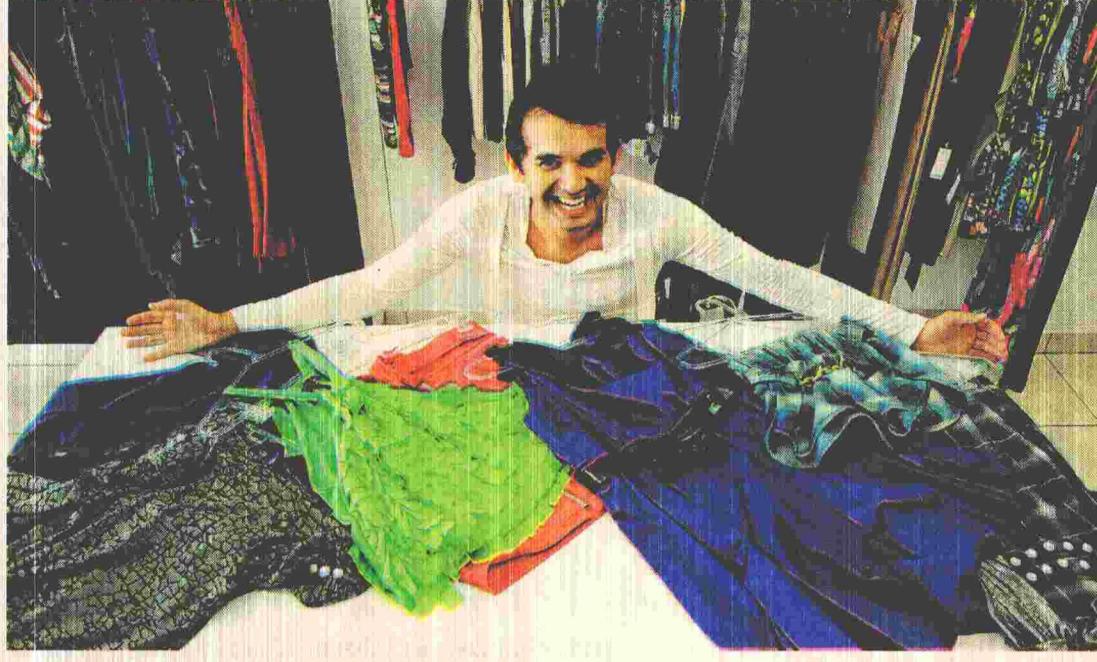


Fotos: Cadu Gomes/CB/D.A Press



Romildo Nascimento trocou o balcão de uma farmácia por linhas e tecidos:
"Cada vez que uma pessoa compra uma roupa minha é uma conquista"



Anna Paula Osório teve até música composta pela banda Raimundos para um desfile seu:
"Esse é o futuro, a cidade já apostou na moda local"

CAROLINA SAMORANO
ESPECIAL PARA O CORREIO

Quando Oscar Niemeyer projetou a Catedral, deve ter pensado nos olhos vidrados dos visitantes ao observar cada detalhe de seus vitrais, mas provavelmente não imaginou que quase cinco décadas depois eles seriam retratados em uma coleção de moda, com suas cores e formas expostas em uma passarela. Ano após ano, a moda da capital se mostra mais forte, apresenta novos talentos e abocanha uma parcela maior do mercado nacional, provando que nem só de cartão-postal é feita a capital.

De 2005 para cá, a cidade já contabiliza três semanas de moda — uma delas, a Capital Fashion Week (CFW), conquistou o status de terceira maior do país, atrás apenas da São Paulo Fashion Week e da Fashion Rio. Além disso, o Shopping Iguatemi acaba de abrir as portas com alguns méritos que prometem mexer com os cartões de crédito dos bem-nascidos da capital.

A marca italiana Missoni, por exemplo, inaugura na cidade a sua segunda loja no Brasil. A inglesa Burberry deixou para lá paulistas e cariocas para abrir sua única loja no país por aqui. Louis Vuitton, Ermenegildo Zegna e outras grifes que já caíram no gosto dos endinheirados apaixonados por moda também decidiram apostar em Brasília. Antes disso, o ParkShopping trouxe lojas inéditas à cidade em sua expansão, inaugurada no ano passado. Viu como a capital também respira moda? Aliás, não só respira, como faz.

Entre os veteranos desse mercado em expansão, está o estilista Romildo Nascimento, 30 anos. Quem o vê tão à vontade em meio a croquis, linhas e agulhas nem imagina que há apenas três anos suas ferramentas de trabalho eram bem diferentes. Ele trabalhava atrás de um balcão, na Rua das Farmácias, vestido com jaleco branco. Nem de longe imaginava um dia sair aplaudido de uma passarela de moda. Quando era funcionário da drogaria, fez um curso de teatro. Por trás das cortinas, começou a elaborar os figurinos das peças. Nascia um estilista.

Só que ele precisou de um toque amigo para perceber que o seu talento tinha potencial para ganhar as passarelas. "Um professor do curso disse que meus figurinos tinham muita informação de moda e me aconselhou a pensar nisso como carreira", conta Romildo, que é pernambucano, mas há 16 anos veio com os irmãos "meio retirante para vencer na capital" — como brinca — e adotou Ceilândia como cidade. A dica do mestre fez efeito. Em 2005, deu um susto nos colegas de trabalho. Na farmácia, ninguém desconfiava que a verdadeira vocação de Romildo eram as passarelas. Ainda bem que o susto logo passou e deu lugar ao apoio que ele ainda hoje lembra com carinho. Ganhou férias antecipadas para se dedicar aos croquis e, graças a alguns contatos do patrão, faturou o primeiro patrocínio.

Não foi selecionado no primeiro concurso de novos talentos da CFW, mas no ano seguinte, sob orientação do renomado especialista em moda Jum Nakao, emplacou uma coleção inspirada nos monumentos de Niemeyer. Ali, Romildo, o balconista, dava espaço a Romildo Nascimento, o estilista da semana de moda, "aquele que saiu no jornal". De lá para cá, as coisas aconteceram rápido. Já são sete coleções e uma quantidade de peças que não cabem mais nos seus cálculos. Há um ano, duas lojas comercializam suas criações. São cerca de 40 peças vendidas por mês. "Acho que nesse mundo são três etapas difíceis a serem conquistadas. A primeira é entrar; depois, ficar; e, finalmente, vender. Cada vez que uma pessoa compra uma roupa minha é uma conquista. Se for para fazer e não vender, é só colocar numa galeria de arte."

JOVEM VETERANA

Quem conhece e admira a moda da capital já deve pelo menos ter ouvido falar na brasiliense de 33 anos com cara de pimentinha que faz arte em forma de roupa — ou seria roupa em forma de arte? O talento de Fernanda Ferrugem vem de berço. Aprendeu com a mãe, modista, a desenhar as roupas das bonecas. Hoje, elas trabalham juntas no ateliê da marca, que leva o nome de Fernanda. Quando começou, vendia algumas poucas peças para as amigas, em uma mala. Depois, resolveu expor tudo no salão da irmã cabeleireira, Isabella. "Fazia para mim, afim dia pensei: 'vou colocar ali só para ver no que dá'." Como as vendas começaram a dar certo, a empolgação ajudou a impulsionar a vocação. O primeiro desfile foi há oito anos, no chão de bebê de uma amiga.

Hoje, além da mãe, duas costureiras, uma estagiária e um auxiliar trabalham no ateliê. Da equipe, ela cuida com carinho. "Um dos grandes problemas do mercado em Brasília é que falta mão de obra boa para cortar, costurar coisas mais diferentes, pensar. Por isso, aqui é como se todo mundo fosse família." Recentemente, a estilista, que é da primeira leva de talentos da CFW, começou a investir no mercado de vestidos de noiva. Mas os percalços, lógico, existiram. "No começo, as pessoas olhavam meio torto quando eu dizia que era estilista porque aqui ainda não existia uma

cultura de moda. Hoje, mudou. Mas sempre apostei na cidade porque aqui é um lugar onde as pessoas consomem", resume Fernanda.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), a moda gera 2.310 empregos diretos na capital e cerca de 8 mil indiretos em 42 empresas sediadas aqui. A capital ainda ocupa uma posição tímida no ranking do setor: ficou na 21ª posição no PIB Têxtil de 2009. Mas, para o diretor superintendente da Abit, Fernando Pimentel, isso não significa algo ruim. Pelo contrário, ele vê um futuro próspero para a moda da capital. "Brasília é ainda uma cidade muito jovem. Agora é que existe de fato uma identidade brasiliense e eu acredito que a preocupação com a sustentabilidade e o socialmente correto é um caminho promissor para a capital nessa área."

Além disso, o potencial consumidor da cidade — que ostenta a posição de uma das maiores rendas per capita do Brasil — pode avançar daqui para a frente o mercado de moda brasiliense, acredita Pimentel. "Brasília tem um potencial enorme de consumo, e onde há consumo há o interesse de atender a esse mercado consumidor. É natural que grandes talentos se desenvolvam e novos nomes apareçam", apostila.

MERCADO PROMISSOR

De olho nesse potencial foi que a empresária Márcia Lima resolveu investir numa semana de moda para a cidade nos moldes da paulistana e da carioca, a Capital Fashion Week. "Até a década passada, a classe A de Brasília consumia moda em São Paulo ou em grandes centros internacionais. Quando comecei a perceber que algumas poucas lojas locais eram bem aceitas pela clientela mais exigente, vi que a cidade evoluía e já comportava uma semana de moda." Cinco anos depois, Márcia já pôde observar evoluções e mudanças no mundo fashion brasiliense. A principal: "A população de Brasília consome hoje moda local. Todos os anos, os estoques das lojas que desfilam na semana de moda se esgotam", comemora. Ela garante que aquele "olhar estranho" que Fernanda Ferrugem, por exemplo, recebia no início da estrada, ficou para trás.

Se a evolução do mercado tem surpreendido consumidores de um lado, do outro quem entende do assunto também não tem se decepcionado. Na avaliação do consultor e coordenador do curso de design de moda do Iesb, Marco Antônio Vieira, o nascimento dos cursos de graduação na cidade — já são três —, ajudou a desempenhar um papel importante na qualidade dos trabalhos apresentados nas passarelas. "Se antes o que se via eram coleções mambembes, sem unidade e mal-acabadas, hoje os estilistas têm trabalhos consistentes. Falta muito pouco para o Brasil reconhecer a moda de Brasília."

Há três anos, Anna Paula Osório, 38 anos, deixou a carreira em informática, em Belo Horizonte, para apostar na vocação de estilista na capital. Está certo que a intimidade com os tecidos já acompanhava desde os tempos de menina, observando a avó, que era modista. A vontade de desenhar roupas ficou guardada no coração. "Pedi um apoio para o meu pai, disse que ia fazer o que realmente gostava e vim", resume.

Ana Paula se formou no ano passado e, pouco antes de colocar na passarela sua primeira coleção, ainda estudante, recebeu um convite para vender suas peças numa famosa loja multimarcas da cidade. Feito e tanto para uma estreante. Depois, veio a coleção inspirada no Batalhão de Operações Especiais (Bope), que ganhou trilha sonora exclusiva feita pela banda brasiliense Raimundos. O trabalho dessa promessa já concretizada consiste basicamente em reinventar a alfaiataria masculina a partir de outras tecnologias, como as usadas em roupas esportivas. "Já colhi meus frutos. Esse é o futuro, a cidade já apostou na moda local."

Como Anna Paula, outros talentos começam a desfilar na capital. Mal colheu os resultados da carreira que acaba de começar, o estilista Sann Marcuccy, 27 anos, seis de carreira, já é considerado um dos nomes promissores da moda brasiliense — e nacional. Desde que apresentou sua coleção na CFW, o nome dele não sai da boca de críticos, jornalistas e profissionais da moda nacional. "No dia do desfile, estava tão eufórico que beijei a passarela como que para selar o meu pacto com a moda por toda a vida", emociona-se. No mês passado, apresentou a maior coleção já desfilada numa passarela do evento, com 40 combinações.

Marcuccy aposta em algo que por alguns é considerado o diferencial da moda brasiliense: sustentabilidade. De refugo de tecido, faz roupas que poderiam facilmente se entender como as peças mais caras do armário dos mais criteriosos consumidores. Reaproveitar, na visão do estilista, é a nova tecnologia em que vale a pena apostar. "Acho muito bonito pegar algo que iria para o lixo e transformar em uma coisa nova, bonita e interessante." O maior reconhecimento veio no ano passado, quando Jum Nakao indicou o trabalho de Sann Marcuccy à estilista Fernanda Yamamoto, dona da loja conceito Yamamoto Convida, em São Paulo. Por mês, ele envia cerca de 80 peças para a loja paulista. Nunca recebeu uma sequer de volta. "Não tenho do que reclamar", vibra.

A PASSARELA DO CERRADO

A MODA

COM O TALENTO DE JOVENS ESTILISTAS, A CIDADE, AOS POUCOS, CONSTRÓI SUA PRÓPRIA IDENTIDADE FASHION. PARA MUITOS, A CAPITAL É SINÔNIMO DE INSPIRAÇÃO



Com apenas 33 anos, Fernanda Ferrugem é uma das pioneiras na moda candanga: "No começo, as pessoas olhavam meio torto"

Para mostrar

Todos os anos, três semanas de moda agitam modelos, agências, empresas, jornalistas, estilistas e apaixonados por passarelas em Brasília. Capital Fashion Week e Claro ParkFashion nasceram em 2005. A primeira, com duas edições anuais desde 2008, teve no mês passado sua oitava apresentação. A segunda, uma vez por ano, fez também em março sua sexta edição. O Brasília Fashion Festival existe desde 2006 e já teve seis edições.

DA PRÓXIMA VEZ QUE EU FOR A BRASÍLIA, EU TRAGO UMA FLOR DO CERRADO PRA VOCÊ"

CAETANO VELOSO