

A política econômica e o fast fashion

Por Ana Bossler

A influência do neoliberalismo como teoria econômica no fenômeno do fast fashion.

Este artigo é parte da linha de investigação Economia da Moda, a qual também integram Débora Rodrigues e Priscila Lima Pereira.

O *fast fashion* é uma estratégia de negócios que propõe a redução dos tempos dos processos envolvidos nos ciclos de compras, para proveer novos produtos nos centros de venda, satisfazendo, assim, a demanda no auge. Trata-se de um modelo pensado desde a pressão do consumo. Nasce do giro do conceito de *product-driven* para o *quick response*, idealizado pela indústria têxtil americana na década de mil novecentos e oitenta para responder à perda de competitividade pelos custos de produção relativos, e, à mudança no *lifestyle* do consumidor, que agora demanda novidades constantemente. Assim, a indústria da moda se transforma para manter a competitividade, agregando à variáveis preexistentes como o preço, a capacidade de atualizar o stock.

O neoliberalismo é uma teoria econômica que propõe que o bem estar geral é melhor atingido ao se suprimir as travas às liberdades individuais, numa estrutura institucional caracterizada por fortes direitos de propriedade, livre mercado e livre comércio. O neoliberalismo valoriza a economia de mercado como uma «ética» em si, capaz de atuar como guia das ações humanas.

Isso requer a criação de tecnologias de informação para acumular, transferir, analisar e usar grandes bases de dados para guiar as decisões no espaço global, fazendo com que emergja a sociedade da informação. Essas tecnologias comprimiram a crescente densidade das transações no mercado, tanto no espaço quanto no tempo. Quanto maior a margem geográfica (ênfase na globalização), e mais de curto prazo os contratos, maior a vantagem.

Entre suas principais características se destacam a nova expansão no tempo e no espaço: apesar da existência de uma escala global nas economias há séculos, os neoliberais encontraram novas áreas de mercantilização, o que os diferencia do liberalismo clássico. Os liberais clássicos não iriam pensar que um mercado é menos livre porque seu comércio fecha à noite: a expansão de horas de comércio é uma política neoliberal. Para eles, uma economia de 23 horas é injustificável, ou seja, nada menos que uma economia de 24 horas pode expandir o mercado ao máximo, bem como suas margens.

A velocidade de transação é aumentada. A compra online tem custos, ainda que esteja disponível gratuitamente com 5 minutos de atraso. As companhias são tão rápidas, que repassam esses dados em forma de anúncios. Negociadores compram e vendem esses minutos. Programas automatizados, onde o computador está ligado diretamente ao mercado

de ações efetuam a operação.

Como se poderia esperar de uma filosofia, o neoliberalismo oferece respostas a questões tais como por quê existimos e que devemos fazer. Existimos para o mercado e devemos competir. Logo, toda a vida social é regulamentada pelos princípios maximizadores do mercado, e que essas «transações» não sejam monetarizadas, demonstra como o neoliberalismo atua além da economia. Redefinimos nossas preferências, as quais são caracterizadas pelo curto prazo em instituições relativas à cultura, profissão, sexo, emoção, família, domínios internacionais, política e, claro, à moda.

Não é coincidência que o *fast fashion* tenha começado a se desenvolver no período em que o neoliberalismo conquistava legitimidade no cenário político econômico internacional. Economias submergidas nas crises de dívidas da década de mil novecentos e setenta, buscavam uma saída para essa situação, e as condicionalidades do FMI, traduzidas pelo Consenso de Washington, cobravam reformas institucionais que impactaram na escolha dos agentes.

Essas reformas transformaram o *lifestyle* do consumidor, mudando também seu padrão de demanda. A transformação dos consumidores, que agem no curto prazo, maximizam suas escolhas, detêm informação (demandando novos produtos em lapsos temporais cada vez menores), impacta na cadeia produtiva. Responder eficientemente à demanda é o modelo de negócios de sucesso dos retailers de moda atualmente. O *fast fashion* surge, assim, desde essa perspectiva, como consequência da demanda e não como fenômeno de transformação do conceito da oferta.

Entretanto, uma breve análise da transformação da cadeia produtiva desde a teoria neoliberal deixa claro que a pressão pela expansão dos mercados em infinitos lapsos temporais é uma pressão originada na oferta. Controle de estoques, impulsionados pelo método toyotista (o qual ganhou destaque a partir dos anos mil novecentos e setenta), permite uma melhor reação à formação de preços. Melhores sistemas de formação que possibilitam uma maior previsão de mercado (traduzido pelas pesquisas de tendências, matéria prima e consumo) reduzem as assimetrias de informação. A internacionalização das marcas e as vendas *on-line* expandem mercados.

A cadeia produtiva se transforma para aumentar suas margens, sistema praticado por todos os setores da economia e não só pela indústria da moda. Assim, há uma pressão da oferta para que mude a demanda, que agora tem que consumir o que a indústria oferece. Novidades quinzenais nos retailers (modelo tradicional já quase obsoleto), num mercado impulsionado por uma exposição crescente do consumidor à informação de moda (multiplicação de editoriais e revistas especializadas, blogs e websites) preparam o consumidor para a expansão de suas compras, num modelo em que o que se veste hoje está desatualizado amanhã.

Conclui-se que no *fast fashion* a oferta tem sido essencial para alimentar o desejo do consumidor, não como sujeito que reage à mudança, mas como variável fundamental que integra e move o modelo. Portanto, o giro em direção ao conceito de *quick response* pode ser entendido como consequência do aumento da eficiência e formação de preços, e não, limitadamente, a uma resposta à demanda marginal.

Publicado em 15/11/2012

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/pt/artigos/a-politica-economica-e-o-fast-fashion>

