

Moda a serviço da vida

Autor dos best-sellers ‘Moda com Propósito: Manifesto pela Grande Virada’, de 2016, e ‘A Moda Imita a Vida: Como Construir uma Marca de Moda’, de 2020, **André Carvalho** é um nome recorrente quando os assuntos são comportamento e sustentabilidade. Motivado por promover a expansão da consciência, o especialista enxerga a moda como ferramenta de liberdade. “Mais do que roupas, tendências e produtos, moda é algo que precisa estar a serviço da vida e dos sonhos das pessoas.”

Embora percebida como frívola, a moda expressa identidades. Se na antiguidade era usada como meio de segregar e excluir, atualmente contribui com aspectos que permeiam a política e a construção da autoestima e da autoaceitação. E, apesar dos padrões hierárquicos ainda ditarem disparidades e limitações, a pluralidade fashion ganha espaço, público e ação. “Desde a Revolução Digital, temos a chance de nos conectar com mais pessoas e ouvir mais histórias. O mundo mudou e isso impactou diversas áreas da vida, inclusive a moda”, pondera Carvalho.



Tendências que refletem contextos

Padrões elitistas sustentados por gerações ainda exercem influência. Um exemplo disso é a estética Quiet Luxury (Luxo silencioso, em tradução livre). O termo ganhou mais força desde a série ‘Succession’ — vencedora em diversas categorias das recentes premiações do cinema — e está associado ao minimalismo. Roupas básicas de alta qualidade, sem logotipos e excessos são o foco da tendência, que também preza pela qualidade, versatilidade, durabilidade e pelo conforto. Mas, a principal característica são as grifes representantes: Hermès, Bottega Veneta, Miu Miu e Prada, são exemplos. Segundo especialistas, o Quiet Luxury é uma adoção de estilo de classes elevadas que não desejam ostentar frente às polícrises que atingem as massas.

É nesse sentido que a moda escracha o contexto social de cada um. Cada peça comunica algo. Muitas vezes, não por opção, mas por realidade. “A moda pode servir como uma série de marcadores: classe, raça e gênero. Porque essa foi a forma como fomos habituados e socializados. Mas acredito que a própria moda tem a chance de subverter estes padrões, uma vez que entenda o potencial de libertar e não de uniformizar e reforçar modelos que não fazem sentido às pessoas.”

A primeira noção que precisamos ter é que vestimos planta, bicho e petróleo

André Carvalho

Modelo insustentável

Dados da GFA apontam que a indústria da moda global produziu cerca de 2,1 mil milhões de toneladas de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) em 2018. O número representa 4% do total mundial. “A primeira noção que precisamos ter é que vestimos planta, bicho e petróleo. Todas as nossas roupas têm essa origem e fazemos parte de tudo isso, da natureza. O que exploramos e extraímos para produzir roupas, vêm do mesmo lugar de onde viemos. Tudo está completamente ligado à sobrevivência da nossa espécie na Terra”, alerta Carvalho.

Ainda, segundo os relatórios da GFA, desde a Revolução Industrial, as emissões de GEE contribuíram para o aquecimento atmosférico que elevou as temperaturas no planeta em, aproximadamente, 1,1 grau. O resultado? Inundações, incêndios, secas, tempestades, fatalidades e problemas socioeconômicos. Além de consequências na habitabilidade e trabalhabilidade, nos sistemas alimentares e no capital natural.

Nesse sentido, o desafio dos líderes mundiais da indústria da moda é de reduzir os impactos e prosperar com resiliência. Mas, num cenário de aceleração do consumo e de recursos finitos, a GFA prevê um aumento de 2,7 mil milhões de emissões de GEE por ano até 2030. Também revela que a circularidade global é de 7,2% e que 90% dos materiais são desperdiçados, perdidos ou inutilizados para reutilização. “Enquanto entendermos o planeta como shopping center, de onde extraímos tudo sem respeito, limite ou critério para produzir coisas para uma sociedade de consumo, não caminharemos para um modelo sustentável. Precisamos ter essa clareza”, reflete Carvalho. ▶

