

# Atacama Fashion Week: Reflexões sociopolíticas sobre movimentos contraculturais e sua contestação ao consumo na moda

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.8>

Solange Riva Mezabarba<sup>1</sup>, Patrícia Marcondes de Barros<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Faculdade de Design de Moda do Senai CETIQT,  
solange\_riva@hotmail.com

<sup>2</sup> Departamento de História da Universidade Estadual de Londrina (UEL),  
patriciabarros@uel.br

## Resumo

O presente trabalho tem como objetivo a reflexão sobre os movimentos contraculturais e a sua relação com a moda. Tomando como mote o desfile *Atacama Fashion Week*, questionamos a efetividade desses movimentos contestatórios e seu cunho paradoxal frente ao modelo econômico atual. O artigo sugere, com base nos argumentos de autores como Heath e Potter (2004), que o sistema é ideologicamente à prova de contestação. Se for assim, o movimento que tem por objetivo chamar a atenção para o lixo que se formou no Deserto do Atacama com uma gigantesca pilha de roupas descartadas, pode apenas ser mais uma fonte de inspiração para a criação de moda. A pesquisa de natureza qualitativa exploratória, tem como método a análise de *clippings* – matérias publicadas nos principais veículos de comunicação sobre o desfile *Atacama Fashion Week* – e de leituras teóricas sobre contracultura, moda e consumo.

## Palavras chave

Moda; consumo; contracultura; mercadoria; sustentabilidade ambiental; Atacama.

## 1. Introdução

Bruno Latour, em seu livro *Onde aterrar?: Como se orientar politicamente no Antropoceno* (2020), sentencia: “(...) não entenderemos nada dos posicionamentos políticos dos últimos cinquenta anos se não reservarmos um lugar central à questão do clima e à sua degeneração” (p. 10). Um estilo de vida centrado no consumo e no uso dos recursos naturais como se fossem inesgotáveis vem trazendo um revide do planeta. O autor alerta para o fato de que as classes dirigentes, que ele chama de “elites”, estão cientes disso e se esforçam para escamotear a realidade em benefício próprio. Esse ponto de vista encontra ressonância na obra de Rob Nixon, publicada pela primeira vez em 2011, intitulada *Slow Violence and the Environmentalism of the Poor*. Neste livro, Nixon chama a atenção para a violência (lenta) perpetrada contra países do sul global, que são designados como depósitos do lixo gerado pelo norte global. A violência lenta se dá pelo fato de que as consequências ambientais para os países do sul global não chegam imediatamente, mas a médio e longo prazo, tornando invisíveis as causas de tragédias como as migrações climáticas, as mortes por inundação, entre outras catástrofes ambientais que temos presenciado com alguma frequência na atualidade. Durante a reunião da COP 21<sup>1</sup> em 2015, na cidade de Paris, manifestantes bradavam que a origem da degradação ambiental, do rompimento da barragem da Samarco (que ocorrera poucos dias antes da reunião) e dos então recentes atentados que abalaram Paris em novembro de 2015 era a mesma e estava relacionada com o sistema econômico vigente e o aumento da desigualdade no mundo.

É neste contexto sociopolítico que enfocamos a moda como uma das indústrias mais deletérias ao meio ambiente<sup>2</sup>. Mais especificamente, propomos colocar uma lente de aumento sobre o caso do deserto do Atacama, no Chile, e as cerca de 59 mil toneladas de lixo têxtil ali depositadas. O deserto do Atacama foi apresentado ao mundo pelo cineasta chileno Patricio Guzmán em seu documentário *Nostalgia da Luz* (2010) como o espaço que abrigou um campo de concentração para os que se opunham ao governo ditatorial de Pinochet. O cineasta destaca ações do grupo denominado “Mulheres de Calama”, que busca no deserto os restos mortais de seus entes queridos mortos durante o regime ditatorial. À luz do texto de Latour, dos protestos que ocorreram em Paris durante a COP 21, relacionando os desastres ambientais com o pensamento neoliberal, e do cinema de Guzmán sobre o Atacama, nas situações aqui

---

1 COP (Conference of the Parties) – Reunião das Partes, numa tradução da sigla em inglês. Trata-se de encontro anual com representantes de diversos países com o objetivo de debater questões ambientais.

2 Em pesquisa de *clipping* encontramos dados desencontrados. Relatório publicado em diversos veículos de comunicação em 2022 dão conta de que a indústria da moda é a segunda mais poluidora, perdendo apenas para a indústria do petróleo. Esse dado foi primariamente divulgado pela ONG dinamarquesa Global Fashion Agenda. Já o site Fashion Network (baseado em estudos do grupo londrino The Eco Experts), também em 2022, dá conta de que a moda é a sexta indústria que mais polui o planeta. Não importa a ordem no ranking, a indústria da moda tem sido alvo de análises de cunho crítico acerca de seu potencial poluente. The Eco Experts citam a consultoria McKinsey como fonte para afirmar que a emissão anual de gases de efeito estufa da indústria da moda equivale à mesma emitida por toda a indústria dos três países mais industrializados da EU: Alemanha, França e Reino Unido. Ver: <https://br.fashionnetwork.com/news/Moda-e-a-sexta-industria-mais-poluente-do-mundo,1444037.html> e <https://globalfashionagenda.org/> – acessados pela última vez em 13/06/2024.

relatadas, se revela como um dos cenários que abriga as consequências desse projeto das chamadas classes dirigentes.

Nossa análise se dá a partir de pesquisa de *clippings* – matérias publicadas nos principais veículos de comunicação – sobre o desfile de moda que aconteceu exatamente no lixão do Atacama. O evento, que ocorreu na primeira semana de abril deste ano (2024), foi nomeado jocosamente de *Atacama Fashion Week*. A produção foi feita por uma ONG denominada *Desierto Vestido* em parceria com o *Fashion Revolution* e o *Instituto Febre*, contando com o apoio de uma agência de publicidade brasileira, a Artplan. As peças utilizadas no desfile foram criadas por designers que se propuseram a ressignificar as roupas encontradas no mesmo lixão. O lixão é o resultado do – até pouco tempo silencioso – depósito de roupas que não foram reaproveitadas na indústria chilena a partir do *fast fashion*.

As grandes crises econômicas do século XX produziram respostas para gerar impacto positivo na produção industrial. Durante a “Grande Depressão”, em 1929, surge o conceito de “obsolescência programada” (EWEN, 1988) para fortalecer a indústria em uma de suas maiores crises. A indústria da moda, já em seus primórdios, preconiza a substituição periódica de roupas em períodos cada vez mais curtos (MCCRACKEN, 2003; MUKERJI, 1993). Depois da crise de 1929, os anos 1970 trouxeram a crise do petróleo, o que, como consequência, gerou o modelo *fast fashion* – denominação que o modelo de negócio recebeu somente na década de 1990. A indústria têxtil, com o objetivo de mitigar os efeitos da crise, começou a produzir moda em larga escala<sup>3</sup>. A despeito de todo o debate acerca da crise ambiental, chegamos ao que vem sendo denominado um movimento de *ultra fast-fashion*, ou, praticamente, a produção de uma roupa “descartável”. É o caso, por exemplo de empresas como a Shein, uma marca de moda chinesa que atua no varejo *online* e que ganhou notoriedade, especialmente durante o período da pandemia, quando a prática das compras pela internet se ampliou.

Neste trabalho pretendemos, a partir de uma perspectiva histórica com base nos movimentos da contracultura, analisar o desfile *Atacama Fashion Week*. O enfoque será dado à crítica que esses movimentos – em especial, aqueles desencadeados a partir dos anos 1950 – dispararam sobre a sociedade de consumo e, mais especificamente, a causa ambiental. Nesta reflexão, iremos projetar respostas futuras a eventos de protesto, como o desfile de moda *Atacama Fashion Week*, e questionar a efetividade desses esforços para reverter a situação do meio ambiente na atualidade.

---

<sup>3</sup> Para saber mais sobre a relação do modelo Fast Fashion com a crise do petróleo na década de 1970, ver: Zanfer, Gustavo. O modelo fast fashion de produção do vestuário causa danos ambientais e trabalho escravo. In: Jornal da USP. Universidade de São Paulo, São Paulo; 21/05/2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/o-modelo-fast-fashion-de-producao-de-vestuario-causa-danos-ambientais-e-trabalho-escravo/> (acesso em 06/09/2024).

## 2. Desfiles e O Desfile

Na virada para o século XX, duas formas de divulgação da moda se estabeleceram. Uma delas foi a revista de moda que trazia modelos já apresentados na esfera da alta costura, mas reestruturados para os segmentos médios da população. De outro lado, numa proposta mais exclusiva, eram desenvolvidos os desfiles de moda. Tal prática tem sua origem atribuída ao estilista Charles Frederick Worth em Paris do século XIX. Mais tarde Eleanor Lambert consolidou a prática como performance na Semana de Moda de Nova Iorque<sup>4</sup>.

Silvano (2022) analisa, a partir de seu trabalho etnográfico, os desfiles de moda como tecnologia cultural, conceito que ela toma emprestado de Lofgren (2005). Para a autora, os desfiles de moda se constituem em um mecanismo cultural que materializa a ideia de “novidade” – fundamental para a indústria da moda. A ideia de “novidade”, por sua vez, segue a autora, se tornou um valor simbólico reconhecido, principalmente no que Lipovetsky (1989) chamou de “sociedades quentes” baseando-se no pensamento de Lévi-Strauss. Silvano (2022), mencionando a obra de Duggan (2001) para quem os desfiles de moda guardam aproximação com a arte, sublinha que desfiles de moda, ao fim, se apropriam de elementos como o teatro e os protestos políticos. Essa reflexão ilumina nosso olhar em direção ao desfile *Atacama Fashion Week* e nos inspira ao esforço de antever a efetividade dos objetivos descritos pelos organizadores.

As performances nos desfiles de moda vêm se consolidando como eventos políticos há algum tempo. Podemos elencar alguns deles em que a moda e a política caminharam juntas. No Brasil, a tradição vem dos anos 1970 com a estilista Zuzu Angel, cujo filho, militante político, desapareceu em maio de 1971 sob o regime militar. Disposta a denunciar o ocorrido, a estilista cria o que seria a primeira coleção de protesto contra um regime político. Hoje os “desfiles-denúncia” no Brasil são protagonizados por criadores como Ronaldo Fraga, Isaac Silva, Airon Martin (Misci) entre outros que, em especial, defendem pautas identitárias em suas performances. No cenário europeu, Stella McCartney se afirma como um nome que defende a sustentabilidade e dá visibilidade a causas em defesa de animais e ao uso de materiais chamados “ecossustentáveis”. Assim, estilistas colocam sua criatividade a serviço de mensagens de protesto, e se posicionam politicamente. Por isso, o desfile do Atacama, apesar de surpreendente, não é exatamente uma novidade.

Numa matéria da BBC intitulada “Deserto do Atacama vira ‘cemitério’ de roupas usadas” divulgada na plataforma Youtube em janeiro de 2022, dá conta de que cerca de 60 mil toneladas de roupas usadas são enviadas ao Chile anualmente. Ainda segundo a matéria, mais de metade termina em aterros sanitários, sendo o aterro da cidade de Alto Hospício – região norte do Chile na área do Deserto do Atacama próxima à fronteira com o Peru – um dos que mais recebem essa carga. Este é o aterro que se tornou o cenário para o desfile. O país se converteu no maior importador de roupas

---

<sup>4</sup> Sobre a trajetória dos desfiles ver artigo *Fashion Mix: uma exposição sobre a contribuição dos imigrantes para a moda parisiense* (MEZABARBA, 2016) disponível no site da Revista D'Obras. Sobre desfile e performance, ver o artigo de Filomena Silvano (2022).

usadas da América Latina. Há, no entanto, uma legislação que rege e coíbe a importação de lixo têxtil, mas o Estado não dá conta de fiscalizar e punir o transporte ilegal de roupas para lixões clandestinos. Já a matéria divulgada pela agência espanhola EFE de notícias (2024) informa que, de acordo com dados do Ministério do Meio Ambiente chileno, o país se converteu, nos últimos vinte anos, no maior consumidor de roupas por habitante na América Latina, o que estimula a circulação e o consumo da categoria.

Importante mencionar que o evento ganhou repercussão nos maiores veículos de comunicação do mundo. Entre eles, o portal do britânico The Guardian que, em matéria assinada por Sarah Johnson publicada em maio de 2024, afirma que as marcas mais facilmente encontradas no lixão de Alto Hospício são Zara, H&M, Calvin Klein, Lewi's, Adidas, Wrangler e Nike. Esse dado, por si só, já mereceria um olhar mais detido, do qual não poderemos dar conta no espaço desse artigo.

As imagens produzidas pelo fotógrafo Maurício Nahas foram fortemente divulgadas em nível internacional (ver as Figuras 1, 2 e 3), o que vai ao encontro dos objetivos declarados do desfile. Em muitas das matérias pesquisadas, é possível verificar a fala da representante da ONG *Desierto Vestido*, Angela Astudillo. Ela afirma que era necessário fazer algo grande para chamar a atenção do mundo e, em especial, de atores envolvidos com o tema. Só assim, segue Astudillo, será possível pensar em uma solução. Para ela, a indústria da moda se mantém calada diante desse desastre ambiental. Ela diz “(...) o cemitério de roupas ainda é uma crise silenciosa” (tradução livre das autoras).



**Figuras 1, 2 e 3**  
Modelos desfilam no Atacama Fashion Week sobre o lixão de Alto Hospício. Fotos de Maurício Nahas.

O vídeo produzido pela produtora Sugarcane,<sup>5</sup> mostra os modelos no deserto e na pilha do lixão em tons terrosos. Há uma música incidental e *letterings* trazendo um texto de protesto. Ele diz:

Look at what fashion industry refuses to see. Atacama Fashion Week. 39000 tons of clothing are dumped in the Atacama desert annually. *Since the fashion industry keeps turning its back on the problem, we created an event that couldn't be ignored. Just like New York or Milan, the Atacama now has its own fashion show. But*

<sup>5</sup> Para assistir ao vídeo, acesse: [https://www.youtube.com/watch?v=tj4qBJ\\_vSf0](https://www.youtube.com/watch?v=tj4qBJ_vSf0)

*here, the outfits are made from the waste rejected by Europe and U.S.. Atacama Fashion Week. Destroying the planet must go out of style. Atacamafashionweek.com*<sup>6</sup>.

A mensagem e o nome do evento foram criados em tom irônico, tomando como referências as grandes Semanas de Moda produzidas em cidades como Nova Iorque, Paris e Milão. As roupas trazem significados e leituras que remetem às mudanças climáticas no planeta, bem como à poluição dos mares e das terras. A matéria do *Jornal Metrôpoles*, assinada pela jornalista Ilca Maria Estevão, intitulada “Desfile é realizado em lixão de roupas que pode ser visto do espaço: ONG levou modelos ao Deserto do Atacama, onde pilhas de peças descartadas formam mais de 60 mil toneladas” elenca roupas e significados atribuídos a elas por seus criadores.

(...) a ação apresentou peças com cores terrosas, para representar a poluição do solo; camadas de roupas desconstruídas, em alusão à estratificação da atmosfera; além de representações das geleiras em derretimento, incêndios florestais e a degradação da natureza, entre outras problemáticas. (publicada em 22/05/2024, acessada em 14 de junho de 2024)

A questão que nos move a refletir sobre o evento e seus significados é: partindo do que aprendemos com os movimentos de contracultura, o que podemos esperar da indústria, da sociedade e dos Estados como resposta a uma ação contestatória dessa envergadura? Vamos retomar alguns outros exemplos de ações de protesto em movimentos contraculturais.

### 3. Contracultura: críticas à sociedade de consumo

O termo “contracultura” surgiu pelas mãos de Theodore Roszak em seu livro publicado em 1969 intitulado *The making of a counter culture*. O autor sugere que a disciplina da máquina, a partir da revolução industrial, tenha tomado conta de outras esferas da vida social, tornando a sociedade como um todo alvo de manipulação – o que ele chama de tecnocracia. Esse pensamento ficou fortemente relacionado com os diversos movimentos que ocorreram entre os anos 1950 e 1970. Heath e Potter (2004) avaliam que nesse estado de coisas, preocupações tradicionalmente atribuídas às esquerdas como a pobreza, moradia e acesso à saúde se tornam superficiais, enquanto, dizem os autores, a ideia de contracultura trazida por Roszak opera na liberação psicológica de oprimidos (2004: 31-32). Há, no entanto, autores como Goffman e Joy (2007) que salientam os aspectos genéricos da contracultura e operam com o termo no plural – “contraculturas” – referindo-se a movimentos que ocorrem desde a antiguidade clássica, descritos por eles a partir da figura mítica de Prometeu, e da figura

<sup>6</sup> Em tradução livre das autoras: “Veja o que a indústria da moda se recusa a ver. Semana de Moda do Atacama. 39.000 toneladas de roupas são despejadas anualmente no deserto do Atacama. Como a indústria da moda continua dando as costas ao problema, criamos um evento que não poderia ser ignorado. Assim como Nova York ou Milão, o Atacama agora tem seu próprio desfile. Mas aqui os looks são feitos com resíduos rejeitados pela Europa e pelos EUA. Atacama Fashion Week. Destruir o planeta deve sair de moda”.

bíblica de Abraão. Os autores usam os mitos como sinalizadores de contraculturas e afirmam que veem “as contraculturas como um estímulo ao livre-pensar e ao conhecimento, e como uma estética constante de mudança” (GOFFMAN e JOY, 2007:31).

É nesse sentido que olhamos a ideia de contestação da cultura dominante como chave analítica neste texto ao trazermos os atos e protestos que objetivam, na contemporaneidade, chamar a atenção para as questões ambientais. Nesse sentido, a ideia do desfile *Atacama Fashion Week* sugere um enfrentamento ao pensamento dominante que traz a industrialização numa lógica capitalista como única possibilidade de modelo econômico à despeito dos seus efeitos deletérios. Vamos então observar, numa perspectiva histórica, alguns movimentos de contracultura e as respostas sociais que geraram principalmente no que se refere à moda e à questão ambiental.

### 3.1. Moda e consciência ambiental na contracultura

Um dos movimentos sociais mais marcantes do século XX foi protagonizado por parte da juventude que, segundo denominação da imprensa norte-americana, compôs a chamada contracultura. Esse termo, como vimos, engloba uma série de movimentos que criticavam a sociedade capitalista e tecnocrática, provocando uma revolução comportamental, e, portanto, social e política, em várias partes do mundo. A proposta era romper com as amarras de um comportamento normatizado, fortemente atrelado à sociedade do trabalho e pautado no binômio dinheiro e poder.

Uma das primeiras manifestações contraculturais, o movimento *Provos*, surgiu de forma espontânea em 1964 em Amsterdam, nos Países Baixos, e foi encerrado em 1966 com um evento inusitado: “seu próprio funeral”. Esse ato simbolizava a conscientização do grupo sobre como suas ações começavam a ser absorvidas e mercantilizadas pelo sistema que criticavam. Fundado por Robert Jasper Grootveld, Roel van Duijn e outros jovens ativistas, os *Provos* incentivaram a politização do cotidiano de uma forma distinta da esquerda tradicional e dos *hippies* norte-americanos que os sucederam. Defendendo a ecologia e a liberdade, combatiam a crescente tecnocratização da vida, buscando a humanização não apenas do indivíduo, mas também do espaço urbano. Entre suas propostas destacava-se o “Plano da Bicicleta Branca”, que visava a melhoria da qualidade de vida por meio do uso gratuito de bicicletas distribuídas pela cidade, visando a redução da poluição e do congestionamento urbano. Essas performances, repletas de ironia e humor, tornaram-se notórias por desmascarar a hipocrisia das autoridades e do sistema capitalista.

O legado deste movimento é significativo na cultura e política dos Países Baixos, e suas ações contribuíram para a popularização da bicicleta como meio de transporte sustentável em Amsterdam, uma prática que perdura até hoje.

Nos Estados Unidos, o movimento *hippie*, parte expressiva da contracultura dos anos 1960, destacou-se principalmente pela maneira como os próprios meios de comunicação que eram criticados por esses jovens rebeldes disseminavam sua imagem. Frequentemente, a mídia de massa tentava demonizar o movimento, apesar de,

paradoxalmente, ampliar sua visibilidade e influência. Nesse contexto, manifestações e protestos contra a sociedade capitalista e tecnocrática ganhavam força.

Theodore Roszak (1972), como já mencionado, discute a tecnocracia como uma expressão máxima da integração organizacional de uma sociedade industrializada. Para Roszak, a tecnocracia apresenta-se como um sistema aparentemente neutro e apolítico, seduzindo governos de variadas ideologias com a promessa de eficiência e controle. Contudo, essa neutralidade é ilusória, pois a tecnocracia molda não apenas as habilidades e comportamentos necessários dentro da sociedade, mas também as aspirações e necessidades individuais, transformando-se em uma forma de controle social altamente eficaz.

A revolução que está começando questionará não só a sociedade capitalista como também a sociedade industrial. A sociedade de consumo tem que morrer de morte violenta. A sociedade da alienação tem de desaparecer da história. Estamos inventando um modo novo e original. A imaginação está tomando o poder. (ROSZAK, 1972, p. 32).

Essas ações moldaram significativamente a conversa pública sobre sustentabilidade e meio ambiente, criando uma base conceitual que se estendeu para além de apenas alertar sobre os riscos, mas para imaginar novas possibilidades de convívio mais harmônico e sustentável entre o ser humano e a natureza. A visão de Callenbach (2004), por exemplo, prediz muitas das práticas sustentáveis que só ganhariam ampla aceitação décadas mais tarde, como a ênfase em energias renováveis, reciclagem, agricultura orgânica, e a ideia de uma economia menos focada no consumo desenfreado.

O movimento *punk*, surgido em fins da década de 1970, antagonizando o ideário do movimento *hippie*, também foi uma contracultura efetiva em relação às questões ambientais. Seu próprio lema “Faça você mesmo” sugere a autonomia e responsabilidade mediante a construção de um caminho mais saudável e menos consumista. Se deu em fins dos anos 1970, e no terreno da moda criou sua identidade visual e estilo de vida anticonsumista, muitas vezes caracterizada pelo uso de roupas recicladas e personalizadas. Era uma forma de protesto contra a moda descartável e o *fast fashion*. O uso de materiais reaproveitados e a customização de roupas eram práticas comuns que refletiam uma consciência ecológica e uma resistência ao sistema.

Em face deste cenário de movimentos sociais como o da contracultura, analisamos no mundo da moda, algumas ações na atualidade, que visam o meio ambiente, como é o caso do desfile no deserto do Atacama. A ação tem como nítido objetivo a educação ambiental e a sustentabilidade.

### 3.2. O outro lado da moeda

Para alimentar a nossa reflexão, trouxemos autores que analisam as questões ambientais e os movimentos de contracultura cujos alvos são as chamadas sociedades

industriais e, em especial, a sociedade de consumo, tal como Barbosa (2004) a descreve. Durante a pandemia, Bruno Latour, em março de 2020, escreveu em sua página pessoal um artigo que foi repercutido em diversos veículos de comunicação. Ele dizia que a pandemia havia nos deixado lições, e entre elas, ele destaca:

De fato, ficou provado que é possível, em questão de semanas, suspender, em todo o mundo e ao mesmo tempo, um sistema econômico que até agora nos diziam ser impossível desacelerar ou redirecionar. A todos os argumentos apresentados pelos ecologistas sobre a necessidade de alteração do nosso modo de vida, sempre se opunha o argumento da força irreversível do “trem do progresso”, que nada era capaz de tirar dos trilhos, “em virtude”, dizia-se, “da globalização”. Ora, é justamente seu caráter globalizado que torna tão frágil o famoso desenvolvimento, o qual, ao contrário, pode sim ser desacelerado e finalmente parado. Latour, 2020a) (<https://agenciajovem.org/barrar-o-retorno-ao-mundo-pre-pandemia/> acesso em 14/06/2024)

Podemos dizer que, aos olhos de Latour, a questão que se coloca é: se sabemos o que fazer para “salvamos o planeta”, então, por que não o fazemos? A pandemia, portanto, de modo praticamente compulsório, fez com que “parássemos as máquinas”. O resultado, na ocasião, foi uma melhora significativa nos índices de poluição em diversos cantos do mundo.

Portilho (2005) argumenta que, Estados e capital não entram em rota de colisão. Assim, terminam por deixar nas mãos dos consumidores o papel de *salvadores do meio ambiente*, criando bandeiras como *consumidores verdes*, *consumidores sustentáveis*, *consumidores conscientes*, entre outros. Quando se trata de moda, exercer esse papel não é nada fácil, mesmo para ativistas que empunham a bandeira da sustentabilidade ambiental (MEZABARBA e GOIDANICH, 2013). O que dizer então dos movimentos de contracultura?

Heath e Potter (2004) se mostram céticos em relação à efetividade dos movimentos da contracultura como instrumentos de alerta acerca da sociedade de consumo e da predominância do capital. Para eles o capitalismo é um sistema econômico “à prova” de protestos. Isso ocorre, de acordo com a argumentação desses autores, quando o próprio sistema transforma os elementos de protesto em mercadoria. Eles mencionam, como exemplo, a proposta de vida frugal do movimento *hippie* se transformando em publicidade de produtos como o carro Beatle da Volkswagen. No campo da moda, isso parece bastante claro com estilos que o próprio campo denominou *hippie chic* – aparentemente, uma contradição. Bollon (1993) recorda que o movimento *punk*, ao ser levado para as passarelas pelas mãos da estilista britânica Vivienne Westwood, teve suas reivindicações esvaziadas e sua forma de vestir transformada em mercadoria de moda.

O caso do *Atacama Fashion Week* pode ser o início de uma nova forma de ver o projeto sustentável para o mundo ou mesmo um grito desesperado da população local que resiste à violência lenta (para usar o termo de Nixon) imposta a eles. É importante que façamos uma reflexão acerca de todas as roupas que existem no mundo

hoje e pensar por quanto tempo poderíamos permanecer sem produzir uma única peça sequer.

Essa reflexão nos leva a pensar a moda e seus paradoxos, não na perspectiva de Simmel (2008) de observar que a moda, quando encontra o pico de sua disseminação, deixa de ser moda, mas como um sistema que carrega consigo a lógica da inovação. No ímpeto pela inovação (e exclusividade) é que assistimos em 2018 à incineração de roupas e perfumes da marca Burberry no que foi estimado em R\$ 141 milhões. Inovação essa que vem trazendo da “transgressão” grandes inspirações para as passarelas. Nesse sentido, o de quebrar as expectativas e produzir estranhamento, o *Atacama Fashion Week* está alinhado com os movimentos da contracultura. Por outro lado, ao dar visibilidade ao desfile, uma técnica performática de produzir inovação – como vimos acima com Silvano, 2022 –, a ideia de protesto pode ser obliterada pela lógica do mercado, antes mesmo de produzir o efeito planejado. O fato de haver uma agência de publicidade (um ator de destaque na lógica capitalista) como apoiador do evento pode estar, num primeiro momento, associado a uma estratégia de usar as mesmas ferramentas do capital, só que para produzir indignação. Por outro lado, talvez a ação apenas se torne uma peça de propaganda na lógica de mercado.

#### 4. Considerações finais

Nossa proposta com este texto foi a de provocar a reflexão acerca da efetividade de ações como o *Atacama Fashion Week* enquanto movimento político para chamar a atenção para o lixão de Alto Hospício no Deserto do Atacama, dentro de uma lógica de contracultura. Não pretendíamos apontar respostas, mas colocar questões para que o campo da moda, a partir dessa nova geração, amadureça o debate nos anos vindouros. Se a moda, em sua vertente mais transgressiva, se assemelha à contracultura como espaço de protesto, ao mesmo tempo ela própria é uma ponte para a transformação da contracultura em mercadoria, integrando novamente os elementos da cultura material que caracterizam determinados movimentos, à lógica de consumo – exatamente o alvo de grande parte dos movimentos de contracultura dos séculos XX e XXI. Ou seja, a lógica transgressiva, aparentemente, envolve de significados as roupas que, quando colocadas no âmbito da moda, terminam por esvaziar a força das reivindicações dos movimentos contraculturais.

Nesse sentido, trouxemos uma visão mais ampla da ideia de contracultura, extrapolando o marco temporal trazido e observado por Theodore Rozsak, e enquadrando o conceito numa forma de desafio do que é normativo a partir da perspectiva de Goffman e Joy (2007). Ao mesmo tempo, porém, trouxemos o ponto de vista crítico de autores como Heath e Potter, para quem esse tipo de ação não só desvia a energia e o esforço do tipo de iniciativas que conduzem a melhorias concretas na vida das pessoas, como também encorajam o desprezo total por tais mudanças incrementais. O tempo nos mostrará o destino do lixão de Alto Hospício.

## Referências bibliográficas

- Barbosa, Livia (2004) *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed..
- Bollon, Patrice (1993). *A moral da máscara*. Merveilleux, Zazous, Dândis, Punks, etc. Rio de Janeiro: Rocco.
- Callenbach, Ernest. *Ecotopia*. Banyan Tree Books, 2004.
- Duggan, G. G. (2001). The greatest show on earth: a look at contemporary fashion shows and their relationship to performance art. In.: *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 5: 243-270.
- Ewen, Stuart (1988). *All consumig images*. The politics of style in contemporary culture. New York: Basic Books.
- Goffman, Ken and Joy, Dan (2007). *Contracultura através dos tempos: do mito de Prometeu à cultura digital*. Rio de Janeiro: Ediouro.
- Guarnaccia, Matteo (2001). *Provos: Amsterdam e o nascimento da contracultura*. Tradução de Leila de Souza Mendes. São Paulo: Conrad Editora do Brasil.
- Heath, Joseph and Potter, Andrew (2004). *Nation of rebels*. Why counterculture became consumer culture. New York: Harper Collins Publishers Inc..
- Latour, Bruno (2020). *Onde aterrar? Como se orientar politicamente no Antropoceno*. Rio de Janeiro: Bazar do tempo.
- Latour, Bruno (2020a). Imaginar gestos que barrem o retorno da produção pré-crise. [www.brunolatour.fr](http://www.brunolatour.fr). Março, 2020. Disponível em português em: <https://agenciajovem.org/barrar-o-retorno-ao-mundo-pre-pandemia/> Acessado em: 18/06/2024.
- Lipovetsky, Gilles (1989). *O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- Löfgren, Orvar (2005). Catwalking and coolhunting: the production of newness. In.: Löfgren, O., Willim, R. (editores): *Magic, Culture and The New Economy*. Oxford: Berg. 52-72.
- Mezabarba, Solange R.; GOIDANICH, M. Elisabeth (2013). A roupa verde: discursos e práticas. *XVI Congresso Brasileiro de Sociologia*, Universidade Federal da Bahia. Salvador: 10-13 de setembro, 2013.
- Mezabarba, Solange R.. (2016). Fashion Mix: uma exposição sobre a contribuição dos imigrantes para a moda parisiense. In.: *Revista D'Obras – Associação Brasileira de Pesquisa em Moda*. V. 9; n. 20, Novembro, 2016. 178-192.

Mukerji, Chandra (1983). *From graven images*. Patterns of Materialism. New York: Columbia University Press.

Nixon, Rob (2011). *Slow violence and the environmentalism of the poor*. London / Cambridge: Harvard University Press.

Portilho, Fátima (2005). *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez.

Roszak, Theodore (1972). *A contracultura: reflexões sobre a sociedade tecnocrática e a oposição juvenil*. Petrópolis: Vozes.

Silvano, Filomena (2022). Sobre os desfiles de moda, os sentidos e os valores das roupas: a partir de uma etnografia do fazer no atelier de Felipe Faísca. In.: Fradique, Teresa e Lacerda, Rodrigo (editores). *Modos de fazer, modos de ser*. Lisboa: *Etnográfica Press*. <https://books.openedition.org/etnograficapress/8098>

Simmel, Georg (2008). *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto Graphia.

Clippings:

Moda circular frente a los vertederos de Atacama (2024). Agência EFE (Espanha), 24 de abril de 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sqxTS2-kLNg> (acessado em 18/06/2024).

Estevão, Ilca Maria. Desfile é realizado em lixão de roupas que pode ser visto do espaço (online). Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/desfile-e-realizado-em-lixao-de-roupas-que-pode-ser-visto-do-espaco> (acessado em 18/06/2024).

Hegel, Theresa. Artists take on Fast Fashion in timely exhibit (online). Disponível em: <https://members.asicentral.com/news/strategy/june-2024/artists-take-on-fast-fashion-in-timely-exhibit/> (acessado em 18/06/2024).

Johnson, Sarah; Castoffs to catwalk: fashion show shines light on vast Chile clothes dump visible from space (online). Disponível em: <https://www.theguardian.com/global-development/article/2024/may/08/castoffs-to-catwalk-fashion-show-shines-light-on-vast-chile-clothes-dump-visible-from-space> (acessado em 18/06/2024).

*Nostalgia da Luz* (2011). Dirigido por Patricio Guzman (filme). Santiago: Distribuição BRETZ.