

Entrevista Leyla Acaroglu

“Culpar o capitalismo é muito redutor. É como culpar as palhinhas”

Nomeada defensora da Terra pela ONU, as conferências de Leyla Acaroglu somam milhões de visualizações na net. Comprou uma quinta em Tomar, onde tenta abrir mentes adormecidas e restituir a curiosidade

Por **Victor Ferreira** texto e **Andreia Gomes Carvalho** fotografia

Leyla Acaroglu tem 37 anos, uma licenciatura em Sociologia e um doutoramento em Design. Tem pai turco, mãe britânica, nacionalidade australiana, um apartamento em Brooklyn e uma quinta em Tomar. Passa a maior parte do ano em viagem, apresentando-se como uma “*sustainability provocateur*”. Fundou projectos como a UnSchool, através da qual prega o método de design de ruptura, e a quinta CO Project Farm, em Portugal. CO significa Creative Optimism e é ali que ela e a equipa recebem pessoas numa quinta cheia de animais, sustentável, para retiros que servem para mudar a forma como pensamos nos problemas, sejam eles da nossa vida ou do mundo. Nomeada defensora da Terra pela ONU, Leyla tem

vários livros publicados e protagoniza conferências que somam milhões de visualizações na Internet. Define-se como “um pouco rebelde”, porque não gosta de “fazer as coisas como toda a gente”. Diz que a narrativa da sustentabilidade “tem um problema” e que a reciclagem é um exemplo disso, porque se educaram as pessoas para uma política “mal executada”. Argumenta ainda que o design tem ajudado a perpetuar algumas das práticas mais nocivas e injustas no planeta e advoga por isso uma nova abordagem, em que a curiosidade e a criatividade são as ferramentas para desenhar uma economia circular e contrariar a economia descartável que se imiscuiu na nossa relação com os materiais. E com tudo o resto.

O que é que significa ser uma “provocadora da sustentabilidade”

Não sou uma estratégia, não sou

consultora, sou uma criativa que quer promover a mudança no mundo, sobretudo nos temas sociais e ambientais. Sou fã do conceito de “agente provocador” do Edward de Bono, esta ideia de que fazer mudança exige operar uma provocação.

É ser subversivo?

Só provocamos bem se entendermos bem o sistema, o contexto. Uso o design e a criatividade como ferramentas e gosto de provocar, mas sempre de uma forma respeitosa e íntegra.

E como é a vida de um agente provocador?

Trabalho com a ONU, com algumas das maiores empresas do mundo, tentando ajudá-las a serem mais sustentáveis. Forço os limites do que significa viver de forma sustentável.

Mas distingue-se dos

ambientalistas *mainstream*?

Seria unidimensional dizer que me preocupo com o ambiente. O que me preocupa é o nosso futuro como espécie num planeta único. Isso ajuda a abrir o espaço de debate e de acção, impede que o ambiente seja ocupado apenas por ambientalistas, *hippies*, e todas essas tribos...

Tem uma quinta onde fundou um *brain spa* (e já lá vamos). A mim, parece-me alguém empenhado numa tribo...

Importa-me saber como se pode viver mais feliz, mais saudável e ser mais produtivo. A preocupação de proteger o ambiente é obviamente importante. Mas o ambientalismo tem a sua história e percurso e questões.

Que questões deveriam preocupar-nos?

Uma visão contemporânea da vida





num sistema sustentável.

Traduza-me isso em miúdos...

Anda tudo à volta do mesmo conceito: como é que desenhamos um futuro que seja melhor para cada um de nós? Se não for esse o nosso objectivo, não sei o que estamos aqui a fazer. Como espécie, evoluímos para esta inteligência, somos uma força poderosa. Mas para quê se utilizarmos essa força para destruir aquilo que nos mantém vivos?

É uma pergunta quase filosófica. Onde é que entra aí o design?

Todo o mundo é desenhado. Design é esta força poderosa que influencia a nossa consciência e o nosso subconsciente. Que afecta a experiência fisiológica e cognitiva que temos do mundo. Pense na tecnologia que não existia há dez anos [Leyla aponta para um *smartphone*]. Pense no impacto que isto tem no nosso corpo. O mesmo pode ser dito sobre tantas outras coisas. Quer um exemplo cognitivo? Veja as filas de segurança nos aeroportos. Aquelas voltas todas servem para nos despir de qualquer poder e assim obedecermos sem pestanejar à segurança. Os humanos têm estado a mudar o planeta e o design é o influenciador social silencioso. E nesse sentido tem sido uma força que tem ajudado a perpetuar práticas injustas e insustentáveis do nosso tempo.

Por exemplo?

O carácter descartável dos bens de consumo é um desastre a todos os níveis, custa-nos mais agora e no futuro, torna tudo numa experiência menos apetecível. Se pudermos escolher entre um copo de plástico e um reutilizável para o teu café, qual escolheríamos? Qual será mais desejável?

Há volta a dar?

O design pode ajudar-nos a conceber sistemas que suportem um futuro sustentável e regenerativo, que torne mais justo o acesso a recursos, que proporcione mais saúde e momentos de felicidade às pessoas. É trágico que as doenças associadas à solidão sejam o segundo factor de mortalidade, depois da poluição atmosférica. Isso acontece porque estamos mais desligados, apesar de acharmos todos que estamos mais conectados. Os impactos cognitivos desta realidade são extremos. Este é o tipo de problemas e de desafios que temos agora e foi o design que facilitou muitas delas.

Usamos o design contra nós?

Pense nos *designers* que criaram as notificações para *apps*. É uma experiência viciante. E o tipo que as criou desertou de Silicon Valley,

é um homem arrependido. Há estudos que sugerem que as experiências baseadas em *apps* são tão viciantes como a cocaína. O *scroll* infinito baseia-se no mesmo mecanismo psicológico associado às *slot machines* dos casinos. Não é por acaso que o Instagram está a esconder os “likes”, devido ao impacto social negativo que estes têm... Vivemos num mundo muito maluco.

Desenhámos soluções que nos “matam”...

No caso dos *smartphones*, a norma tem sido o chamado *dark pattern design*, que é uma estratégia de design cujo objectivo é manipular os utilizadores. E o nosso cérebro é formado na interacção com o mundo e nós desenhamos sistemas que nos manipulam.

Regra geral, o debate sobre sustentabilidade é política e não de design...

Nós reflectimos dois elementos estruturais das sociedades: a intervenção dos governos e a educação. Diz-se que precisamos de educar pessoas para fazer mudanças e que precisamos de políticas para regular indústrias e agentes. A minha perspectiva é que entre estes dois elementos há um sem-número de formas de intervir. É óbvio que a educação é importante, mas não há forma de sairmos disto só pela educação...

Só pela concepção de uma nova experiência?

Absolutamente! Deixe-me falar na educação para a reciclagem. Na Austrália, nos anos 80, foram criadas campanhas educativas muito importantes. Agora vivemos uma crise de reciclagem, porque a maior parte do resultado desse esforço de cada um acaba em aterros. As pessoas que deram o seu tempo e energia ficam zangadas, e com razão, porque alguém as educou para aquelas tarefas. O problema é que lhes vendemos uma mentira – a mentira de que a reciclagem resolveria o problema. O que é mesmo trágico é que pegar nestes produtos em fim de vida e reciclá-los é, conceptualmente, uma solução bonita. O problema é que foi executada de uma forma errada. Portanto, temos um problema com a narrativa da sustentabilidade. A reciclagem é uma boa opção que precisa de ser redesenhada, em linha com todo o nosso sistema produtivo, que é linear e ineficiente, com tanto desperdício – desenhamos um sistema de exploração e de extracção para algo que, no fim, não tem valor. É claro que houve muita intervenção política que nos ajudou, como o Protocolo de

Montreal sobre substâncias que empobrecem a camada de ozono. Não me interpretem mal, acho a política importante e eu mesma trabalho nesse campo, com a ONU. Mas eu e você somos sociedade e os indivíduos acumulam acções que influenciam a economia. Perdemos noção do nosso poder de influência sobre um sistema? Podemos queixar-nos dos governos e da educação, mas se não agirmos nas nossas vidas e influenciar quem nos rodeia, e questionarmo-nos sobre como é que vamos mudar a relação com o plástico, por exemplo, nenhuma mudança vai acontecer. O ritmo da intervenção política é demasiado lento. Havia leis contra a violência sexual, mas só quando acontece o #metoo, bum, de repente algo muda na sociedade. O mesmo acontecerá com o plástico nos oceanos. Temos esta controvérsia sobre as palhinhas... [risos]... é divertido acompanhar...

Divertido?

Por um lado, penso que é óptimo proibir palhinhas, mas, por outro lado, sabendo o que sei sobre mudanças em sistemas, penso que estamos apenas a absolver as culpas das pessoas através de uma medida única. Não há soluções simples para problemas complexos, mas cada problema comporta diversas soluções, se compreendermos bem o problema.

Quando vai às compras, escolhe um saco de papel ou de plástico?

Levo o meu próprio saco.

Imagine que teria de escolher...

A opção não é entre um ou outro, a questão é esta economia do descartável.

Agora escolho um saco de papel e vou para casa a sentir-me melhor...

A única coisa que fez foi substituir um bem que é prejudicial ao ambiente no fim do ciclo de vida, porque infesta os nossos oceanos, por outro que tem impacto no início do ciclo, contribuindo para a desflorestação. O que nós concebemos foi um sistema assente na desvalorização de bens de consumo e isso facilita esta estratégia de continuar a explorar os mesmos materiais.

Psicologicamente, justifica até a exploração que, por sua vez, se estende à forma como gerimos o tempo, às relações, às pessoas, ao trabalho... Parece um argumento muito filosófico, mas repare que tem uma perspectiva muito material. Criámos materiais tão desvalorizados que o mais fácil é criar lixo, sem consciência sobre o impacto. E depois criámos estes sistemas de gestão de

Entrevista Leyla Acaroglu

resíduos... em que tudo vai parar a aterros até ao dia em que a Malásia, a Tailândia, as Filipinas e outros comecem a devolver lixo ao Canadá, Inglaterra, etc.... O que estou a dizer é que a reciclagem validou o problema, validou a produção de lixo. Normalizou, para todos nós, a produção de lixo. **Portanto, precisamos de nos concentrar agora em...**

... redesenhar o sistema, de modo a satisfazer as nossas necessidades com produtos bonitos, funcionais e materiais que tenham valor durante todo o ciclo de vida, sem fazer muitos resíduos ou criar um sistema em que a culpa é sempre deflectida para outra pessoa.

Mudar toda a lógica de produção demoraria anos?

Muitas empresas têm recursos para essa mudança. Não a fazem porque continua a haver procura pelo descartável. Antes da sociedade da reciclagem, o lixo não era um problema.

Acredita mesmo que a reciclagem é um placebo?

Uma visão míope não nos levará a lado algum. Por que é que estamos a atacar agora as palhinhas? Porque são um produto de que as pessoas não precisam. Por um lado, são uma boa referência para a mudança que precisamos de fazer, mas não nos enganemos. Bani-las não resolve nada. Há pessoas que estão irritadas com o facto de se estar a banir palhinhas. Sentem que estão a ser limitadas nas escolhas. E por isso resistem. É curioso. As pessoas gostam de se queixar. Sobre tudo.

Em vez de banir, deveríamos redesenhar?

Não devemos combater o sistema vigente, devemos desenhar um novo que torne o actual obsoleto. Podemos tentar derrotar um sistema ou podemos argumentar que ele não funciona e perguntar qual é a alternativa e tornar essa alternativa desejável e mais atractiva. O que não devemos fazer é andar em queixinhas e reclamações contra problemas. Precisamos de afirmar que há um problema e questionar por que é que existe. Isto é o que chamamos *system thinking*. A partir daí, idealizar onde e como podemos intervir no sistema e nas nossas vidas. Este poder resume-se, depois, a áreas fundamentais como as nossas escolhas de consumo - e nós temos esse poder, porque cada euro gasto tem impacto na economia e, se redireccionarmos as nossas despesas para escolhas mais éticas e sustentáveis, estaremos a imprimir uma mudança no sistema.

Será mais fácil começar por



“
Comprar no bairro ajuda uma família. Comprar na Amazon ajudará Jeff Bezos a chegar a Marte

caso ou pela empresa?

O velho modelo económico era construir algo e vender, encorajando compradores a continuar a comprar ou a comprar mais. O novo modelo é criar algo que é reparável, regenerativo, que é nosso e o que vendemos é o serviço! Isto já existe [aponta para um *smartphone*]. Nós não somos donos disto, nós não podemos reparar este ecrã estragado. O design previu que é ilegal nós repararmos sozinhos este ecrã. Nós só somos donos do serviço prestado por aquela funcionalidade. Por isso, se puder mudar essa relação com os bens de consumo, o consumidor verá as necessidades satisfeitas e o produtor concebe um produto que é recuperável e poupará dinheiro na produção. Este é o conceito

básico e que funciona. Muitas indústrias podem transferir-se para esta nova lógica sem perdas significativas.

Terão de investir no início...

Mas o retorno é rápido.

Há sectores que dificilmente o farão...

É verdade: a indústria da saúde, a medicina... Mas, para as grandes indústrias - moda, electrónica, bens de consumo -, esta mudança é a maior oportunidade para reconfigurar a cadeia de fornecimento e fortalecer a relação com os consumidores, de construir relações baseadas em confiança e respeito e não em exploração.

Como explicaria esse método a um miúdo?

Perguntar-lhe-ia qual é o alimento favorito. Assumamos que ele responderia chocolate. A seguir perguntar-lhe-ia como é que esse alimento é produzido. Ele citaria os ingredientes básicos, e eu continuaria a fazer perguntas sobre esses ingredientes, até chegar a perguntar-lhe sobre os impactos sobre a sua obtenção. Perguntas do género quem produz? como se produz? deveriam despertar cada vez mais curiosidade nele. Este método é desenhado de modo a despertar nas pessoas a curiosidade em relação ao mundo circundante, para que possam tomar decisões mais informadas. Porque vamos ao ponto de questionarmos os impactos de cada decisão. Comprar numa loja do bairro ajuda uma família. Comprar numa Amazon ajudará Jeff Bezos a chegar a Marte.

Isso é um exemplo da mudança social positiva de que está

sempre a falar?

Culpar o capitalismo é uma coisa muito redutora e simplista. É como culpar as palhinhas... O capitalismo é apenas um veículo para o consumismo. E é no consumismo que está o problema: precisamos de reduzir o consumismo e a forma como consumimos. O capitalismo é uma estrutura à volta das nossas necessidades. Podemos discutir se o capitalismo está bem desenhado, se é bem executado, mas não tenho a certeza de que ele seja o grande problema. Já a cultura da exploração, sim, é um dos nossos grandes problemas. Se a versão de capitalismo em que vamos viver é a da exploração, e só essa, então estamos mal.

Como é que aconteceu o seu encontro com Portugal?

Há uns dez anos, passei por cá. Sempre quis conhecer Portugal. Senti-me muito confortável. O que mais mexeu comigo é que as pessoas pareciam todas muito mais relaxadas. Isso foi há dez anos, quando havia menos turismo.

E ainda se sente confortável cá?

Completamente. Portugal é um sítio espantoso, ainda que por vezes complicado. Navegar pela burocracia é difícil, acho que já me doutorei na burocracia portuguesa [risos], mas ainda não a percebi muito bem.

Refere-se a quê?

Foi complicado abrir esta quinta em Tomar, um projecto mais ético e menos de negócio. Tentei criar uma instituição não-lucrativa e, no entanto, a burocracia forçou-me a criar uma empresa tradicional, porque de outra forma não poderia obter as licenças de que necessitava para poder alojar

pessoas. Enfim, percebe-se que é uma questão de cobrança de impostos, e é claro que não tenho problema algum em pagar impostos, mas o processo de tentar erguer algo orientado para a comunidade revelou-se complicado de executar. Por outro lado, se há alguma tensão nesta relação entre eu e Portugal é que Portugal está a tentar ensinar-me a ser mais lenta e eu estou querendo que Portugal seja mais célere [risos].

É um país de descartável?

Não é tão grave como noutros países, porque as pessoas aqui ainda tiram tempo para fazer as coisas.

O discurso sobre empreendedorismo vai estragar alguma coisa?

Empreendedor não é sinónimo de rapidez, é sinónimo de criatividade.

“Falha depressa” é um mantra das novas empresas...

Falhar depressa não traduz uma preocupação com a velocidade, significa que não devemos ter medo ou evitar o erro, a falha, e estabelecer uma relação saudável com a falha e o risco. A agilidade é importante porque é preciso movermo-nos entre problemas e não ficarmos paralisados. A conversa que precisamos de ter é sobre pensamento flexível e não sobre velocidade. Porque muitos problemas precisam é de reflexão, debate e colaboração.

O que é um *brain spa*?

É um sítio para recarregarmos os nossos neurónios, porque isso faz acontecer o pensamento. Encorajamos pessoas a pensar os problemas de uma maneira diferente, sejam pessoais ou profissionais. Isto não é auto-ajuda, é mais desenvolvimento pessoal. O método baseia-se no optimismo.

É uma fé?

Não é uma fé, porque fomos nós que concebemos o percurso até aqui, e por isso também conseguiremos desenhar a nossa saída. Só temos de deixar de acreditar que não há. Não interessa se acreditamos ou não nas alterações climáticas, elas vão acontecer na mesma, elas estão a acontecer. Discutir a causa é uma actividade aborrecida. Um espírito impregnado de curiosidade é uma ferramenta libertadora e necessária nestes tempos, porque nos afasta do medo e da frustração que quer tomar conta do mundo.

Os patrões não gostam de ideias malucas...

Por isso é que precisam de uma provocadora da sustentabilidade [risos].

voferrera@publico.pt