

Moda praia rende negócios a passarelas e estilistas

Ideia é aproveitar o verão para combinar maiôs com calças e bermudas que vão a festas

Alexandra Farah

afarah@brasileconomico.com.br

Os desfiles do verão 2011, que começam oficialmente com o Fashion Rio amanhã nos armazéns do Cais do Porto, no Rio de Janeiro, apresentam uma tendência antes mesmo do pontapé inicial: a moda praia. A abertura do Fashion Rio será do estilista Walter Rodrigues, na quinta-feira, às 16h, e, como ele, quase todas as 35 marcas vão apresentar biquínis e maiôs. Mesmo quem não é focado no segmento, caso de Isabela Capeto, estilista carioca que volta a se apresentar na sua cidade natal, após ausência de vários anos, terá pelo menos um biquíni e um maiô na passarela. Sua coleção está inspirada no “azul do mar, do calor, do céu do Rio de Janeiro”, daí a presença obrigatória dos dois modelos.

Carlos Tufvesson, estilista famoso pelos vestidos vaporosos para a noite, também vai colocar na passarela quatro tipos de maiôs. “Estou propondo usá-los como roupa mesmo, com calça jeans e com bermuda para sair à noite e festejar”, diz Tufvesson.

Nas últimas duas décadas, a produção de biquínis e maiôs quase dobrou no país. Ela passou de 147,5 milhões em 1990, para 273,5 milhões no ano passado

Com mais de oito mil quilômetros de praias, o litoral brasileiro deve ser uma constante referência para os estilistas, o que explica também o azul como uma das cores mais presentes na próxima estação. A sensualidade da brasileira também serve como fonte de inspiração e, por isso, até mesmo quem não tem tanta intimidade com a lycra decidiu investir no tecido e, com ele, valorizar as formas femininas. É o caso de Giulia Borges, que desfila no próximo dia 31, no Fashion Rio. Sua coleção de roupas parte da modelagem dos maiôs e biquínis (veja croquis abaixo).

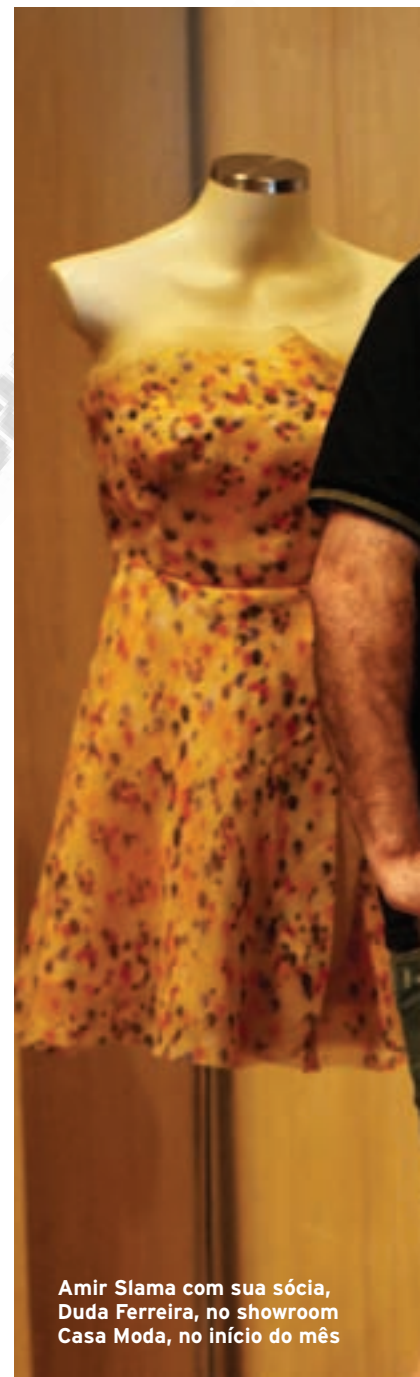
O caminho inverso

A Tryia, marca de biquínis apreciada pelas paulistanas jovens e elegantes, vai desfilhar no Rio de Janeiro pela segunda vez. A primeira foi no Rio Summer, evento especializado no segmento e organizado por Nizan Guanaes em 2008. Criada em 2005, a grife fechou parceria com uma marca de grande distribuição e passou de uma produção de 5 mil peças por estação para 25 mil peças. A empresa agora quer encantar também as cariocas, expandindo assim seu mercado.

Incentivos

Que a música *Garota de Ipanema* e as atrizes Leila Diniz e Brigitte Bardot fizeram muito pela moda de biquínis brasileiros ninguém duvida. Mas foi o esforço e a organização das marcas que estão surtindo efeitos comerciais importantes para a moda praia nacional. Nas últimas duas décadas, a produção de biquínis e maiôs no Brasil quase dobrou. Em 1990, o volume era de 147,5 milhões de peças produzidas. Em 2009, foram 273,5 milhões.

Pelos números de 2008, o setor movimentou cerca de US\$ 12 bilhões por ano, segundo o estudo *Global Market Review of Swimwear and Beachwear*. O mercado interno é o primeiro em consumo no mundo, com movimento de R\$ 2,5 bilhões, o que representa cerca de 15% da indústria têxtil nacional, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT). Ao todo, 2,3 mil empresas são voltadas ao segmento no país. Apesar do volume de produção, as exportações ainda são muito tímidas. Apenas 1,1% do total produzido de moda praia é enviado a outros países. A meta das empresas é aumentar esse índice. ■

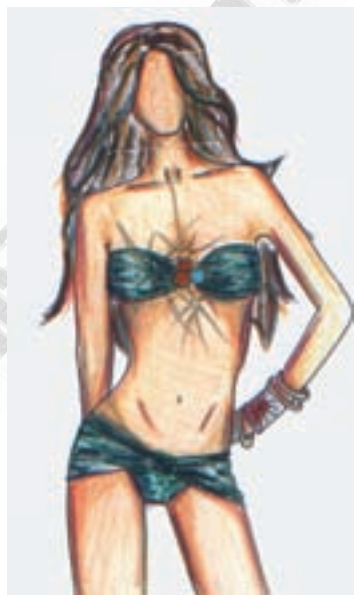


Amir Slama com sua sócia, Duda Ferreira, no showroom Casa Moda, no início do mês

CONFIRA AS TENDÊNCIAS DA MODA PRAIA PARA O PRÓXIMO VERÃO



Maiô-colant de Carlos Tufvesson



Biquíni da Cia. Marítima



Maiô-top de Lenny Niemeyer



Maiô engana-mamãe da Blue Man



Maiô com estampa tie-dye da Tryia