**A revolução do Novo Luxo! Será?**

Hip Hop, *Streetwear*, Rap. O que significa quando um estilista reconhecido mundialmente faz uso da estética e símbolos próprios de grupos marginalizados e vende para o seu público como luxo?

Foi o que **Demna Gvasalia** fez ao apresentar a Vetements como uma marca criativa e subversiva. Peças largas, barras assimétricas, uniformes e mangas extra longas são características presentes nas coleções da marca. O *street wear* subiu às passarelas e foi apresentado como artigo de luxo para o mesmo público que enxerga beleza na leveza das peças bordadas da Chanel.

Demna abriu um mundo de possibilidades para a alta costura e já é possível ver seus desdobramentos em coleções atuais de inúmeras *maisons*.

Seria uma revolução do luxo? Seria uma tentativa de englobar minorias antes invisíveis para o mundo da moda? Acredito que é sempre positivo quando há mudanças de foco para grupos desfavorecidos. Algo nos sacode para enxergar o outro. Porém, que inclusão é esta que peças trazidas das ruas para os holofotes são vendidas a preços tão exorbitantes quanto um item da Dolce & Gabbana? As pessoas que consomem essa nova tendência fazem parte do mesmo grupo favorecido que sempre ocupou as primeiras fileiras dos desfiles das Semanas de Moda.

Que revolução é essa que características estéticas de um movimento legítimo são tomadas para serem vendidas como tendência? Quando algo é consumido de forma leviana, não importa as lutas sociais que aquela peça levanta a bandeira. A peça simplesmente é consumida e essa revolução acaba caindo por terra ao oferecer apenas uma nova opção estética para o seu público.

As críticas sociais presentes no nascimento da Vetements foram solapadas e as modelagens largas, assimétricas e críticas passaram a ser bem vistas, mas apenas com a presença triunfante da logo Supreme, Gucci, Prada etc.

Em meio à ostentação, valores defendidos pela marca vão sendo esquecidos. A Vetements fez muito mais do que modificar modelagens; ela vestiu a camisa das críticas à moda de luxo tradicional e mostrou seus desperdícios, suas explorações e seus preconceitos.

Essa revolução da moda é necessária, porém é preciso manter aceso o fogo da criticidade para que a chama iniciada não vire apenas uma tendência estética.

A moda clama por uma revolução em todos os seus segmentos. A segunda maior indústria do mundo é responsável por cada comportamento que incentiva e por cada informação que negligencia. Esse dever social deveria estar presente em cada coleção criada. Felizmente, percebemos que essa conscientização está aos poucos tomando corpo. Um comportamento maçante de consumo instalado há décadas vem sendo questionado e, pela primeira vez, bandeiras estão sendo levantadas alto o suficiente para serem vistas por produtores, indústrias e consumidores.