

Minas e a moda: Um novo mercado de oportunidades

Camila Interlandi,
Eliana Xavier,
Guilherme Legnani,
Iara Silva,
Lucas Riegert¹

A capital mineira mostra que a tendência é oferecer cada vez mais profissionais qualificados e com alto padrão de competitividade

O mercado de moda no país entrou em expansão nos últimos anos. O índice de exportação do setor têxtil e de confecção teve um aumento de 8,45% entre 2009 e 2013, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil. Esse fato reflete no número de postos de trabalho, que em apenas um ano (entre 2012 e 2013) teve uma alta de 142%. Isso mostra a crescente projeção do mercado brasileiro no mundo.

Para buscar destaque em uma gama tão grande de profissionais, uma das saídas é a participação nos concursos de moda. Foi o que a estilista Camila Sudano fez, ao participar do *Boulevard Fashion Design*. “Por mais que você não ganhe, vale a pena pela visibilidade que você recebe, além dos possíveis contatos”, conta.

Camila é formada pela Universidade FUMEC e participou do concurso que teve sua primeira edição em 2013. Organizado pelo *Boulevard Shopping*, o evento foi feito especialmente para jovens que acabam de chegar ao mercado de trabalho. Como pretende trabalhar sua própria marca, a estilista explica que o concurso ajuda no começo da carreira: “depois de formar e ganhar um concurso, nosso trabalho começa a entrar em evidência”, explica.

O mesmo aconteceu com Thiago Bernardo, que participou do concurso da Casa dos Criadores pelo projeto *BtoBe (Brazilians to Be)*. Thiago entrou para a lista dos seis finalistas na categoria Estudantes de Moda e realizou um desfile em São Paulo para o júri da 34ª Casa dos Criadores. “O concurso serviu para ter uma visão sobre o nível de outros participantes. Para quem vem de Minas, a experiência pode ser menor, mas isso não nos faz incapazes de competir com outras regiões”, conta.

O projeto *BtoBe* é voltado para a capacitação e promoção internacional de novas marcas – por isso os ganhadores têm a chance de participar de um evento internacional, definido pela

¹ Alunos do curso de Graduação em Design de Moda da Universidade FUMEC.

organização da Casa. Thiago explica que participar do projeto trouxe uma oportunidade de divulgação da marca que ele pretende lançar em 2014. “É uma vantagem para mim, por causa dos contatos e do mercado mineiro, ter conseguido visibilidade para poder trabalhar aqui e não precisar mudar de cidade”, conta.

O próximo passo para o estilista é ganhar projeção para sua marca no próximo ano. “Estou focado agora em minha nova marca, que será sob medida, mas usando e-commerce. Será *prêt-à-porter* com formas mais simples, mas vou apostar na modelagem, materiais e cores diferenciados”, explica. A nova marca pretende atingir o público a partir de 25 até 50 anos de idade.

Além do projeto *BtoBe*, Thiago também já participou do concurso “*Drapping*, uma expressão criativa”, na 9ª edição do Minas Trend Preview. “Durante três dias, foi necessário criar três *moulages* diferentes com temas sorteados e em diferentes seguimentos”, conta. O estilista conseguiu o segundo lugar no concurso, que aconteceu em 2011. No futuro, Thiago ainda pretende lançar suas coleções em outros concursos, como o *Moda Hype*.

A *week* mineira

O Minas Trend Preview faz parte do Minas Trend, semana de moda que incentiva a produção de moda no Brasil. O evento acontece desde 2007 duas vezes por ano e apresenta grande diversidade de novas marcas em Belo Horizonte. Para Tereza Borges Vasconcelos, estilista da Cila desde 2006, o Minas Trend tem um papel importante no cenário da moda. “Os desfiles são interessantes e movimentam a cena, mas é importante que eles não percam o foco de ser algo menor, mas com muito profissionalismo”, diz.

A última edição do evento aconteceu em outubro desse ano e expôs as tendências para o inverno 2014. Participaram cerca de 200 expositores e o Minas Trend cresceu 15% em relação à edição de abril, que foi a 12ª. Durante as exposições, além de mostrar os novos rumos da moda no estado, o evento tem o objetivo de incentivar as relações de negócio entre lojistas e atuantes na área.

“O Minas Trend é de excelente nível e ocupa espaço na mídia e em editais de revista como grande lançador de tendências, além de demonstrar grande profissionalismo nos desfiles”, conta Cláudia Lamassa, que trabalha com moda desde 1988. Eventos como esse, já respeitados no mercado, proporcionam a chance de muitos profissionais recém-saídos da universidade apresentarem suas marcas.

Investimento

Mesmo que seja um meio de começar a carreira, os concursos exigem um investimento às vezes pesado. Camila Sudano conta que utilizou seu trabalho já produzido no trabalho de conclusão do curso de Moda da Universidade FUMEC para o *Boulevard Fashion Design*. “Aproveitei o investimento já feito no TCC e o editorial e vídeo consegui de graça; já o *casting* era do concurso”, conta.

Uma das saídas para diminuir o investimento necessário é encontrar patrocinadores. Quando participou do projeto *BtoBe*, Thiago Bernardo teve ajuda externa com os acessórios: “Eu acredito sempre que qualquer ajuda é bem-vinda; tive patrocínio de acessórios da Aramez, que me emprestou e me deu algumas peças para compor meus looks no desfile”, diz o estilista.

Mesmo assim, o investimento que Thiago levantou chegou a 12 mil reais. Ele também utilizou algumas peças do TCC, mas ainda teve que completar alguns looks. “Aproveitei somente quatro peças do trabalho de conclusão e completei com mais seis para o concurso”, conta. “O investimento acabou sendo alto porque mandei também fazer os calçados e utilizei materiais nobres, como o couro”, completa.

Trabalhar com o couro é uma das características que marcam a linha de criação de Thiago, por isso não poderia ficar de lado no projeto. “Comecei seguindo a minha linha, que é trabalhar com couro e linhas mais retas, além de usar o minimalismo de maneira diferente”, explica. O trabalho do estilista se concentra no uso de linhas e recortes, sem deixar a feminilidade de lado.

Já Camila Sudano realiza um trabalho com as raízes na Tropicália. Para o *Boulevard Fashion Design*, ela utilizou essa influência mesclada ao tema do concurso, que era Primavera. “Escutei Caetano Veloso e cheguei ao Tropicalismo, cultura e música; a partir daí comecei a estudar e as coisas foram fluindo”, conta ela.

Camila ainda está amadurecendo a ideia da criação de sua marca. “Eu devo entrar primeiro com a coleção do TCC”, conta. “Cheguei a ter influências do artesanato da região, que é forte e acho que você ter uma peça com algum elemento regional para agradar é muito bom e ajuda a ter um DNA próprio”, completa.

Sobre as perspectivas do mercado atual, Camila acredita que quem quer, consegue. “Eu acho que a única coisa que a gente tem que saber é como entrar e trabalhar. Tem que descobrir como se consolidar no mercado”, diz. Para Tereza Borges, veterana no cenário, o mercado

mineiro de moda tem “suas marcas com valor reconhecido, o que traz credibilidade para quem está começando agora”, conta a estilista.

Para quem tem disposição e gosto pela área, não vai faltar espaço. Basta escolher uma linha e buscar maneiras de se tornar visível em um mercado crescente. As oportunidades começam a aparecer de todos os lados e profissionais competentes sempre podem ter a sua chance.