divertimos, estudamos e vivemos passou por uma transformação extraordinária. Muitas coisas perderam o sentido, e outras tiveram que ser adaptadas, diante das novas necessidades do mundo.

Quando olhamos para a moda, identificamos que há uma nova consciência, cada vez mais crescente. Muita coisa também perdeu o sentido, e há diversas oportunidades de transformação. A revolução

digital abriu novos caminhos e o consumo da informação aumentou, trazendo à tona uma série de fatos, dados e casos que muitas pessoas não conheciam.

Com a internet, a moda entrou na moda. Virou tema de filme, novela, séries, livros. O número de cursos e faculdades aumentou. Muita gente tomou coragem e teve chance para assumi-la como carreira. Muitas marcas cresceram. As semanas de moda cresceram. Novas profissões e profissionais surgiram, também usando as redes como principal plataforma.

Parece que, de uma hora para outra, a moda tomou conta de tudo. Surgia uma nova tendência por dia (e todos “tinham” que estar por dentro dela). As marcas invadiram nossa vida com produtos bem além das roupas, na forma de carros, decoração, *gadgets*, embalagens de bebida, comida e até papel higiênico. Esse era o mundo um pouco antes de eu começar a escrever a primeira edição deste livro.

Até que foi ficando impossível dar conta da quantidade de estímulos que recebíamos. Além de quem consome, as pessoas que fazem a moda também começaram a ficar esgotadas — física e mentalmente — para dar conta da velocidade com que esse carrossel que é a moda passou a girar. Era difícil ter uma ideia inovadora de coleção por semana, criar produtos inéditos e atender a todas as demandas.

Houve uma era na qual designers mudavam a sociedade (como quando Chanel trouxe peças do universo masculino para o feminino). Moda e inovação caminhavam juntas. Assim como as mudanças sociais.

Diferente disso, desde o início dos anos 2000, parece que grande parte do mercado passou a viver de revisitar o passado. Muitas marcas viraram fábricas de hits, ditando aquilo que todas as pessoas tinham que usar (e outras marcas tinham que reproduzir). O marketing acabou se sobrepondo aos produtos, em muitas marcas, e o que conhecíamos como “moda” passou a se transformar também.

Quando vimos, estávamos criando coleções para estações as quais a natureza não sustenta, ou manipulando a natureza para acelerar a produção de recursos (e os esgotando no processo). De duas coleções por ano, muitas marcas passaram a fazer coleções bimestrais, men-

sais, semanais e até o lançamento diário de produtos. Tudo passou a ficar mais corrido do que já era. Quem ainda dá conta?

No meio de tanta correria, uma coisa muito importante se perdeu, e não foi o estilo. Foi “A Moda”. Pelo menos da maneira que a conhecíamos. Aquela capaz de acentuar nossa individualidade (em vez de uniformizá-la), de ajudar a expressar quem somos e como vemos a vida. Capaz de nos conduzir a um desenvolvimento pessoal, por meio das nossas escolhas (pelas histórias e mundos criados por ela). A moda contestadora. A que conta histórias. A moda como arte, veículo de difusão de sonhos e criatividade.

O planeta e as pessoas deram sinais claros de que era preciso mudar. Foi ficando cada vez mais insustentável manter o nível de produção e consumo que se estabeleceu no começo do século. Felizmente, desde o lançamento deste livro, surgiram cada vez mais movimentos, marcas, comunicadores e projetos falando sobre a necessidade de uma grande virada na moda. Com mais consciência, para atender a esse novo mundo que precisa surgir.

Acompanhando de perto o mercado, vejo bastante transformação em curso. Percebo cada vez mais pessoas e marcas despertando para a vontade de transformar, de resgatar aquela moda que fez com que nos apaixonássemos por ela. Muita gente querendo usar a moda como ferramenta de transformação. Vou te contar como começou a acontecer comigo.

Era um sábado de 2015. Chovia, e eu estava sentado no chão do meu quarto pensando em tudo isso. Arrumava meu armário e separava algumas roupas para doar, quando parei e comecei a escrever no celular. Me lembrei de uma conversa em sala de aula com uma aluna, Leticia, que me contou do projeto armário-cápsula, da norte-americana Caroline Joy Rector, autora do blog Unfancy, que decidiu simplificar a vida:

Recentemente olhei ao meu redor e percebi que todas as coisas que tinha acumulado precisavam do meu tempo e da minha atenção. Me

perguntei se não poderia trocar todas elas por mais tempo e alegria. E, ao ter menos, senti que tinha mais.

Um novo universo se abriu para mim. Depois descobri o blog Minimal Millennial, da Emily Torres, que também reduziu seu guarda-roupa em dois terços. Aprendi que na década de 1930 as mulheres tinham, em média, nove roupas. Desde o início dos anos 2000, as pessoas compram em média 64 peças por ano, e uma pesquisa feita pela Threadflip descobriu que usamos somente metade do que está no armário.

Intuitivamente, comecei a fazer pilhas de roupas que combinavam. Elas representavam momentos importantes da minha vida. Quando quis ser fashionista, surfista, skatista... (Nossa, como eu mudei!) Fui me lembrando das marcas e das pessoas que me apoiaram naqueles momentos.

Cada roupa era capaz de contar a história de um momento da minha vida. Elas me transportavam para as festas a que fui. Os desfiles com que sonhei. As músicas que conheci. As viagens que fiz. Representavam a projeção do que eu queria ser em cada um daqueles momentos. Quanto mais eu “limpava”, mais claro tudo ia ficando. Assim comecei a entrar em contato com minha verdade atual.

Minimalista. Esse é o estilo do que sobrou no meu armário. Nada de cores, frases, logomarcas ou estampas. Respiro. Era o que as roupas pediam. Calma. Era do que eu precisava. Essa minha vontade tampouco era coincidência. Mais do que uma forma casual e confortável de me vestir, minhas últimas escolhas representavam mais uma fase de transformação.

O que sobrou pedia uma atitude mais autêntica de viver a moda, de viver a vida, sem me preocupar tanto com modismos ou marcas. Uma vontade de me libertar de padrões de consumo excessivos e de tudo que não refletia minhas reais necessidades. Comecei a pensar que eu não era um acúmulo de todas aquelas peças. Que continuo sendo quem sou mesmo sem todas essas roupas.

Como eu, muitas pessoas também estavam mudando. Talvez eu fosse um reflexo de uma grande transformação do mundo. Além das questões ambientais, questões relacionadas a idade, gênero, raça e classe se tornaram cada vez mais importantes. Mais do que “as roupas”. “Há mais fluidez em tudo. Há mais informação, possibilidades e senso crítico” — escrevi na época.

À minha volta, cada vez mais pessoas passaram a questionar: “Eu realmente quero comprar?”, “Eu realmente preciso disso?”, “De onde vêm essas roupas?”, “Quem fez?”. Tais perguntas (e respostas sinceras) transformaram totalmente as relações entre marcas, produtores e consumidores.

Olhando para aquelas pilhas de roupas, fiquei pensando na necessidade de rever nossos hábitos. Me dei conta de que mesmo trabalhando com moda eu sabia muito pouco de onde tudo aquilo vinha, como tinha sido feito e os impactos para o meio ambiente. Entendi que não bastava “descartar” o que não queria mais e seguir a mesma lógica de comprar tudo de novo, a qualquer custo. Tem gente pagando essa conta...

Questionei por que eu tinha comprado todas aquelas roupas que agora estava mandando embora. Entendi que a gente compra (e continua comprando) porque muda muito ao longo da vida — por dentro e por fora. Logo, as marcas sempre terão a chance de existir.

Só que há cada vez mais entendimento de que não precisamos “comprar” para mudar. Para continuarem vivas diante das novas necessidades das pessoas e do planeta, as marcas precisam ir além das roupas. Precisam criar Moda, que tenha sentido (e que faça sentir). Não somente “roupas” sem apelo, significado e sem considerar seus impactos. É preciso fazer moda com propósito.

Esse era meu pensamento em 2016, à época da primeira edição deste livro. Acho que foi quando comecei a refletir sobre tudo isso. Eu trabalhava em uma grande marca, tinha bastante sucesso, estava realizado pessoal e profissionalmente, era muito feliz e orgulhoso

por muito do que fazia e tinha conquistado. Mas de uma hora para outra tudo isso parou de fazer sentido.

O meu trabalho, ao invés de me inspirar, me energizar, começou a pesar, a tirar a minha energia. Eu me sentia cansado, desmotivado, desanimado e não acreditava mais no que estava fazendo. Eu atuava como gestor de marketing e o meu trabalho era, em essência, criar mais desejos nas pessoas, fazê-las comprarem sempre mais.

Mas ora, se eu não tinha mais essa relação com a moda, como poderia estimular esse comportamento em outras pessoas? Foi percebendo isso que tudo passou a perder o sentido. Até que comecei a entender que talvez não fosse algo pessoal — comigo, com a minha função ou até mesmo a marca em que trabalhava. Era uma mudança mais profunda. Era um pedido de mudança do mundo.

Comecei a estudar, viajar, pesquisar. Fiz cursos, retiros, fui conversar com pessoas. Conhecer quem estava fora do meu círculo. Comecei a ver outras realidades, com que eu nunca tinha tido contato. Senti vontade de me aprofundar nos conceitos de impacto socioambiental. Busquei uma especialização em Design para a Sustentabilidade. E aí não tinha como continuar sendo o mesmo.

Passou a não fazer mais nenhum sentido para mim seguir a lógica tradicional da moda — as coleções, as apresentações, as representações. Comecei a sentir cada vez mais vontade de me relacionar com pessoas e marcas que estavam dispostas a reinventar, a contribuir para a criação de um novo mundo — para a moda e para nós.

Este primeiro livro veio como resultado do meu processo de investigação, pesquisa e estudo. Com entrevistas e histórias que me tocaram muito naquele momento. Muitas eu mantive aqui, pois acho que são eternas. Alguns dados precisaram ser atualizados. Algumas marcas não existem mais e outras tantas surgiram. Novas histórias ganharam espaço.

Mudanças. É assim com o mundo. E com a gente. Eu mesmo mudei muito. Pedi demissão. Decidi que seria um agente dessa transformação em outros lugares. Fiz muitas coisas. Dei aulas, escrevi outros livros, empreendi, saí da moda, voltei para a moda, fiz grande movimentos que me trouxeram grandes aprendizados.

Nada é permanente. Nossas certezas mudam, pois estamos constantemente evoluindo. Estamos sempre aprendendo. Muitas ideias daqui foram revistas a partir de vivências e novas experiências. Não existe uma verdade absoluta — e não é minha intenção estabelecer nenhuma, e sim compartilhar o que tenho aprendido.

Mudar não é fácil. Transformar por dentro uma marca já estabelecida é trabalhoso. Começar uma marca nova, ou qualquer negócio novo, num meio ainda dominado pelo “antigo” é muito trabalhoso também. Mas a busca por caminhos menos insustentáveis — para a gente, para as pessoas à nossa volta e para o planeta, é um caminho sem volta (e necessário). Esses têm sido alguns dos meus aprendizados.

A moda, apesar de tantas notícias ruins, tem um impacto gigante na vida das pessoas — direta ou indiretamente. Ela pode ser positiva, eu acredito. Pode ser um antídoto, para ajudar a curar, ou consertar essa grande confusão, que em partes ajudou a construir.

Mas para isso tudo é preciso primeiro entender que aquela moda, aquele mundo, perdeu o sentido, ficou para trás. E que, para construir um novo mundo, uma nova moda, vamos precisar resgatar o propósito, não só da moda, mas da nossa existência.

Agora, que tal tirar um tempo para pensar sobre você também? O que você sente que mudou, se transformou, perdeu o sentido? Quais as mudanças que mais impactaram quem você é hoje? Como você se sente em relação a tudo isso?

O MUNDO MUDOU

E VOCÊ NÃO VIU.

Renan Serrano

2. O fim do mundo

A história da humanidade é marcada por ciclos e (r)evoluções que culminaram no momento atual. Pense no Iluminismo, que promoveu intercâmbio intelectual e foi contra a intolerância da Igreja e do Estado; ou na Revolução Francesa, que questionou a hierarquia dos “poderes superiores”. Ambos colocavam o ser humano no centro de tudo, como protagonista da sua própria história.

No Renascimento, “o homem” passou a ser a medida de todas as coisas. Evoluiu (ou quase). Foi racionalista, hedonista, individualista, egocêntrico e antropocêntrico (muito). Dando pouquíssimo valor a todas as outras coisas além do seu umbigo. A partir daí, “o homem”, soberano, se sentiu no direito de descobrir, explorar e dominar tudo.

A sede pelo poder e a ambição de crescimento levaram a revoluções industriais, colocando o foco da sociedade em empresas, fábricas, produtos, na publicidade, no lucro. Depois disso, nunca mais fomos iguais. O capitalismo e a busca pelo dinheiro tomaram conta de tudo. Perdemos a conexão com o que é sutil e imaterial. O “fazer” prevaleceu.

Em dois séculos, as empresas e o sistema capitalista transformaram o mundo e a nossa vida. Foram muitas inovações, tecnologias e conquistas. Será que alguma outra criação humana mudou tanto a sociedade como o capitalismo? Para o bem ou para o mal, impactou a vida de muitas pessoas. Proporcionou a bilhões de pessoas a oportunidade de participar da grande experiência de ganhar o próprio sustento.

Mas causou muita separação também. Parece que muita gente se atrapalhou e ficou sem saber como lidar com “o capital”. Começamos a destruir tudo. “O dinheiro tornou-se o Deus da economia.” Entretanto, esse Deus é diferente do antigo Deus das religiões, que privilegiava valores espirituais — ética, amor, significado e criatividade.

O “novo Deus” favorece apenas valores materiais e o ego”, diz Amit Goswami, ativista e autor do livro *Economia da consciência*. O “Deus do mercado” passou a organizar a vida em torno do produzir e do consumir. Perdemos a noção de que recursos são finitos. Passamos a querer cada vez mais.

O capitalismo moderno instaurou a cultura do ter. Ela arruinou a vida de muitas pessoas, que passaram a tomar suas decisões (de compra e carreira a relacionamentos) baseadas no quanto poderiam “ganhar” e “parecer”. Programas mentais de medo, escassez, concorrência e sofrimento tomaram conta da sociedade.

Apesar de tantas maravilhas, a ganância, o egoísmo, a competição, a exploração de consumidores, trabalhadores e até mesmo do planeta tornaram-se banais, na busca desenfreada por poder, lucro e riqueza. As empresas e as pessoas passaram a funcionar sob lógicas que muitas vezes vão contra elas mesmas — e muito contra o planeta.

A máxima do economista Milton Friedman e da Escola de Chicago de que a responsabilidade social da empresa é “maximizar o lucro” despertou a busca pela vantagem máxima no corpo a corpo com clientes, fornecedores, trabalhadores, indo contra o meio ambiente e a sociedade. Assim, muitas empresas viraram vilãs.

Tudo passou a ser objeto, enquanto “o homem” continuava como principal sujeito. A industrialização precisou manufaturar demanda

(desejo), para possibilitar o crescimento da produção e das empresas. O consumo foi vendido como uma porta de acesso para a felicidade.

As pessoas foram estimuladas a comprar mais que o necessário. Então elas compraram, compraram e compraram, mas muitas continuaram infelizes ☹. O consumo virou consumismo e levou as pessoas a um nível de ansiedade extremo. Muitas, que conseguiram ter abundância material, perceberam que suas carências imateriais (afetivas, estéticas, sociais, filosóficas...) não haviam sido atendidas. A busca pelo “parecer” gerou uma angústia enorme. Um desequilíbrio na energia vital. Pense a respeito:

Você está em dia com a sua saúde? (energia física)

Está feliz? (energia emocional)

Tem conseguido criar e se concentrar? (energia mental)

Sabe por que está aqui? (energia espiritual)

Algumas (poucas) pessoas enriqueceram, enquanto outras mergulharam na profunda pobreza. Em 2017 (segundo a Oxfam), seis brasileiros tinham uma riqueza equivalente ao patrimônio das 100 milhões de pessoas mais pobres do país. Os 5% mais ricos detinham a mesma fatia de renda das demais 95% pessoas.

Após a pandemia que se iniciou em 2020, a diferença aumentou ainda mais. Segundo dados do Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da pandemia da covid-19 no Brasil, desenvolvido pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar (Rede Penssan), a extrema pobreza quase triplicou, passando de 4,5% da população para 12,8%.

Chegamos a 7 bilhões de pessoas no mundo, e não há recursos para todos. Estima-se que hoje 20% da população consuma cerca de 80% dos recursos, enquanto o restante vive com uma série de restrições. Por exemplo, 5 mil pessoas morrem por dia pela falta de água, uma escassez que atinge mais de 1 bilhão de pessoas. Cinco mil também é o número de pessoas que estão morrendo de fome. Em 2021, a estimativa era de onze pessoas morrendo de fome por minuto (Oxfam).

A biosfera também não foi poupada: só nas últimas três décadas, consumimos um terço dos recursos naturais disponíveis. Entramos num processo de autodestruição. Cerca de 40% de área florestal do planeta sofreu algum tipo de degradação. Com isso, um mamífero a cada quatro, uma ave em oito e um anfíbio em três estão prestes a entrar em extinção.

Espécies da fauna e da flora planetária estão morrendo num ritmo mil vezes mais acelerado. Esses dados são do documentário *Home*, produzido pelo jornalista, fotógrafo e ambientalista francês Yann Arthus-Bertrand e lançado pelo grupo internacional de moda Kering (antigo PPR, das marcas Stella McCartney, Balenciaga e Alexander McQueen, entre outras). Vale assistir.

Na década de 1980, ambientalistas falavam do alto risco que corríamos. Dos perigos do excesso com que estávamos vivendo. Do nosso estilo de vida dependente do petróleo, dos gases liberados pelas nossas atividades e das florestas que estavam sendo devastadas para sustentar todo “nosso” consumo. Mas parece que pouca gente ouviu.

Muitas pessoas e organizações continuaram como se nada estivesse acontecendo. Quando a Eco-92, realizada no Brasil, voltou a falar alto sobre o assunto, as previsões eram concretas e com data marcada. E o futuro chegou/está chegando, sabia?

As previsões eram para agora e muitas estão se concretizando. Os perigos hoje são tão grandes e estão tão próximos que podem gerar uma destruição total. De acordo com um artigo da *Exame*, estima-se que em 2030 seriam necessários dois planetas para dar conta de todos os recursos naturais “necessários”:

Até o final desta quinta-feira (13/08/2015), a humanidade terá superado o “orçamento” do meio ambiente para o ano, passando a operar no cheque especial. Em oito meses, esgotamos todos os recursos que a Terra é capaz de oferecer de forma sustentável no período de um ano, desde a filtragem de gás carbônico (CO₂) da atmosfera até a produção de matérias-primas para a alimentação. A conta é do Global Footprint Network (GFN), uma organização de pesquisa que mede a pegada ecológica do

homem no planeta. Até o fim de 2015, teremos consumido 1,6 planeta Terra. A diferença entre a capacidade de regeneração do planeta e o consumo humano gera um saldo ecológico negativo que vem se acumulando desde a década de 1980, também estimulado pelo crescimento populacional. [...] À medida que aumenta nosso consumo, cresce nossa dívida ecológica. Em termos planetários, os resultados dos juros que pagamos se tornam mais claros a cada dia.

De 2015 para cá, a cada ano que passa chegamos nesse limite mais cedo. Apenas em 2020, que, por causa das paralisações decorrentes da pandemia, “ganhamos” um mês em relação ao ano anterior — em 2019, chegamos no limite em julho, e em 2020 foi em agosto. Mas nem isso é motivo de comemoração. Só denuncia como o sistema que estávamos vivendo até então era nocivo ao planeta.

Em 2021, voltamos para o dia 29 de julho. Esse foi o dia que marcou a sobrecarga da Terra e a nossa entrada, neste ano, no chamado “cheque especial ambiental”, consumindo recursos a mais do que a Terra consegue regenerar em um ano. Pouco tempo depois dessa data, o IPCC divulgou o Sexto Relatório de Avaliação do Painel Intergovernamental de Mudança do Clima, com duras previsões e notícias.

O relatório diz que a influência humana é “inequívoca”, ou seja, não temos mais como negar. Estamos na rota de aquecimento de 1,5 °C nesses próximos vinte anos, que é um limite “mais seguro”. Depois disso, as condições de vida serão cada vez piores. Há muito a ser feito e precisa ser urgente.

Uma das dimensões desse tempo de ruptura que estamos vivendo é, e será ainda mais amanhã, a crise. Os primeiros seres que estiveram por aqui temiam por dragões que soltavam fogo pelas ventas. Hoje, nosso maior monstro parece ser “a crise”. Falamos dela como se fosse coisa do outro mundo: “Ninguém vai resistir à crise”, “O mercado entrou em pânico”, “Ela chegou de vez”.

Mas a crise não é uma força espiritual ou da natureza. Assim como as “estruturas” da sociedade que tanto nos queixamos não são entidades energéticas ou sobrenaturais. A crise somos nós e o que

fazemos com ela (estou parafraseando aqui o cientista David Suzuki, autor de *The Sacred Balance*, ao falar sobre a economia).

A crise econômica de hoje (à qual nos referimos na maioria das vezes) é resultado da crise interna, de valores, de consciência, de confiança, é ambiental, mercadológica, política, afetiva e espiritual (e aposto que você pode citar outras) que estamos vivendo promovendo. Isso mesmo, ela é reflexo da nossa educação, do nosso estilo de vida e do funcionamento das estruturas e do sistema do qual fazemos parte.

Até mesmo a crise sanitária durante a pandemia da covid-19 tem raiz na “nossa” má interação com a natureza. E só há um jeito de matar esse dragão: é preciso compreender que nós fazemos o mundo. Que nós somos responsáveis por tudo — seja de fora ou de dentro das estruturas.

A base do nosso sistema socioeconômico funciona de forma nociva para o desenvolvimento humano e social. Na teoria, ele se constrói para que as atividades de produção e consumo caminhem bem. Mas elas vão muito mal. Financeiramente já não tem dado certo também.

É raro a “conta” do mundo fechar. É raro a nossa conta fechar. Assim como a conta da moda. Muitos economistas já defenderam que é preciso encontrar um novo modo de pensar a economia. Mesmo assim, continuamos sem vontade de olhar para a causa de tudo — com raras exceções. Seguimos sem nos dar conta de que o mundo em que nascemos não existe mais. Ele acabou, não é o mesmo hoje.

Virou clichê dizer que o mundo mudou, pois hoje tudo muda exponencialmente rápido (para extremos) acima de qualquer margem de comparação. Ray Kurzweil, um dos maiores futuristas da atualidade, diz que os próximos cem anos trarão o impacto de inovação equivalente aos últimos 20 mil anos. Mesmo assim, ainda vivemos como se estivéssemos no velho mundo. Há luta (interna e externa) e choque de realidade por todos os lados, numa nova economia engasgada. A pandemia escancarou essa realidade.

Muita coisa ficou (ou deveria ter ficado) para trás. Os modelos de educação (que foram criados no fim do século XVIII e continuam até hoje) não fazem mais sentido. É flagrante que estamos preparando

pessoas da forma errada, no tempo errado, para empregos errados — que em breve deixarão de existir.

Thomas Frey, do DaVinci Institute, diz que 60% das profissões que dominarão os próximos dez anos ainda não existem. O CBRE Institute publicou uma pesquisa apontando que 50% das profissões de hoje ficarão obsoletas até 2025. Já John Chambers, CEO da Cisco, aposta que 40% das empresas existentes não estarão mais no mercado ao final dos próximos dez anos.

Muitos formatos de trabalho não fazem mais sentido para muita gente. Assim como trabalhar sem propósito. O modelo presencial de “oito horas por dia” não é necessário em muitas carreiras, se considerarmos o tempo que levamos para nos deslocar, a facilidade de produzir remotamente e a vontade de fazer mais de uma coisa por vez.

Muita coisa mudou para melhor? Sim. Muitas transformações são positivas e necessárias? Sim. Foram construídos museus, escolas, creches e hospitais. Mas nem todo mundo acompanhou as mudanças boas. Por isso o mundo está indo à falência.

E isso não é exagero ou metáfora. Todos os países hoje apresentam níveis altíssimos de endividamento (que nem todo o dinheiro disponível hoje no mundo daria conta de pagar) e, desde 2010, economistas dizem que em pouquíssimo tempo 60% deles vão quebrar.

O mundo antropocêntrico baseado no “eu” e na competição está em choque com outro onde a colaboração e a empatia pedem passagem. Recentemente participamos de uma grande revolução digital. Ela tirou a hegemonia do poder das organizações e da mídia e a colocou em nossos dedos.

Graças a nossa estimada internet, diversas pessoas e assuntos ganharam notoriedade. Ela espalhou conhecimento, disseminou informações e deu a chance de muitas pessoas se expressarem e se conectarem umas com as outras. Mudou o funcionamento tanto doméstico como profissional de todas as coisas. Mudou nosso modelo mental de pensamento.

Tal empoderamento provoca profundas transformações. Faz com que muitas verdades, que por muito tempo reinaram, hoje não