

NOTA DE IMPRENSA

GLOBAL FASHION CONFERENCE, 21 E 22 DE OUTUBRO

A oitava edição da conferência internacional e pluridisciplinar Global Fashion Conference realiza-se ONLINE, a partir da Academia de Belas Artes – Departamento de Design, em Varsóvia nos próximos dias 21 e 22 de Outubro. O tema central desta edição é: DESAFIOS PARA O SECTOR MODA.

O ano de 2021 é um ano de desafios. Ainda sob o efeito da pandemia da COVID19. Com mudanças e tensões políticas em vários continentes sente-se a inquietação e ao mesmo tempo a aspiração pelo respeito dos direitos humanos, em diferentes culturas e modelos de sociedade. O modelo de desenvolvimento sustentável nos seus aspetos fundamentais: social, ambiental e económico afirma-se, se possível, mais premente e necessário.

O encerramento de fronteiras, de espaços públicos, de locais de trabalho levou a uma redefinição do modo de vida. A Moda é uma indústria global, que enfrentava já inúmeros desafios:

- de carácter social, com a deslocalização de produção têxtil e confeção para países menos exigentes em termos de leis laborais;

- desafios de carácter ambiental na produção – com uma percentagem grande de matérias primas não recicladas e não bio-degradáveis - e também na logística e o transporte baseados em combustíveis fósseis a que o aumento de consume online veio ainda dar mais força;

- desafios de carácter económico, com um mundo em duas velocidades, consumidores mais conscientes, menos consumistas, e que exploram novas formas de aquisição e utilização do vestuário e acessórios como a compra em segunda mão, o aluguel, a troca e consumidores àvidos de novidade, com grande acesso à informação, que continuam a basear as suas decisões no impulso, na satisfação pessoal, no desejo de exibição de “status”.

Estes desafios tornam-se ainda mais visíveis na situação política, económica e social que vivemos neste momento.

Neste ano de desafios a Global Fashion Conference, tem como palco A Academia de Belas Artes, em Varsóvia, na Polónia, um dos países, onde a Moda refletiu mudanças políticas, económicas e sociais de modos muito marcantes.

A Polónia é um país, entre o Oriente e o Ocidente, marcado pela especificidade de uma monarquia, em que o seu representante era eleito e que foi durante muitos séculos assolado por conflitos. Em 1795, o território polaco foi dividido entre a Áustria, a Prússia e a Rússia, na mesma

altura em que despontava na Europa o Sistema de Moda, finais do séc. 18 e inícios do séc.19. A cultura de Moda sobreviveu graças uma produção nacional de têxteis e à abundância de artesãos bem treinados e residentes nas maiores cidades polacas.

Quando a Polónia se tornou independente, após a 1ª GG foram criadas as condições para que o sistema de Moda florescesse. Em 1918 as mulheres polacas conquistam o direito de voto. Após a 2ª GG o socialismo, a preferência pela produção e distribuição nacionais e a utopia de pessoas iguais, por que unidas por uniformes não destruiu a Moda. Uma instituição estatal “Moda Polska” foi criada em 1958 com o intuito de desenhar e produzir Moda moderna, atrativa. Nesta empresa estatal Jadwiga Grabowska e Kaya Mirecka-Ploss, duas antigas prisioneiras dos campos de concentração, que tinham estudado anteriormente design de Moda, na Escola de Saint Martin’s College of Art, em Londres, tiveram liberdade para criar a Moda Polaca ¹. O regime pretendia que a Moda Polaca na Europa Oriental se destacasse na sua elegância afirmando-se como uma alternativa à moda ocidental. No entanto, as ligações com a Alta-costura Parisiense existiam. Traduções de publicações francesas e da Alemanha de Leste eram censuradas, mas publicadas, e a criatividade era encarada como um valor positivo a promover. Por isso, é referido pela Autora Anna Pelka², que a Moda Polaca tinha uma grande influência em Berlim Oriental e não só, já que eram promovidos eventos de Moda em capitais de Moda ocidentais e afluíam a Varsóvia muitas mulheres das elites políticas das nações, que formavam a União Soviética para comprar o seu guarda-roupa. É neste contexto que surge também a primeira escola de Moda polaca, com uma forte ligação à Arte.

A marca polaca “Hoffland” poderá ser considerada a primeira marca polaca de “fast fashion” e não conseguia satisfazer toda a procura, o design era moderno, e realizado em têxteis de baixo custo. Foi criada pela jornalista Barbara Hoff, em 1963, tendo desaparecido apenas em 2007. Barbara Hoff escrevia a sua coluna de opinião do jornal *Przekrój*, tendo em conta as clientes de Moda.

Depois de 1989 a Polónia muda e o seu processo de mudança, muda também o mundo. O muro de Berlim cai, a Alemanha unifica-se, a União Soviética divide-se e velhas fronteiras culturais afirmam-se num novo mapa mundial. Os polacos, que desde sempre tinham mostrado uma grande abertura e criatividade viram aparecer no seu país novas marcas, globais. Muitos investidores viram na Polónia o potencial de séculos de uma tradição de têxteis, vestuário e calçado. Com o desenvolvimento da Internet e mais tarde o aparecimento das redes sociais, tudo o que acontecia no mundo, podia e acontecia na Polónia. Esta abertura coincide também com o surgir das preocupações

¹ Chrysalis (2016) edited by Paulina Latham. Polish Cultural Institute in London, Pola Arts Foundation. Artgraf.pl

² Anna Pelka (2014) **Z [politycznym] fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i NRD**, could be translated as **In [political] fashion. Youth trends in Communist Poland and Eastern Germany**

de carácter social e ambiental, que levam ao delinear da Agenda 21 e mais tarde, em 2015, aos objetivos prioritários de desenvolvimento sustentável para 2030.

A Polónia continua a ser um país de grandes dimensões e onde a liberdade e a diversidade na Moda encontram oportunidades.

Neste momento, a Polónia tem já algumas universidades e escolas superiores de Moda, que abrangem áreas do saber, desde a engenharia têxtil, onde têm explorado a criação de novos materiais, à área de marketing e branding. A unidade de Design de Moda da Academia de Belas Artes tem apenas dez anos de existência, mas a Academia existe desde 1812. A equipa internacional que está à frente desta unidade tem vindo a desenvolver um trabalho notável no acolhimento e formação de pequenos grupos de estudantes, onde é dada uma atenção personalizada ao processo individual de aprendizagem e desenvolvimento. Uma parte importante desse trabalho pretende dar a conhecer a história da Moda polaca, a sua ligação à cultura e ao Mercado utilizando o design thinking, a análise crítica e construtiva, que fomente a criatividade necessária à transição para um modelo de Moda sustentável.

O programa, bem como informações sobre Conferencistas está já disponível no site da conferência: www-gfc-conference.eu. Na última página do site, “Press Room” são disponibilizadas imagens e contactos.

Poderá também entrar em contacto com PR da GFC: Olímpia Fernandes: olimpiaf@ffi.pt

Telemóvel: 919 949 243