

GIOVANNA
NADER

COM
QUE
ROUPA?

Guia prático de
moda sustentável

BR
BR
BR
BR

À Marieta, meu maior presente e minha maior mudança. Seu nascimento me trouxe questionamentos profundos sobre como fazer diferente, e, desde então, venho buscando novos meios de viver neste mundo sem comprometer seu futuro.

PARTE 1

▲
MODA
COMO
ELA É

1.

**Quantas gotas formam
um oceano?**

Uma vez que abrimos os olhos para as questões ambientais e sociais que nos cercam, não dá para voltar atrás e tentar viver como se elas não existissem. Mudanças climáticas, aquecimento global, elevação do nível do mar, catástrofes naturais, extinção das espécies, escassez de alimentos, pandemias são apenas alguns dos acontecimentos que devem tomar maiores proporções nos próximos trinta anos se não agirmos de forma rápida e consciente por um mundo melhor agora. Ao meu redor, esses temas se tornaram centrais nas conversas entre amigos na mesa de bar, nas notícias do jornal da manhã, no almoço com os colegas de trabalho, nas reuniões, nas tarefas de casa dos filhos e em qualquer outro tipo de interação social.



Sabemos que, se continuarmos produzindo e consumindo no ritmo atual, a humanidade será extinta. O que parece não nos passar pela cabeça é que essa realidade está mais próxima do que imaginamos: nossa geração já sofre as consequências da produção e do consumo desenfreado, e a próxima vai morar num planeta ainda mais hostil que este. Pela primeira vez, deparamos com uma ameaça real de desaparecimento da vida humana — e isso é desesperador.

Fazemos a nossa parte: separamos o lixo caseiro, preferimos os produtos com etiqueta “sustentável” e consumimos alimentos orgânicos. Mas de que adianta a gente comprar uma blusinha produzida de maneira ética se todo o sistema por trás das indústrias está errado? Tem também aquela amiga que consome fast fashion porque acha que a culpa não é dela e a tia que ainda usa canudo e copo plástico nas festas de aniversário da família. Além disso, como falar para a sua avó, sem deixá-la triste, que você não quer mais presentes porque já tem coisas demais no armário?

Ao mesmo tempo, as tragédias se acumulam: somente no Brasil, durante o período em que escrevi este livro, 50 milhões de abelhas morreram em razão do uso de agrotóxicos, acompanhei a tragédia de Brumadinho causada pela Vale, assisti às queimadas provocadas por fazendeiros na Floresta Amazônica e no Pantanal, respirei o ar cor de chumbo que cobriu a cidade de São Paulo e vi de longe,

angustiada, litros e litros de petróleo atingirem centenas de praias no litoral nordestino.¹ Quando achei que não podíamos nos afundar mais, fomos acometidos pela pandemia do coronavírus, a maior emergência sanitária dos nossos tempos. Todas essas catástrofes decorreram da ação humana, gerando danos irreversíveis ao ecossistema e, conseqüentemente, a nós, que somos parte dele.

Em alguns dias foi impossível enxergar uma luz no fim do túnel — me desesperei, chorei e olhei para minha filha como parte de uma geração sem futuro. Apesar disso, sempre criei forças para continuar o meu trabalho, apoiada no lado bom disso tudo: há cada vez mais interesse nas questões ambientais, cada vez mais espaços na mídia para compartilhar conhecimento sobre o tema e cada vez mais empresas dispostas a adaptar seus modelos de negócio para reduzir os impactos na natureza. Testemunhamos uma união de pessoas que querem fazer a diferença, independentemente de ideologias políticas e crenças, pois percebem que o mundo é um só e todos precisamos viver nele.

Tantas urgências mudaram o rumo deste livro. Antes, ele abordava tópicos sobre moda sustentável e dicas para compor um guarda-roupa mais consciente, mas, diante do caos que vivemos, senti que deveria ir mais fundo: deixei as dicas na segunda parte e, aqui na primeira, propus questionamentos sobre o modelo econômico vigente e sobre como podemos ser agentes transformadores dentro dele.

Usei a moda como base para explorar assuntos mais complexos — um tema leve, acessível e ao mesmo tempo vibrante para mudar o cenário, que pode ser a porta de

entrada para outra visão de mundo. Pelo menos foi o que aconteceu comigo: primeiro, mudei meu jeito de consumir moda e só depois, anos mais tarde, adaptei todo o meu estilo de vida à minha nova forma de pensar. Espero que seja assim com você também.

Muitas vezes, na tentativa de construir um mundo melhor, nos sentimos como uma gota no oceano. De fato, os nossos esforços para reduzir o desperdício de água são insignificantes diante dos mais de 3500 litros gastos para se produzir uma única calça jeans. E somos muitos! Atitudes isoladas não viram o jogo, mas grandes revoluções sim. E revoluções são feitas por pessoas.

Somos 7,6 bilhões de pessoas no mundo; 7,6 bilhões de possibilidades de mudança. Quanto mais gente boicotar marcas cujas condições de trabalho sejam análogas à escravidão, separar o lixo corretamente, votar em políticos que priorizem as causas ambientais, se manifestar contra o desmatamento, aderir a uma alimentação natural e mudar seu estilo de vida, mais impacto e volume essas iniciativas ganharão. Precisamos cultivar a consciência individual a fim de nos fortalecer enquanto sociedade e, assim, agir para cobrar políticos, governos, empresas e marcas. O que está em jogo é a nossa existência.

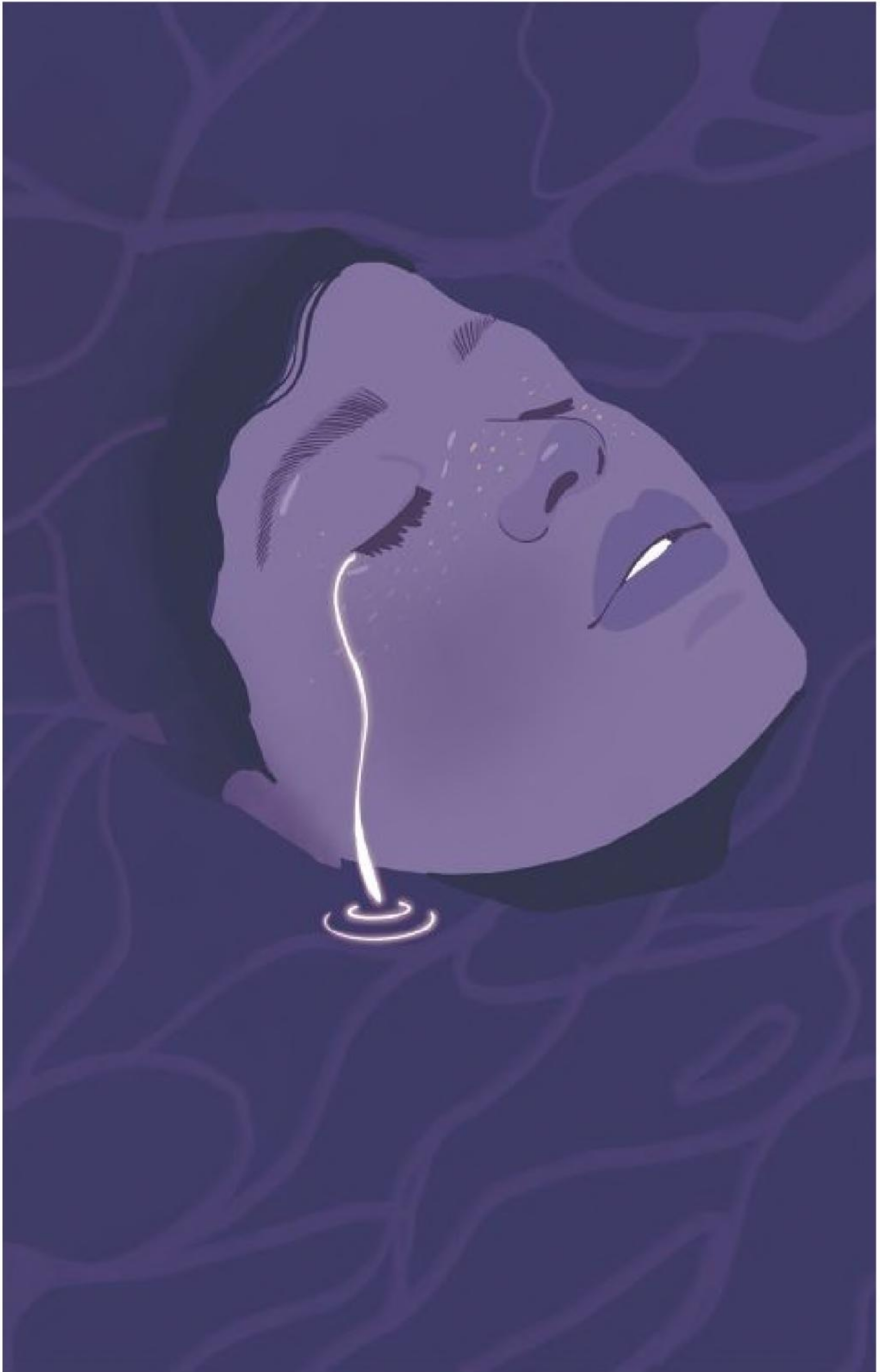
Toda vez que bater aquela sensação de impotência em relação ao mundo em que vivemos, lembre-se de que somos muitos e estamos cada vez mais próximos da grande virada. Durante muito tempo consumimos de maneira inconsequente, sem nos questionar sobre o assunto, mas a

rapidez com que as informações têm vindo à tona é muito maior do que há cinco anos. A consciência de que é preciso mudar está por toda parte — na mídia, na creche do filho, no trabalho ou na mesa do bar.

Existe muita gente que não se importa em destruir o planeta. A boa notícia é que também existe muita gente lutando para preservá-lo. Sou otimista e já escolhi o meu lado. E você, de que lado quer estar?

**Você não é uma gota no oceano;
você é o oceano inteiro em uma
gota.**





E O QUE A MODA TEM A VER COM TUDO ISSO?

Sim, este livro é sobre moda, e até então falei sobre mudanças climáticas e catástrofes ambientais. O que é que a moda tem a ver com tudo isso? Muito mais do que imaginamos!

Segundo dados da ONU Meio Ambiente, a moda é responsável por 8% a 10% das emissões de gases de efeito estufa,² mais do que os setores de aviação e de transporte marítimo juntos. O efeito estufa é um fenômeno natural que permite a vida humana na Terra, regulando a temperatura do planeta, mas, quando os gases responsáveis por ele são emitidos em excesso, como vem acontecendo, eles se tornam a principal causa do aquecimento global, um dos grandes vilões deste século. A intensificação das emissões de gases de efeito estufa se deve, principalmente, à queima de combustíveis fósseis por parte da indústria, a incêndios nas florestas e aos transportes terrestres e aéreos.

Além disso, a moda é o segundo setor da economia que mais consome água e produz cerca de 20% das águas residuais (esgoto) do mundo. Sem contar os altos níveis de agrotóxicos e pesticidas utilizados nas plantações de fibras de tecido, a desigualdade social provocada pelo mercado em relação à sua mão de obra, a quantidade de poliéster e microplásticos liberados por nossas roupas na etapa de lavagem e vários outros tópicos que serão pontuados ao longo deste livro.

Tudo isso para dizer que não é possível separar o mercado da moda da crise climática. Segundo o relatório da empresa

de consultoria McKinsey em parceria com o fórum Global Fashion Agenda, a indústria da moda precisa reduzir suas emissões de carbono para 1,1 bilhão de toneladas por ano, a fim de manter as mudanças climáticas dentro do 1,5°C discutido no acordo climático de Paris.

Precisamos urgentemente mudar a cadeia de valor da moda e estamos todos juntos nessa: indústria, marcas e consumidores. Segundo o relatório, a indústria representa 60% das emissões de dióxido de carbono, que podem ser diminuídas com a redução do uso de combustíveis fósseis e a adoção de fontes de energia renováveis e de materiais mais sustentáveis, biodegradáveis e reciclados.

Já o setor varejista e as marcas representam 20% das emissões e podem contribuir para a causa reduzindo a produção, o que evitará o estoque e o descarte de peças e incluirá a circularidade em seus processos.

E nós também somos parte dessa mudança. O mesmo relatório diz que em torno de 20% da descarbonização do setor depende do consumidor. Está em nossas mãos comprar menos, fazer escolhas melhores, apoiar a cadeia certa, pressionar marcas por mudanças, lavar menos nossas roupas, abolir o uso da secadora e cuidar melhor das peças para que elas durem mais.

A moda impacta diretamente o clima, e apenas com mudanças sérias, colaboração de todas as partes e abertura a novos modelos e sistemas econômicos conseguiremos reverter esse cenário. Não importa onde estamos nessa cadeia de valor, devemos agir desde já para assegurar nosso futuro em um planeta saudável.

MINHA RELAÇÃO COM A MODA

Desde que me entendo por gente, sou fascinada pelo universo da moda — assim como muitos de vocês, imagino. Sempre me diverti montando produções e tentando transmitir ao mundo um pouquinho de quem sou através do que visto. Confesso que poderia ter comprado menos roupas até aqui, mas esse sempre foi meu calcanhar de aquiles em relação a consumismo, sabe? E mesmo assim costumava me sentir insegura e excluída por não acompanhar tanto as tendências desse mercado.

Minha relação com a moda se tornou mais profissional em 2010, quando tive a oportunidade de fazer uma pós-graduação em *branding* na cidade de Barcelona, na Espanha. Coincidentemente (ou não), meu trabalho de conclusão de curso foi sobre a Inditex, um dos maiores grupos de moda do mundo, referência no mercado de fast fashion e dono de marcas conhecidas, como Zara, Bershka, Pull&Bear, entre outras. Ali eu entendi como funcionava esse mercado que, como o próprio termo já diz, oferece uma moda rápida: se eu visse um vestido que me chamasse a atenção nos desfiles de Paris, um modelo muito parecido estaria à venda nessas lojas por um valor acessível na semana seguinte.

Como acontece com a comida nas redes de fast food, no mercado de fast fashion, as roupas são produzidas, consumidas e descartadas de forma bem mais rápida que no modelo tradicional. Para que esse ciclo gire de forma acelerada, marcas de fast fashion vendem roupas da

tendência atual a preços baixíssimos. Por trás disso estão produção em larga escala, trabalhadores mal pagos e tecidos de baixa qualidade, que viram lixo depois de poucas vezes de uso. Roupas de fast fashion em geral são usadas menos de cinco vezes e geram 400% mais emissões de carbono que roupas comuns,³ portanto esse ciclo não é nada sustentável, e devemos ficar atentos a ele.

A situação piora quando você descobre que, caso não leve o produto na hora, é provável que ele não esteja mais ali na próxima visita, uma vez que as lojas de fast fashion trabalham com um número reduzido de peças de cada modelo a fim de despertar o consumismo e o imediatismo no consumidor.

Mas Barcelona também foi gentil comigo: me apresentou o encantado mundo dos brechós. Eu, que quase nunca comprava roupa de segunda mão, quis fazer parte daquela cultura que exalava autenticidade e estilo próprio. Voltei para o Brasil com um currículo especializado em *branding* de moda e uma mala repleta de roupas “garimpadas”.

É assustador perceber que a maioria das peças que eu tinha adquirido em lojas de fast fashion se deteriorou em um ano de uso — com bolinhas, furos e manchas ou desgastadas pela máquina de lavar—, enquanto as roupas que comprei no brechó uso até hoje.



O Projeto Gaveta

A criação do Projeto Gaveta foi um grande passo na minha jornada pessoal e profissional. Tudo começou numa bela noite do ano de 2013 em que eu e minha amiga Raquel Vitti Lino estávamos sentadas em frente ao guarda-roupa de outra grande amiga, Ana Clara, dando palpites na roupa que ela usaria em uma festa. Ela recusava todas as roupas que a gente escolhia, alegando que as peças não serviam, ou que não tinham mais a ver com o seu estilo, ou que já tinham sido muito usadas. Diante do impasse, Raquel sugeriu algo que mudou a minha vida: “E se trocássemos roupas entre nós? Afinal, todas temos peças bacanas paradas no armário, que por alguma razão não usamos mais”. Eu, que já trabalhava no mercado de *branding* de moda tradicional sem muito entusiasmo, abracei essa ideia como uma grande oportunidade: “É com esse tipo de moda que quero trabalhar!”. Não iríamos trocar apenas entre amigas, mas entre todo mundo que quisesse participar do movimento.

Em setembro de 2013, nasceu o Projeto Gaveta — a partir de uma necessidade nossa enquanto consumidoras. Raquel e eu começamos a planejar o primeiro evento: levantamos uma graninha num site de financiamento coletivo e pedimos ajuda aos nossos amigos para espalhar a notícia nas redes sociais. Enviei

um e-mail despretensioso a Gilberto Dimenstein, criador do Catraca Livre, que não só nos respondeu como firmou uma parceria de divulgação conosco. Pronto, a possibilidade de renovar o guarda-roupa sem gastar nada já estava correndo por São Paulo.

Recolhemos mais de 3 mil peças deixadas na portaria do meu prédio, o que causou muita confusão com o porteiro e com os outros moradores. No apartamento pequeno, então, nem se fala: só se viam sacolas e roupas, muitas roupas, uma quantidade interminável de roupas. Chegamos a nos perguntar se não tinha sido loucura “inventar moda”. No dia da primeira troca, veio a resposta: os oitenta participantes eufóricos com a oportunidade de renovar o guarda-roupa de graça provaram que estávamos diante de um novo modelo de consumo que aparentemente daria certo. Isso nos deu a certeza de que não podíamos mais parar. E lá se foram sete anos, treze eventos, 10 mil participantes e mais de 60 mil peças em circulação.

E por que o Gaveta deu tão certo? Porque conseguimos transferir a sensação de compra para a troca. Vivemos, infelizmente, em um sistema capitalista que nos gera desejos constantes e nos faz querer comprar sempre mais e mais. O tipo de consumo que o Gaveta proporciona é uma das maneiras de nos satisfazer sem que necessariamente tenhamos que usar o capital como principal moeda de troca. Falaremos muito mais sobre isso ao longo do livro, vem comigo!

Mesmo depois de lançar o Projeto Gaveta, eu ainda comprava sem pensar, ignorando as consequências das minhas ações. Só aos poucos fui percebendo que consumir não era a maneira como queria experimentar a moda.

Tudo mudou em 2015, quando ocorreu a maior tragédia do mundo da moda já vista até hoje: o prédio Rana Plaza, em Bangladesh, que abrigava confecções das principais marcas do mercado, desabou devido a más condições de manutenção e rachaduras em sua estrutura. O acidente matou 1138 pessoas, a maioria jovens mulheres e mães — estima-se que 2500 crianças tenham se tornado órfãs —, e outras 2500 mulheres ficaram gravemente feridas — muitas dessas impossibilitadas de voltar a trabalhar. Nos escombros, encontraram-se etiquetas das principais cadeias de moda do mundo — GAP, Primark, Walmart, H&M —, que já haviam sido alertadas sobre a situação precária do edifício. As notificações foram ignoradas, afinal, vivemos em um sistema que põe o lucro acima de tudo — até mesmo de vidas humanas.

Comecei a refletir cada vez mais: quem fabricava as roupas que eu usava? Em quais condições exerciam suas funções e quanto ganhavam? Na mesma época, um lado desconhecido da indústria da moda veio à tona. Surgiram relatos de trabalho análogo à escravidão, inclusive no Brasil. Percebi que as blusinhas que eu comprava por dez reais só eram tão baratas porque alguém não estava recebendo um salário justo por sua mão de obra. Entendi que havia uma conexão direta entre a roupa que eu usava e a situação de vida dessas mulheres, pois fazemos parte da mesma cadeia — ou melhor, da mesma teia da vida. Assim, a indústria da

moda está intimamente atrelada à luta feminista por direitos iguais, uma vez que tende a reproduzir as opressões da sociedade e potencializar a exploração das mulheres.

Depois de muitas pesquisas e muitos questionamentos, sei que a indústria da moda está entre as dez mais poluentes do planeta e é a segunda em exploração de pessoas. Além disso, esse mercado fomenta o consumismo, acirra as desigualdades sociais e promove a exclusão de parte significativa da população.

À medida que a sustentabilidade entrou em pauta, o Projeto Gaveta ganhou novos adeptos e se transformou em um movimento por uma moda mais consciente. Promovemos debates sobre novas formas de produção, consumo, inclusão e representatividade, organizamos trocas de roupas — nosso carro-chefe — e conduzimos performances, exposições, bate-papos, palestras e feiras de marcas sustentáveis. Claro, nada disso se faz sozinho: pessoas iluminadas cruzaram o meu caminho, tornando-se grandes amigas e mudando a minha visão de moda para sempre.

Hoje, 90% do meu armário é composto de peças usadas ou trocadas. Quase não compro roupas em lojas e, quando acontece, minha consciência está leve por fazer as melhores escolhas. Sou otimista, lembra? Apesar das crises, amo moda! Adoro a possibilidade de me expressar através do que visto e me divirto inventando looks que revelam minha personalidade e fazem com que eu me sinta bem.

Este livro existe porque acredito que posso levar você nessa comigo. Nas próximas páginas, mostro que dá sim para ter uma relação prazerosa com esse universo tão

complexo. A moda pode ser tratada de forma divertida e, ao mesmo tempo, constituir um instrumento de revolução. Nossas roupas são símbolos de resistência na luta por um mundo com mais diversidade, inclusão social, salários justos e práticas sustentáveis.

Vamos juntas?

2.

Afinal, o que é moda sustentável?

O mercado da moda é sempre um grande desafio quando se trata de sustentabilidade. Afinal, ele tem a capacidade de oprimir todos os envolvidos: a natureza, os trabalhadores e os consumidores.

E já que o tema principal deste livro é moda sustentável, aí vai uma breve explicação sobre esse conceito cada vez mais presente no nosso dia a dia:

Moda sustentável é aquela que respeita o meio ambiente e a sociedade, valorizando as pessoas envolvidas no processo e incentivando o consumo consciente — ou seja, sem excessos.



Apesar da definição simplificada, a fim de facilitar o entendimento desse conceito relativamente novo em nossas vidas, confesso que também tenho certa dificuldade em definir o que é moda sustentável, pelo fato de que tudo que envolve a palavra "sustentabilidade" é mais complexo do que parece. Passei anos achando que moda sustentável era uma obrigação apenas das marcas, das indústrias e dos governos, mas depois entendi que nós, cidadãos, também podemos participar dessa revolução. Estima-se que 30% do gasto de água esteja na fase de uso da peça, isto é, a partir do momento em que a temos em mãos. Ficamos também com a responsabilidade de “consumir sem excessos”, o que nos leva a agir com consciência enquanto vivenciamos uma era de superconsumo, com ofertas infinitas pipocando diante dos nossos olhos o tempo todo. E, principalmente, podemos pressionar marcas por mudanças. Se o único poder que temos é o da carteira, então precisamos fazer uso dele! Não podemos mais apoiar e dar espaço a marcas e grupos que compactuam para a destruição do planeta e o aumento da desigualdade social.

Já as marcas de moda são responsáveis por diminuir seus impactos em todos os pontos da cadeia, promovendo desde a redução da emissão de gases de efeito estufa e do gasto de energia em sua produção até o uso consciente da água, o emprego de materiais biodegradáveis e o auxílio a seus clientes no descarte correto de suas peças.

A partir desse contexto, percebemos que o conceito de moda sustentável apresenta duas dimensões principais: a ambiental e a social. Antes de separar as duas coisas, é importante ressaltar que as marcas podem abordar a sustentabilidade em vários pontos de sua cadeia, mas, dentro do atual sistema econômico, é impossível que sejam 100% sustentáveis. Isso acontece porque toda produção gera algum impacto, seja na exploração de recursos naturais ou de insumos.

Mas, na prática, como uma marca de moda pode se tornar sustentável?

DIMENSÃO AMBIENTAL

Analisando do ponto de vista ecológico, as ações mais comuns que marcas adotam para minimizar os impactos na natureza são:

Uso de materiais sustentáveis

Os tecidos são fatores importantes para a sustentabilidade de uma marca. O ideal é que eles sejam compostos de fibras naturais e, portanto, biodegradáveis. Os tipos que mais vemos por aí são o linho, a lã, a seda e o algodão, mas, graças à tecnologia, várias inovações estão surgindo. Já ouviu falar em tecidos desenvolvidos a partir de algas, soja, pó de café, fibras de bananeira, bambu, cânhamo ou abacaxi? Ufa! A gente nem imagina que existam tantas opções, né? Além de biodegradáveis, essas fibras precisam de menos produtos químicos e gastam menos água para ser

fabricadas. Falaremos mais sobre tecidos sustentáveis no capítulo 7.

Tingimento natural

Nessa técnica, o tingimento é feito imergindo os tecidos em banhos quentes com corantes e pigmentos naturais extraídos de cascas de madeira, flores, folhas, sementes e raízes. Esse processo não envolve nenhum corante químico, evitando a poluição e o desperdício da água, como acontece no processo convencional de tingimento de tecido. Para se ter uma ideia, a indústria têxtil mundial usa entre 6 e 9 trilhões de litros de água a cada ano, apenas para tingir tecidos.

Reciclagem e reutilização de tecidos

Estima-se que 80 bilhões de roupas novas são produzidas anualmente. Dessas, 40% são pouco ou quase nunca usadas e vão parar em aterros sanitários ou lixões. Por que fabricar mais peças se temos o suficiente para gerações inteiras? E por que não criar roupas completamente novas customizando as já existentes? Esse processo, conhecido como *upcycling*, é uma das inovações mais importantes da moda contemporânea, uma vez que exige que os designers encarem o desafio de olhar para os resíduos como algo de valor, criando a partir de itens que iriam para o lixo. A venda de roupas de segunda mão também pode ser vista como uma espécie de reciclagem, pois peças usadas são reincorporadas ao mercado, movimentando a economia e ganhando outro dono.

Tecidos também são fabricados em excesso: só em São Paulo, na região do Brás e do Bom Retiro, vinte toneladas são descartadas todos os dias! Algumas marcas reaproveitam esse excedente gerado pela indústria para produzir novas coleções. Nesse caso, o desafio do designer é adequar suas ideias ao que já existe — uma tarefa muito mais difícil do que criar a partir do zero.

Redução de insumos

A tecnologia é uma grande aliada da sustentabilidade. Graças ao seu desenvolvimento, estão surgindo meios de produção que usam cada vez menos recursos naturais e reduzem a emissão de dióxido de carbono. Para que isso aconteça, é preciso amplo conhecimento técnico tanto por parte do estilista quanto do engenheiro têxtil a fim de entender cada etapa da cadeia e descobrir onde pode haver ajustes benéficos ao meio ambiente. Apesar de se tratar de um assunto complexo, esse é um ponto-chave ainda pouco explorado que possibilitará avanços no setor.

Produtos circulares

Está aí uma nova forma de economia que pode mudar o rumo do mundo. Usamos a expressão *cradle to cradle* (“do berço ao berço”) quando as marcas conseguem fabricar roupas que, depois de descartadas, são reintegradas ao meio ambiente ou voltam ao ciclo de produção. Nem vou me estender por aqui porque falaremos mais sobre isso na página 64.

Produção local

Quanto mais próximo de você uma roupa for produzida, menos ela emitirá dióxido de carbono para existir, já que não passará por longas viagens que utilizam navio ou avião para chegar às suas mãos. Sem contar que priorizar essas marcas colabora com o desenvolvimento da economia local, empregando pessoas da região.

A importância de uma moda mais sustentável para o meio ambiente

A indústria da moda é uma das principais causadoras de danos ao meio ambiente. Seus processos químicos são responsáveis por aproximadamente 8% da emissão global de carbono,⁴ além de poluírem as águas de rios, lagos e oceanos. Países subdesenvolvidos dependentes da indústria têxtil, como a China, a Índia e Bangladesh, utilizam rios como lixeiras de resíduos líquidos. Só para se ter uma ideia do estrago, os sete mais importantes rios da China, terceiro maior país do mundo em extensão territorial e principal fabricante de roupas, já estão contaminados.

A indústria de roupas e acessórios também ocasiona um enorme desperdício de água, nosso bem mais valioso. Uma única calça pode gastar até 9500 litros de água durante a sua vida útil — e isso inclui etapas como o plantio de algodão, o tingimento (para atingir o tom de lavagem da moda) e até os litros gastos pela máquina de lavar.⁵ Já contou quantos jeans você tem no armário?

O cultivo da fibra utilizada na confecção de uma camiseta branca de algodão requer em média 2700 litros de água,⁶ e, mesmo se tratando de uma fibra natural, que ocupa 2,5% das terras plantadas no mundo, sua produção envolve 25% do consumo global de inseticidas e pesticidas.⁷

O plástico, outro grande inimigo do meio ambiente, também está presente até nas roupas que vestimos. A maioria das peças comercializadas atualmente é feita de poliéster, fibra sintética obtida a partir de petróleo e que leva 450 anos para se decompor. Além disso, esse tecido, quando lavado, solta micropartículas de plástico, que acabam caindo na corrente de água e vão parar nos oceanos. Lá são ingeridas por animais marinhos, que as confundem com alimento e se contaminam.

DIMENSÃO SOCIAL

A questão ambiental é extremamente importante para mudarmos o percurso desse mercado. Mas, quanto mais eu estudo sobre o tema, mais aprendo que a moda sustentável é sobre pessoas. É sobre remunerar de maneira justa a mão de

obra, apoiar a cadeia certa de produtores de tecido, estimular a arte indígena a fim de fortalecer a existência dos povos nativos e promover a representatividade dentro e fora da empresa, para que mais pessoas se sintam incluídas nesse universo. Dessa forma, separei algumas práticas importantes que levam a sério os direitos humanos e dos animais:

Remuneração justa

Reconhecer a mão de obra empregada na produção, oferecendo salários justos por ela, é um dos pré-requisitos da sustentabilidade (mas deveria ser a premissa básica para qualquer negócio, sustentável ou não). As marcas devem se responsabilizar por seus funcionários, garantindo remuneração adequada e ambientes seguros de trabalho.

Trabalho artesanal

Como não se apaixonar pelo bordado das bordadeiras do Vale do Jequitinhonha (@mulheresdojequitinhonha) ou pelos produtos cheios de afeto da Rede Asta (@rede_asta)? Um dos meus temas favoritos na moda sustentável é a valorização do artesanato e das pessoas por trás desse trabalho. São os artesãos, com seus conhecimentos tradicionais, muitas vezes centenários, que criam peças lindas e cheias de afeto. Por isso, a indústria da moda precisa preservar esses saberes manuais, não com apropriação, mas sim com apoio aos profissionais e a suas comunidades, além de prover remuneração justa e investimentos a longo prazo. Parcerias feitas com cuidado

podem impactar positivamente a vida de famílias, melhorando a saúde física e mental das pessoas, suas relações familiares e o futuro de suas crianças.

Inclusão social

Apoiar mulheres, grupos étnicos e minorias é a melhor forma de valorizá-los, e no mundo da moda não é diferente. No entanto, não se trata apenas de fazer campanhas com pessoas transgêneras ou criar coleções inspiradas em comunidades indígenas, mas de incluir essas pessoas em todas as etapas do negócio, capacitando-as tecnicamente, dando espaço para a sua livre expressão artística e oferecendo o devido reconhecimento financeiro por seu trabalho.

Recentemente assisti ao documentário *O ponto firme*, sobre o workshop de crochê que o estilista Gustavo Silvestre desenvolve com detentos da Penitenciária II Desembargador Adriano Marrey. A coleção ali criada foi desfilada na São Paulo Fashion Week em 2018. Também sou fã do modelo de negócio (e das peças) da PanoSocial (@panosocial), cujas roupas são costuradas por ex-detentos com o objetivo de reintegrar essa população ao mercado de trabalho. Usar a moda para mudar o sistema é também pensar na profissionalização das populações vulneráveis, gerando renda e trabalho digno.

Adoção do modelo um pra um

A grande pioneira desse conceito foi a TOMS, que despontou no mercado com a proposta de, a cada venda, doar um par de sapatos a uma criança em situação de vulnerabilidade. Hoje já vemos essa ação aparecer nos mais diferentes formatos, com doações que vão desde exames de vista e óculos de grau a materiais escolares por peça vendida. Há também marcas que revertem parte do lucro a projetos, ações sociais e ONGs que reduzem os impactos da desigualdade no mundo.

Proteção animal

Essa causa é abraçada principalmente por marcas veganas, que não testam seus produtos em animais nem utilizam materiais como couro, lã, seda e pérolas em suas coleções. Até pouco tempo atrás, os animais não eram levados em conta quando se falava em sustentabilidade. Mas isso vem mudando, e cada vez mais trazemos a exigência de respeito aos direitos dos animais também ao nosso guarda-roupa, dando preferência a peças de matérias-primas vegetais e biodegradáveis.



A outra face da mão de obra

O setor têxtil é o segundo que mais pratica o trabalho escravo no mundo, ficando atrás apenas do setor tecnológico, e, atualmente, existem mais de 40,3 milhões de pessoas — das quais 71% são mulheres — submetidas a condições de trabalho degradantes.⁸

Engana-se quem acha que esses casos estejam relegados a países asiáticos distantes, onde as leis trabalhistas são mais frouxas. Imagine uma família que compartilha um apartamento pequeno e sem janelas no centro de São Paulo com mais quinze moradores. Colchões, máquinas de costura e montes de roupas ocupam todo o espaço disponível. Essas pessoas acordam, trabalham das sete da manhã às dez da noite, dormem e, no dia seguinte, repetem tudo outra vez, sem folgas ou tempo de descanso, recebendo um valor insignificante de acordo com a quantidade de peças que conseguem fazer — só para se ter uma ideia, um trabalhador nessas condições que produz uma camisa pela qual pagamos cem reais em uma loja ganha em média oitenta centavos de remuneração. Essa não é uma situação rara no Brasil.

Diferentemente da escravidão histórica, oficialmente abolida em 1888, na escravidão moderna — ou “trabalho

análogo à escravidão”, crime previsto no Código Penal —, as pessoas são sujeitas a salários irrisórios, ambientes insalubres e jornadas tão exaustivas que podem causar danos físicos. Além disso, pode haver restrição de locomoção por dívida com o empregador, ou seja, os trabalhadores são obrigados a exercer suas funções mesmo se estiverem doentes ou em idade de se aposentar. Muitos se submetem a essas condições por uma questão de sobrevivência.

Mais uma vez é importante frisar: vivemos em um sistema em que as empresas visam ao lucro acima de tudo, e quem dita as regras é o elo mais forte e rico do capitalismo — no caso, o empregador/patrão. Por isso, a atuação de órgãos públicos, como o Ministério do Trabalho, a Polícia Federal e a Polícia Civil, e de ONGs de combate ao trabalho escravo é de extrema importância para fiscalizar e impedir que essa situação se perpetue. Também se torna cada vez mais importante a presença dos sindicatos para lutar e garantir direitos. Nós, como cidadãos, podemos votar em políticos que se preocupam com a classe trabalhadora e protegem os direitos humanos, e, na posição de consumidores, temos o poder de financiar apenas marcas éticas e transparentes.



3.

Desmistificando a moda sustentável

Moda sustentável é cara, inacessível ou pouco atrativa: esses são alguns dos mitos que ouvimos por aí, na maioria das vezes reverberados por pessoas avessas a mudanças. Mas uma das coisas que aprendi quando decidi agir de modo mais consciente em relação ao meu consumo e às minhas roupas é que para tudo existe uma solução — buscar saídas para os problemas que surgiram no caminho me transformou em uma pessoa mais questionadora sobre como o mundo funciona e como nos posicionamos em relação a ele. Bom, tudo isso para dizer que vou compartilhar com você as respostas que encontrei para todos os argumentos que, por alguma razão, impediam a moda sustentável de entrar no seu guarda-roupa.



MITO Nº 1: “MODA SUSTENTÁVEL É CARA”

Mentira. Como acontece com os produtos de qualquer outra categoria do mercado, as roupas sustentáveis podem ser caríssimas — nesse caso, apenas uma ínfima parcela da população tem o poder aquisitivo para comprá-las —, mas também podem ser baratas e acessíveis.

Vou contar um segredo: na moda sustentável, você pode adquirir roupas a partir de zero real. Isso mesmo, de graça! Utopia? Não, realidade! No consumo colaborativo, por exemplo, verbos como “emprestar”, “alugar”, “compartilhar” e “trocar” substituem “comprar”, afinal, por que possuir algo a que podemos ter acesso sem gastar nenhum centavo?

Uma das práticas do consumo colaborativo é a famosa troca de roupas, muito difundida em várias partes do mundo, inclusive no Brasil. O intercâmbio das peças acontece on-line, através de aplicativos e sites, ou pessoalmente, em eventos (alô, Projeto Gaveta!) e em rodas de amigos e família. Essa é a maneira mais sustentável de consumir moda, pois estamos tirando do armário o que não serve mais e pondo no lugar peças que, além de estarem prontas sem nenhum custo adicional, vão ganhar novo uso.

O guarda-roupa compartilhado também faz parte dessa onda. Já pensou em dividir um único armário com amigas e parentes? Você não só aumenta a diversidade e o volume das peças disponíveis, como renova a sensação de roupa

fresquinha, sem gastar nada. A partilha exige planejamento e logística para funcionar, por isso, se não estiver a fim de encabeçar o projeto, você pode recorrer a empresas que ofereçam acesso a um guarda-roupa recheado de peças lindas por um valor mensal preestabelecido — por exemplo, a Roupateca (@roupateca), em São Paulo, o Reacervo (@reacervo) no Rio de Janeiro, e a Lucid Bag (@lucidbag), em Goiânia.

Ainda no gancho do consumo colaborativo, o aluguel de roupas está a todo vapor: a maioria dos brechós já disponibiliza a locação de peças, e existem várias empresas especializadas nesse serviço — é o caso da Acervo Vintage (@acervovintage.m) e da Dress & Go (@dressandgo), que trabalham com peças exclusivas e vestidos de festa. Além de economizar, você não fica com aquele vestido longo parado no guarda-roupa, acumulando pó e desperdiçando espaço (e energia!).

Roupas infantis também entram nessa onda — e vamos combinar que faz todo o sentido, já que os pequenos perdem as peças muito rápido. A boa notícia é que já existem empresas fazendo isso, como a Tuga (@tuga_assinaturacircular), a Johnny's (@j_ohnny_s) e a Circulô (@usecirculo).

Comprar em brechós é outra maneira de adquirir roupas sustentáveis por um preço acessível — como as peças já estão prontas, não é necessário mais água e insumos, barateando a venda ao consumidor final. Devido à proliferação dos brechós, a lógica “diferentes perfis, diferentes preços” também se aplica aqui: é possível encontrar brechós caríssimos, em que a curadoria e as

marcas de luxo encarecem as peças, mas o mais comum são aqueles recheados de roupas baratinhas a valores infinitamente menores do que os que vemos por aí em lojas e shoppings.

O *upcycling* (mencionado na página 28) também nos permite consumir peças sustentáveis a um preço acessível, embora não tão baratas quanto as de brechó — isso acontece porque existe uma mente brilhante que ressignifica e dá vida nova às roupas, diversificando cortes, costuras e elementos. Cabe a nós, consumidores, reconhecer e valorizar esse trabalho. Ainda assim, por se tratar de peças já produzidas, o produto final acaba saindo mais barato que um tecido novo.

Todas essas alternativas contribuem para a circulação de roupas usadas. Mas e quanto às peças novas e sustentáveis? É possível adquiri-las a um preço acessível? A resposta é: quem procura, acha! Feiras e bazares normalmente saem mais em conta que lojas tradicionais, e você ainda tem a oportunidade de apoiar pequenos produtores.

Acho importante abordar também o lado caro da moda sustentável para entender por que as roupas têm o valor que têm. No primeiro capítulo, você descobriu que os dois pilares da moda sustentável são o meio ambiente e a responsabilidade social. Uma marca ética que se preze fabrica suas coleções com tecidos de fibras naturais e biodegradáveis, como o linho, o algodão, a lã e a seda. Eles são mais caros do que tecidos sintéticos, como o poliéster e a poliamida, porém se desgastam com menos facilidade, produzindo roupas de maior durabilidade. Assim, é mais vantajoso comprar uma única camiseta de qualidade do que

investir o mesmo valor em quatro que não resistirão a várias lavagens.

Durante muito tempo, pagamos uma pechincha em blusinhas de grandes magazines, mas hoje sabemos que essa conta não fecha: cada peça passa por, no mínimo, quinze etapas de produção, e, se podemos comprá-la por um valor excessivamente baixo, alguém (sempre o elo mais fraco) não está recebendo o justo por sua mão de obra — como já vimos, o trabalho escravo é mais comum do que gostaríamos de admitir. As marcas sustentáveis pagam salários coerentes a seus funcionários, o que aumenta o valor final dos produtos. O mesmo acontece quando as peças são feitas de forma artesanal, com um processo de fabricação mais lento e em baixa escala.

MITO N° 2: “MODA SUSTENTÁVEL É FEIA”

Muitas pessoas associam a estética sustentável a uma moda sem acabamento nem design, ou então de aparência desleixada, com roupas e estampas que não combinam entre si. A primeira parte é mito, a segunda pode até ser verdade. Vou explicar...

Quanto à questão estética, o mínimo que uma marca precisa para ter sucesso no mundo atual é um produto bonito, bem-acabado e com modelagens que abracem os diversos tipos de corpos. Há uma vasta gama de opções sustentáveis para todos os gostos e perfis — de quem curte uma estética mais despojada, com acessórios de sementes, tops de crochê e vestidos longos com tingimento natural, a quem é mais moderno e adora roupas estruturadas e

modelagens com recortes. Sustentabilidade não é sobre os tipos de peça, mas sobre como a roupa foi feita, quem produziu e quais materiais foram utilizados.

Agora, quanto à questão da “esquisitice”, trata-se de uma tendência comportamental que caminha junto com os movimentos sociais. Costumávamos achar que a moda era feita de terninhos e tailleurs, mas ultimamente o estilo “desleixado” tem invadido muitos ambientes com a proposta de transgredir regras formais e abrir espaço para a fluidez — o perfeito ficou no passado, e o imperfeito está em alta! A moda está acompanhando as transformações da nossa época, respondendo à crescente onda conservadora que presenciamos. Cada vez mais, usamos roupas que refletem a nossa libertação de antigos padrões.

MITO Nº 3: “MODA SUSTENTÁVEL É DIFÍCIL DE ENCONTRAR”

Me diz alguma coisa que seja difícil de encontrar quando temos acesso à internet na palma da mão? O mais complicado talvez seja mudar os nossos hábitos e expandir os nossos horizontes: um portal infinito de marcas sustentáveis está se abrindo, basta que você direcione o olhar, siga as pessoas certas e consuma informações de veículos de comunicação que compartilhem valores mais éticos e humanos. Essa decisão é só sua. Bora usar o algoritmo de busca da internet e das redes sociais a nosso favor?

Para ajudar você a começar sua pesquisa, aí vão algumas dicas de coletivos que apoiam marcas sustentáveis e de

peças engajadas nesse movimento: @modefica, @projetogaveta, @roupartilhei, @fash_rev_brasil, @trameiras, @portaldasmotas, @santodecasa.co e @desavesso. Explore, pule de uma página para outra e descubra cada vez mais pessoas e marcas que têm o seu estilo. Em pouco tempo, o seu algoritmo vai mudar completamente. Bem-vindo à nova moda. :)

A MODA É PARA TODO MUNDO

Uma das razões que me motivaram a escrever este livro foi observar as pessoas que dizem não entender nada de moda, que a encaram como uma futilidade ou que abordam o tema de forma alienada. Acredito que todos deveriam gostar pelo menos um pouquinho do assunto, já que a moda é uma expressão artística e pessoal — nossas roupas manifestam a nossa personalidade; elas são um jeito de dizer ao mundo: “esta sou eu; é assim que eu quero que vocês me vejam!”.

Suspeito que as regras que foram surgindo para facilitar a nossa apropriação da moda acabaram nos distanciando dela enquanto linguagem individual, limitando as possibilidades a padrões estéticos prontos. Apesar de expressarem apenas a opinião de um jornalista ou de um estilista, imperativos como “baixinhas, não usem calças na altura da canela, porque achatam ainda mais o corpo” e “mulheres de quadris largos, fujam das listras horizontais” foram tidos como verdades absolutas por muito tempo. Mas qual lei nos obriga a seguir essas prescrições à risca? Nenhuma!

Há alguns anos surgiu também a febre das blogueiras. A cada dia era preciso postar um look diferente (ai de quem

repetisse!): bolsa da moda, sapato da moda, cor da moda... e lá se vai um tempo precioso gasto em compras, além de muito dinheiro mal investido. Para mim, tratar a moda como algo glamouroso e inacessível é futilidade. Mais que isso, é uma forma de alienação. Vivemos em um país de extrema desigualdade, em que apenas uma parte minúscula da população pode comprar uma bolsa de luxo. Pessoas influentes precisam se responsabilizar pelo desejo que fomentam em quem as admira.

Já a ânsia por novidade dá lugar a tendências cada vez mais curtas, às quais devemos aderir para mostrar à sociedade que entendemos de moda. Quem não conseguir acompanhar esse ritmo desenfreado se distancia aos poucos até que... “Ah, quer saber? Moda não é pra mim.”

Posso contar um segredo? Se você usa roupas, a moda é sim pra você! E todo mundo usa roupa, certo? Nos próximos capítulos, prometo que vou provar por A + B que você faz mais parte desse universo do que imagina e que se permitir explorá-lo pode ser uma jornada de autoconhecimento deliciosa. E aí, está pronto?

O outro lado do padrão estético

Por muito tempo a moda foi representada na mídia sobretudo por pessoas brancas, altas e magras. Esse corpo “ideal” está muito distante da realidade, excluindo

a grande diversidade de formas e cores que existem por aí e que deveria ser celebrada. A maioria das mulheres não se encaixa no padrão estético apresentado pela indústria: algumas tentam alcançá-lo através de cirurgias plásticas, dietas restritivas, cremes, massagens, remédios e até choques, e outras acabam se afastando do universo da moda, acreditando que não pertencem a ele. A busca incessante pelo enquadramento gera ansiedade e baixa autoestima, que podem desencadear questões mais graves, como distúrbios alimentares e depressão.

É necessária uma profunda mudança de pensamento e de atitude que não seja da boca para fora. Não basta que uma celebridade negra estampe uma capa de revista, queremos ver uma variedade maior de pessoas trabalhando e ocupando cargos de liderança. Graças à luta do feminismo, principalmente da sua vertente negra, o cenário do Brasil vem mudando, e os consumidores passaram a pressionar as empresas por não se sentirem representados: antes adaptavam seus corpos às roupas, agora exigem que as roupas sejam adaptadas aos seus corpos.

As tendências da moda estão vindo menos das passarelas e das Fashion Weeks e muito mais das ruas e dos espaços coletivos. Quem tinha sido posto à margem ao longo da história se articulou e usou as redes sociais para conquistar seu espaço, além de uma legião de seguidores (como eu!) que buscavam uma referência mais verdadeira.

Tenho consciência dos privilégios que possuo por ser branca e magra, por isso procuro abandonar a minha zona de conforto, exercer a empatia e usar a minha voz a favor da mudança. Imagino como deve ser revoltante não encontrar nenhuma peça do seu tamanho em determinada loja simplesmente porque ela não deseja incluir mulheres de corpos mais volumosos no seu perfil de clientes. Isso é muito cruel!

Na minha opinião, marcas que não conversam com públicos diversos são um desserviço ao mercado da moda e devem ser boicotadas — me recuso a comprar o biquíni de uma empresa que só fabrica modelagens para pessoas magras.

Por uma moda antirracista

O sistema socioeconômico em que vivemos é estruturalmente racista. Isso porque, ao longo dos séculos, a Europa desenvolveu e difundiu uma cultura que punha o europeu branco acima de todos os outros povos. Com base em princípios racistas e extrativistas, as grandes potências econômicas escravizaram milhões de pessoas negras e indígenas e destruíram as riquezas naturais da África e das Américas. Apesar de se tratar de um passado distante, as consequências persistem ainda hoje: em todo o mundo, as populações negras e nativas são as mais vulneráveis social e economicamente e também as que mais sofrem com a violência policial e a desigualdade social.

Durante a escrita deste livro, o movimento global Black Lives Matter [Vidas Negras Importam] voltou a ganhar força e incentivou manifestações que tomaram as ruas e a internet, aumentando a visibilidade das pautas negras e a urgência de reconhecer que o racismo e eurocentrismo permeiam todas as esferas do nosso sistema, inclusive a moda.

Por anos, corpos brancos predominaram em passarelas, revistas e cargos altos da moda, mas, com a difusão das redes sociais, pessoas não brancas ganharam poder, espaço e público, aumentando a importância da representatividade para que uma marca se mantivesse relevante no mercado. Apesar disso, na maioria das vezes, a inclusão era apenas superficial e nunca efetiva. O Black Lives Matter incentivou a denúncia contra estilistas, maquiadores, fotógrafos, bookers e outros protagonistas da indústria da moda conhecidos por humilhar funcionários e modelos com atitudes e comentários racistas, xenófobos e gordofóbicos.

Mais do que pedir desculpas ou postar uma mensagem de apoio ao movimento, a indústria da moda (bem como todos nós, brancos) precisa reconhecer seu histórico racista. Para combater o preconceito, é necessário incluir a diversidade não só nas passarelas e nas campanhas, mas em todas as equipes que fazem a moda ganhar vida, tornando digno o dia a dia dessas pessoas.

Obrigada, Djamila Ribeiro (@djamilaribeiro1), Luiza Brasil (@mequetrefismos), Alexandra Gurgel (@alexandrismos), Joice Berth (@joiceberth), Thais Carla (@thaiscarla), Raissa Galvão (@rayneon), Ana Paula Xongani

[@anapaulaxongani], Loo Nascimento (@neyzona), Igi Lola Ayedun (@igiayedun), Day Molina (@molina.ela), Erika Hilton (@hilton_erika) e tantas outras mulheres maravilhosas por me inspirarem com sua força e coragem, me ensinarem sobre seu universo e me instigarem a questionar os meus privilégios diariamente.

Por uma moda mais inclusiva

Não poderia deixar de comentar também sobre a inclusão do corpo com deficiência dentro do universo da moda. No Brasil, cerca de 23% da população tem algum tipo de deficiência, mas onde essas pessoas estão representadas na moda? Ainda não vemos marcas preocupadas em produzir peças funcionais para cadeirantes ou com tamanhos menores para pessoas com nanismo, por exemplo. As lojas não possuem vendedores com treinamento correto para atender pessoas com deficiência e nem sequer vemos essas pessoas nas campanhas de moda.

Essa é uma reflexão urgente, porque a moda deve ser acessível a todo mundo. Mais uma vez, tenho procurado ir além da minha bolha e escutar questionamentos de quem sente a discriminação na pele. Obrigada, Michele Simões (@micsimoes), Marcela Perrota (@pequenicesblog), Rebeca Costa (@looklittle), Izabelle Marques (@bellypalma), Leandrinha Du Art (@leandrinhadu) e tantas outras pessoas dentro desse movimento que ampliam meu olhar em relação ao que devemos exigir para ter uma moda mais justa.

MODA É, ACIMA DE TUDO, UM ATO POLÍTICO