

# Amir Slama troca biquínis por peças sob medida

Após a venda da Rosa Chá, empresário abrirá loja em São Paulo para todos os estilos

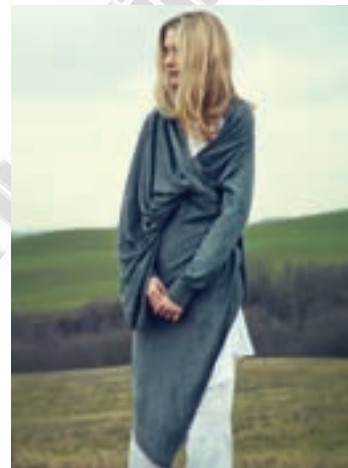
Amir Slama, o professor de história que fundou e fez prosperar uma das mais importantes marcas de moda praia do Brasil, a Rosa Chá, há dois anos vendeu a empresa para a Marisol na esperança de ficar apenas na direção de estilo e comunicação. Os planos não deram certo. Slama se desligou do grupo em maio de 2009 e, em outubro, vendeu os 25% que mantinha na empresa. Mas não conseguiu ficar longe das pranchetas e das agulhas.

Em junho, Slama abre na Rua Oscar Freire, em São Paulo, um misto de loja e ateliê que leva seu nome. A ideia é fazer todo o tipo de roupa e até biquínis sob medida. E não para por aí. Slama ainda desenvolve parte da coleção de enxovais da Trousseau, assina uma linha de objetos para piscina e jardim para a Tok&Stok, faz coleções para a C&A, é sócio do showroom Casa Moda, do restaurante 3p4, da boate Mokai, do Clube A, todos em São Paulo, entre outros. E ainda encontra tempo para presidir a Associação Brasileira de Estilistas (Abest).

**Historicamente, qual a sua maior contribuição para moda?**  
O que vou fazer no futuro. Brincadeira. Antes da Rosa Chá



Camiseta da coleção Copa da C&A



Peça produzida para a Trousseau

não existia moda praia. Existiam biquínis e maiôs. Eu levei a moda à praia.

**Como vai ser o Espaço Amir Slama?**

Vai ser um trabalho exclusivo. O exercício de passarela afasta o estilista do consumidor. Estou revendo as peças por todos os ângulos. Elas serão funcionais. O sutiã vai estruturar mais os seios, a calcinha vai levantar o bumbum. Como a produção vai ser pequena, terei um requinte na costura nunca atingido.

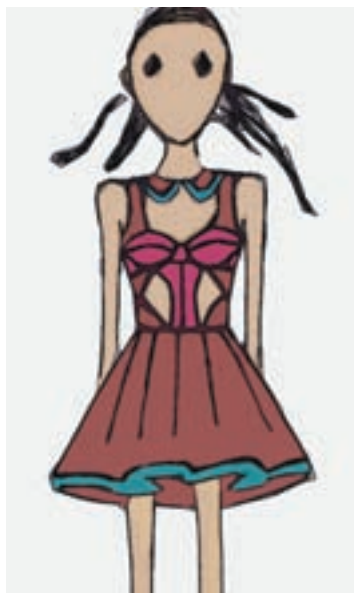
Ao lado da coleção regular, de homens e mulheres, vou ter roupas sob medida. Este trabalho complementa a minha atuação no fast fashion, que é em grande escala. A primeira coleção da C&A entrou na loja em dezembro e vendeu 70 mil peças em quinze dias. Na próxima semana entra a coleção com roupas para a Copa, em 80 lojas da C&A. Em seguida, a ideia é apresentar uma nova coleção de praia.

**Por que a sua associação com a Marisol não deu certo?**

Vender moda não é igual a vender camiseta. Tem que ter um expertise, uma habilidade. Estávamos em lados opostos. A Rosa Chá teve 80 pontos de vendas, 220 funcionários e quase 20 mil peças por mês. Depois da venda, a produção desandou e fomos para 8 mil peças. ■ A.F.



Fotos: divulgação



Vestido inspirado em maiô de Giulia Borges



Biquíni da coleção da Salinas



Perspectiva da nova loja e ateliê de Amir Slama, nos Jardins, bairro nobre de São Paulo