

mis
ci



VOLUME 0

EVA 2023

EVA

MODA, CIDADE E CULTURA

PRÓXIMA CHAMADA: SÃO PAULO





FOTO: PEDRO LOPES

A smartphone is the central focus, displaying a music player interface. The screen shows a playlist titled "EVA" with a duration of 48:00. Below the player are two text message notifications: one from "Mensagem" saying "Cada matéria da revista tem uma música :)" and another from "Mensagem" saying "Ache o QR Code em cada página e se imersa". The phone is connected to white earphones. The background is a blurred image of a city street with a blue sky.

OUÇA A PLAYLIST COMPLETA

EVA



FOTO: MAYARA PRADO

IMAGEM DE FONDO: CANVA

EDIÇÃO Nº 0

EDITORIA CHEFE
Mayara Prado

ORIENTADOR
Luciano Guimarães

REPÓRTER
Mayara Prado

REPÓRTER CONVIDADO
Letícia Pires

COLUMNISTA
Pedro Lobo

DIREÇÃO DE ARTE
Mayara Prado

FOTOGRAFIA
Pedro Lopes
Mayara Prado
Reprodução/Internet

DIAGRAMAÇÃO
Mayara Prado

MODELOS
Iraci Estrela
João Mello
Victor Firmino

EMAIL PARA CONTATO
mayaraprado@usp.br

IMPRESSO NA GRÁFICA



FELIPE RAU/ESTADÃO

7 CARTA DA EDITORA

SÃO PAULO VISTA DE FORA

8 VAI E VEM DO TIETÊ

14 A CHEGADA

22 MARCA CARIOLA PROMETE CONQUISTAR SÃO PAULO

24 A PERMANÊNCIA

30 MANTO EM MOVIMENTO E A MEMÓRIA QUE NÃO QUEIMA

VOZES DA PERIFERIA

32 TRICÔ NASCIDO NO CÁRCERE BUSCA QUEBRAR A MODA

36 A ASCENSÃO DA CAMISA DE TIME ENTRE A COMUNIDADE LGBT+

40 DA SILVA, A MARCA DA PERIFERIA PARA A PERIFERIA

42 O QUE ALIMENTA SÃO PAULO

BASTIDORES DA MODA

50 TIA EVA, BORDEI PELA PRIMEIRA VEZ

54 DESAFIOS DE COMUNICAR MODA

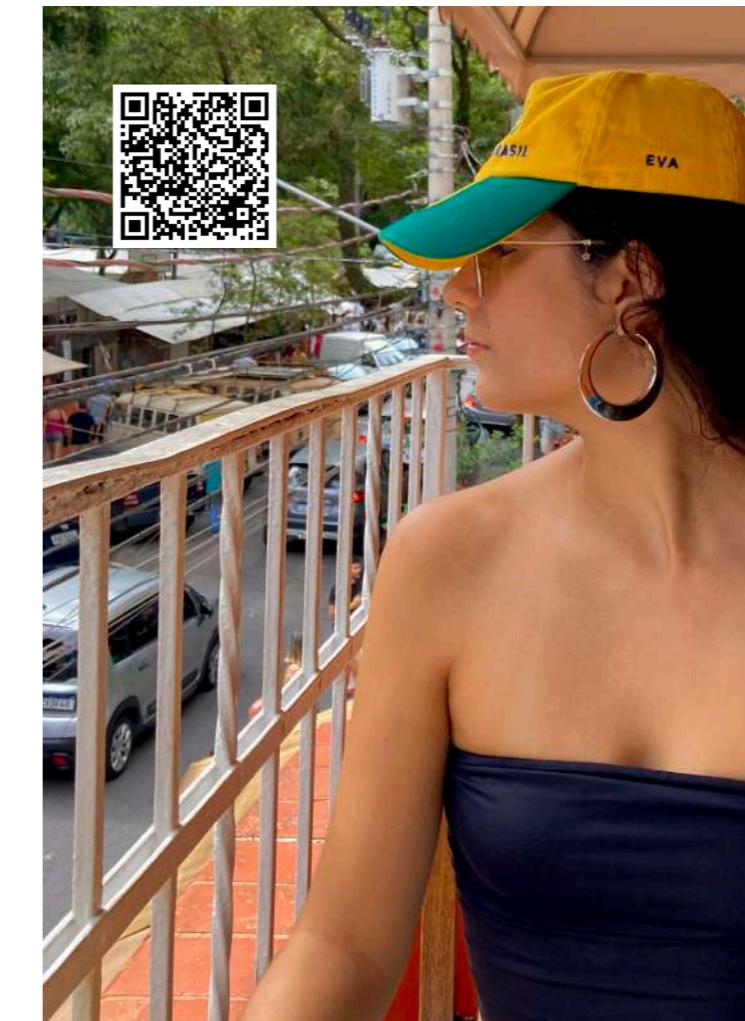
46 SER MODELO SEM FILTROS

RECOMENDAÇÕES

58 MARCAS DE SÃO PAULO PARA FICAR DE OLHO

60 PLAYLIST EVA

O LUGAR ONDE NOS CONSTITUÍMOS



POR: MAYARA PRADO

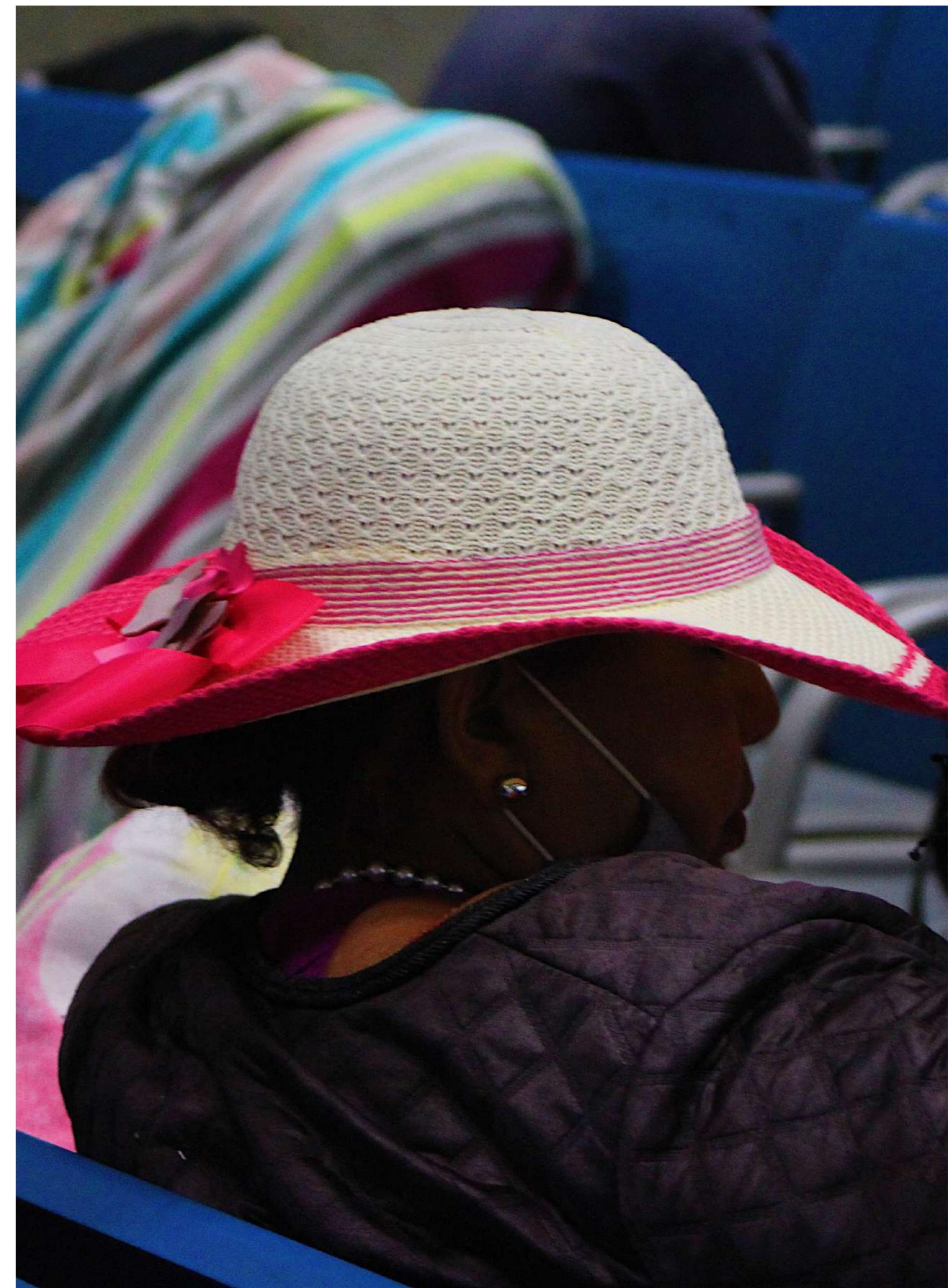
Mudar de Belo Horizonte para São Paulo me transformou drasticamente. Na manhã em que embarquei no Tietê não tinha ideia do que me esperava. Todas as oportunidades, conexões, alegrias e todos os sentimentos de falta, pânico e ansiedade. Me tornei adulta neste solo e não existiria outro tema possível para o projeto.

Antes de me mudar os prédios eram só prédios, bairros eram só nomes, regiões apenas ilustrações em mapas. Mas São Paulo é latente e a cidade grita para ser escutada—a voz dos mais de 12 milhões de habitantes em uma convivência nada harmônica é o próprio asfalto que cruza as ruas.

O território de São Paulo me mudou por completo, mas a vontade de criar uma revista de moda continuou perene. Nessas páginas tento retribuir para a indústria das roupas o telescópio que ela me proporciona para ver o mundo.

Dedico esta revista a São Paulo, cidade onde me tornei mulher, e à moda nacional, que encanta com sua criatividade. Agradeço aos amigos que são a extensão da minha família e às mulheres da minha vida: especialmente à tia Eva, por me inspirar diariamente, à vó Vera, por sempre acreditar em mim, à minha mãe Odete, por ter me permitido voar, à Paula e à Ceição, por terem me ensinado a ser forte. Sem vocês a USP teria sido só mais um sonho distante.









A CHEGADA

FOTOGRAFIA POR PEDRO LOPES

STYLING E PRODUÇÃO: IASMINE CRISTINA

DIREÇÃO CRIATIVA: MAYARA PRADO

MODELO: IRACI ESTRELA







LOOK PRETO
CONJUNTO: ACERVO FUTURISTA
BOLSA: ALEXANDRE PAVÃO
BRINCOS: MISCI
RESTANTE: ACERVO PESSOAL



PONTO DE TA
PRIMEIRO CARTÓRIO DE NO



MARCA CARIÓCA PROMETE CONQUISTAR SP

POR: MAYARA PRADO

Criada em 2021, a Pêndulo é uma marca carioca de acessórios que reside há um ano em São Paulo. O projeto recente não deixa de causar deslumbramento com peças que flertam com a arte e enaltecem a natureza.

Entre o concreto de São Paulo, Mirna Machado e Rayane Cristina ilustram a nostalgia pela natureza. "Estou longe do mar, das minhas referências, então pensei em como trazer isso para uma cidade grande", conta Mirna.

Seja com peças que contornam o corpo com miçangas e simulam as ondulações da água ou com acessórios metálicos que lembram mais tesouros do oceano, a Pêndulo

aborda a ausência e presença da natureza no cotidiano. Mirna e Rayane podiam ter cedido e se inspirado no urbano paulistano, mas decidiram não sacrificar o DNA da marca.

Dessa forma, Mirna defende: "Isso fala sobre mim e muitas pessoas que estão aqui. É uma cidade de imigrantes. Então, trazermos para cá o que carregamos como origem é realmente muito importante". E Rayane complementa: "Assim a Pêndulo acaba conquistando esses lugares das pessoas que têm essa relação distante".

Agora fixadas em São Paulo, as cariocas visam estreitar a relação com o público e almejam lançar

uma nova coleção mergulhada na cultura brasileira.



FOTO: HERICLES ALMEIDA

STYLING: CAMILLA SALES

BELEZA: KATIA FREIRE

ASSISTÊNCIA DE FOTOGRAFIA: YANKO CASADO



STYLING: MAYARA PRADO
DIREÇÃO CRIATIVA: MAYARA PRADO
MODELO: JOÃO MELLO



A PERMANÊNCIA

FOTOGRAFIA POR PEDRO LOPES





>O MANTO EM MOVIMENTO E A MEMÓRIA QUE NÃO QUEIMA

POR: MAYARA PRADO

“Esse manto é Tupinambá e queremos ele de volta”, disse Dona Nivalda após ter contato com a roupa sagrada em 2001, durante a mostra do Redescobrimento em São Paulo.

O desejo da mãe da cacique Maria dos Tupinambá de Olivença se tornou realidade após 20 anos: em janeiro de 2024, um dos mantos tupinambás exposto no Museu Nacional da Dinamarca vai ser devolvido para o Museu Nacional, no Rio de Janeiro.

E como ativação para receber a vestimenta no Brasil, a exposição “Manto em Movimento” da pesquisadora e ativista Célia Tupinambá circula por vários pontos da cidade de São Paulo, entre eles o Museu das Culturas Indígenas, na zona oeste da capital.

Nascida no sul da Bahia, na Comunidade Indígena Tupinambá da Serra do Padeiro, Célia é a primeira pessoa em 400 anos a fazer o manto Tupinambá. Antes da pesquisadora retornar com a tradição, existiam 11 mantos catalogados, feitos no período colonial, entre o século 16 e 17. Todos em acervos europeus.

Desde 2005, a ativista se dedica à feitura do manto, que se materializa em uma vestimenta coberta por milhares de penas, mas que representa muito mais. “É um objeto que não é um objeto. Ele vai além do físico. O manto é esse ser”, conta Célia.

A peça está vinculada ao mundo dos encantados, entidades que habitam as matas, responsáveis por guiar os tupinambás por meio de sonhos e visões. Antes de vestir europeus e ser trancafiado em museus, o manto era peça importante em rituais sagrados.

“**“EUDE MANTO É TUPINAMBÁ
E QUEREMOS ELE DE VOLTA”**

Apesar da vestimenta ter deixado de ser feita, ela nunca foi esquecida. Célia fez 3 mantos, sendo o exposto feito em 2020. A pesquisadora conseguiu retomar a prática Tupinambá, pois o manto sempre esteve presente na memória do povo por meio da oralidade e dos cantos— “Nunca deixamos de praticar os nossos rituais, a nossa cultura e acreditar em nossos encantados”, diz

a ativista.

A resistência do manto também representa a luta de uma população que foi dada como extinta no século 17 e só foi reconhecida pela Fundação Nacional dos Povos Indígenas (FUNAI) em 2002. “Este manto representa para nós, Tupinambá, a revitalização da nossa cultura, da nossa língua, dos nossos fazeres, das nossas técnicas”, disse Célia, em 2020, para o “Projeto um outro Céu” da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

No Museu das Culturas Indígenas poderia ter apenas mais uma roupa exposta. Mas ali, em meio ao chão de terra e ao som de pássaros, encontra-se um manto feito à mão, coberto das mais diversas penas, predominantemente de galinhas, que simboliza o direito à memória e a ancestralidade que o povo Tupinambá jamais perdeu.



TRICÔ NASCIDO NO CÁRCERE BUSCA QUEBRAR A MODA

Uma entrevista com Raulley de Oliveira

POR: MAYARA PRADO

Raulley de Oliveira, de 37 anos, conta sua ancestralidade e honra suas origens por meio do crochê. E tudo começa pelo nome de sua marca: a Agemó.

Em religiões de matrizes africanas, como Candomblé e Umbanda, Agemó é conhecido como o camaleão que serve a Olorum (Deus).

Na crença, o animal ajudou a divindade a ganhar uma disputa com Olokun, a orixá feminina dos oceanos. Segundo o mito, a competição era para decidir quem costurava os melhores tecidos. Assim, Olorum enviou Agemó para ver os trabalhos da orixá.

Olokun mostrou os melhores de seus tecidos, mas conforme o camaleão via o trabalho, sua pele copiava e

ficava da mesma cor.

A orixá então decidiu mostrar um pano colorido, mas Agemó conseguiu reproduzir todas as cores com perfeição.

Com isso, Olokun desistiu e declarou derrota, já que se até um mensageiro era capaz de replicar suas criações, Olorum conseguiria criar algo ainda mais deslumbrante.

Assim como Agemó, Raulley também é capaz de reproduzir os mais coloridos tecidos por meio da agulha. E sua história, digna de páginas de uma revista, merece ser lida.

Como surgiu a marca?

Agemó surgiu com a vontade de manter a memória das mulheres que me criaram vivas, minha mãe, minha avó e minha bisavó, todas elas me incentivaram de alguma forma a ser o artista que sou. Ainda há o fato de que eu acho o crochê uma arte tão rica em ancestralidade. Trazer essa ancestralidade numa visão de quebrada de favela foi um dos grandes incentivos para criação da marca!

Quem te ensinou a tricotar?

Foi um misto de mulheres. Os primeiros pontos foram com a minha madrinha. Algumas diretrizes de como fazer roupas, com minha tia Bete. Mas sempre com o incentivo da minha bisa, que já não fazia mais, porque não enxergava tão bem. Daí eu comecei a fazer toucas e coisas para mim mesmo.

Você tem descendência de algum povo indígena?

Eu sou indígena. Mas como outros indígenas pelas grandes cidades, não sabemos nosso povo. Infelizmente, minha bisavó foi retirada do tronco dela muito cedo e nunca nos disse isso, mas sempre nos disse quem éramos! Mas na Agemó, inicialmente, eu trago muito mais referências afro, que são minhas referências base! Hoje, mesclo com a ancestralidade indígena, já que também é um auto-resgate de minhas origens.

E como você mescla as duas coisas?

Eu sou do candomblé. Mas meu resgate também me faz ver que os ancestrais indígenas sempre fizeram parte e fazem parte da minha trajetória. Em ambas vertentes, cultuamos a natureza num modo geral. Alguns elementos são quase idênticos: sementes, palha, pedras, ossos, elementos naturais! Então, hoje nas peças conceituais eu trago a mescla das duas tradições. Na real, duas não,

porque a tradição africana é muito vasta em elementos e fundamentos assim como as tradições originárias.

E como você definiria o Raulley?

O Raulley é um cara de 37 anos que tem uma visão muito romântica do ser humano, das relações entre os mesmos. Um cara que sonha em fazer com que sua arte seja vista pelo máximo de pessoas. Hoje, imagino que o Raulley seja um micro empreendedor, visionário, que faz do passado a resposta para o talvez futuro!

Nas redes sociais, você conta que seu crochê é uma herança das prisões e que nasceu em cárcere. Você se sente confortável em falar mais sobre isso?

Não vejo problema algum, me orgulho muito da minha história!

Você tem alguma lembrança da prisão de quando era criança?

Lembro de ir visitar minha mãe aos domingos. Lembro das festas das crianças, dos presentes que minha mãe produzia de forma manual e artesanal. Lembro que uma vez ela me deu um caminhão enorme de madeira que ela havia feito. Mas lembro de coisas chatas, como no final das visitas ela dizendo que ia entrar no bolso da minha calça para voltar para casa— que ela estava ficando, mas o coração dela estava indo junto!

Começar a fazer crochê igual ela, você acha que é uma forma de diminuir a distância?

Exatamente. Quando digo que não vou deixar a memória delas morrerem fazendo crochê, é sobre isso. É como se os pontos mais próximos aos tramos de cadeia fizessem elas estarem aqui de alguma forma! Eu acho que a privação da convivência fez essa ligação ainda mais forte. Uma coisa é você não saber quem são, outra é

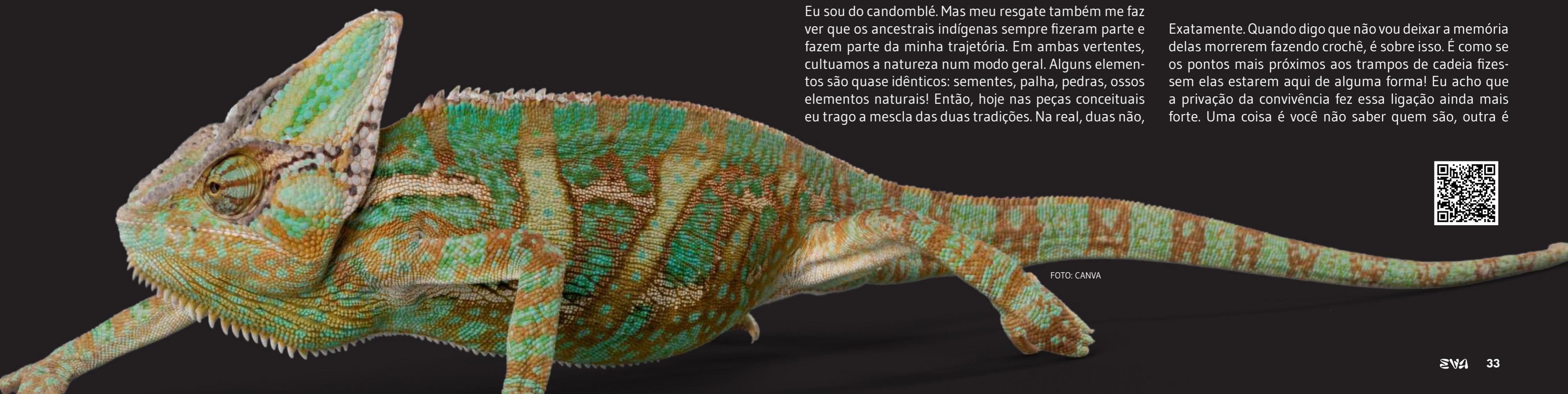


FOTO: CANVA

não poder conviver com elas e perder laços muito cedo.



FOTO: INSTAGRAM/@useagemó

Na foto, Raulley de Oliveira trajando suas criações.

Onde sua mãe estava, tinha incentivo para as presas praticarem o crochê e a costura?

Minha mãe estava na penitenciária de São Paulo e lá elas aprendem várias formas de artesanato. Insisto que o sistema carcerário é falho porque não há pessoas que saibam dirigir dignamente essa forma errada de castigo! Por exemplo, o sistema carcerário oferece cursos de alfabetização, há uma divisão de tarefas, alguns ficam na cozinha, lavanderia e assim vai... há quem faça bolas de futebol, lençol, etc.

Tudo isso poderia ser feito de forma profissionalizante oferecendo de fato oportunidade de trabalho aqui fora. O que aprendem lá dentro não é visto como arte e não tem valor, diferente de outras marcas, como a Prada, que vendem crochê a no mínimo R\$ 7 mil.

Onde você cresceu aqui?

Eu sou cria da zona norte, Brasilândia, Vila Terezinha. Mas migrei bastante por São Paulo, morei também na zona leste na infância, em São Mateus, voltei para zona norte. E agora moro em Osasco, zona oeste.

E como moldou a sua criação ter crescido em áreas afastadas do centro?

Viver na favela me fez e me faz enxergar a beleza sem o \$ na frente! Nós temos vontades e anseios, assim como todos do asfalto. Mas ver o quanto a gente é lindo, ver como cada pessoa tem seu modo de ser, seu estilo, seu cabelo, sua pele... hoje, a gente tem muita influência dos bailes funk em tudo e isso é lindo, porque há alguns anos atrás era quase proibido ouvir funk e isso é muito favela resistir. Tudo isso me moldou e moldou minha marca.

“

EU SONHO EM QUEBRAR A MODA, ESSE MUNDO AINDA É MUITO OPRESSOR E BRANCO

”

Aproveitando o ganho da música, como foi desenvolver peças para as Irmãs de Pau?

Foi incrível demais, nós firmamos uma parceria: elas cantaram e desfilaram no meu desfile e eu prometi uma máscara para cada. Mas não sabia que elas usariam na capa [do single Shambaralai], eu achei que seria só no clipe. Quase morri! Foi lindo, elas são maravilhosas!

Mas os deuses foram bem legais comigo neste sentido, a Agemó já está no guarda roupas de algumas pessoas como: Jup do Bairro, Mateus Carrilho, Kaê Guajajara, MC Soluço, Tássia Reis, Dexter, Carol Tucuçu e alguns artistas independentes bem legais.

E qual sonho você busca realizar com a Agemó?

Ai Vida, eu sonho em quebrar a moda. Isso de forma boa, sabe? O mundo da moda ainda é muito opressor e branco. Tudo é sobre influência e aparência e não sobre essência, o estilo anda juntinho com a moda. Não dá mais para ditar moda, se não olharmos os corpos, os estilos e vidas das minorias. E não falo de militância, falo de favela, não dá mais pra dizer para uma criança que ela não pode usar o que ela quer!

Eu sonho que a Agemó consiga trazer ancestralidade sem explorar de forma leviana— trazendo através das minhas peças o despertar do interesse em pelo menos nos Itans e ensinamentos africanos originários que nos ensinam tanto. Daí eu ganho o mundo.



FOTOS: REPRODUÇÃO/VIDEOCLIP SHAMBARALAI



Na foto, Irmãs de Pau usam balaclava feita por Raulley de Oliveira



A ASCENSÃO DA CAMISA DE TIME ENTRE A COMUNIDADE LGBTQ+

POR: LETÍCIA PIRES



FOTO CAMISA: INSTAGRAM/@fudidasilk
FOTOS HOMEM: INSTAGRAM/@fefesantoz
FOTOS PAISAGEM: CANVA
COLAGEM: MAYARA PRADO

FORA DOS ESTÁDIOS, BLUSAS DE FUTEBOL GANHAM A CENA LGBT

Seja de times brasileiros ou da recente parceria entre o clube espanhol Barcelona e a cantora Rosalía, as blusas de futebol invadiram o estilo da comunidade LGBTQIA+.

O contraste entre a moda e o futebol masculino - que tem relação profunda com a reprodução de preconceitos e masculinidades - vêm criando uma teia de significados novos para as peças.

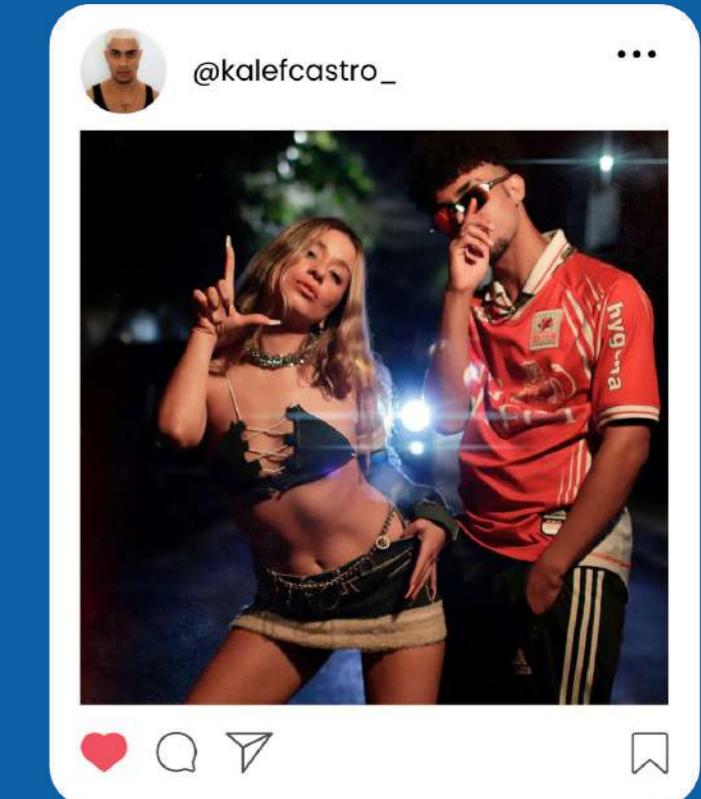
É O KALEF

Kalef Castro, 25, cantor e morador do Jardim Maria Estela, no Bairro Sacumã, São Paulo/SP.

"Pra mim as camisas de time são uma questão de representação territorial. Uma grande parte da comunidade é da quebrada, e quem não é, acaba sendo influenciado por esse estilo, porque quem dita a moda é a quebrada."

"Quando eu era criança, eu jogava futebol e meu pai me fazia usar bastante camisa de time, mas por eu ser da comunidade queria fazer sei lá, teatro, não me importava muito com isso. Quando me mudei para a Favela São Remo, em 2018, vi o quanto o futebol era forte e o quanto me sentia incluído dentro do território com elas. Comprei uma blusa, gostei, me senti bonito e desde então faz parte do meu estilo".

"Se não nos aceitam lá, se não nos abraçam naquele campo, a gente cria o próprio campo e torna isso um tipo de referência diferente dentro do nosso espaço"



FUDIDAS SILK

O Coletivo foi criado em 2016, em uma disciplina de ateliê de gravura na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Composto por artistas trans, a @FudidaSilk é uma marca de Estamparia silkscreen em roupas e acessórios, as quais remetem à comunidade LGBTQ+.

Os trabalhos nas camisas de futebol ganharam força nos últimos tempos e, em julho deste ano, a camiseta "Amor de Travesti", feita para a exposição coletiva "Dignidade", foi exposta no Corredor Cultural do Ministério Público do Rio de Janeiro.

"Futebol e travestis, duas coisas que caminhavam juntas, ainda que às escondidas", diz Ana Flor dona da marca.



IRMÃS DE PAU

Dupla formada por Vita Pereira e Isma Almeida está transformando a cena do funk no país. As letras narram as vivências travestis, periféricas e os desejos das cantoras que subvertem a linguagem e a indústria da música.

A relação entre as travestis e o futebol aparece não só na camiseta lançada pela dupla no ano passado, no estilo dos uniformes de times de futebol de bairro, mas também nas letras de algumas músicas. Na canção "Medley do Submundo", a relação entre Ronaldo Fenômeno e um caso com uma travesti, escancara a profunda e histórica união entre a comunidade e o futebol.

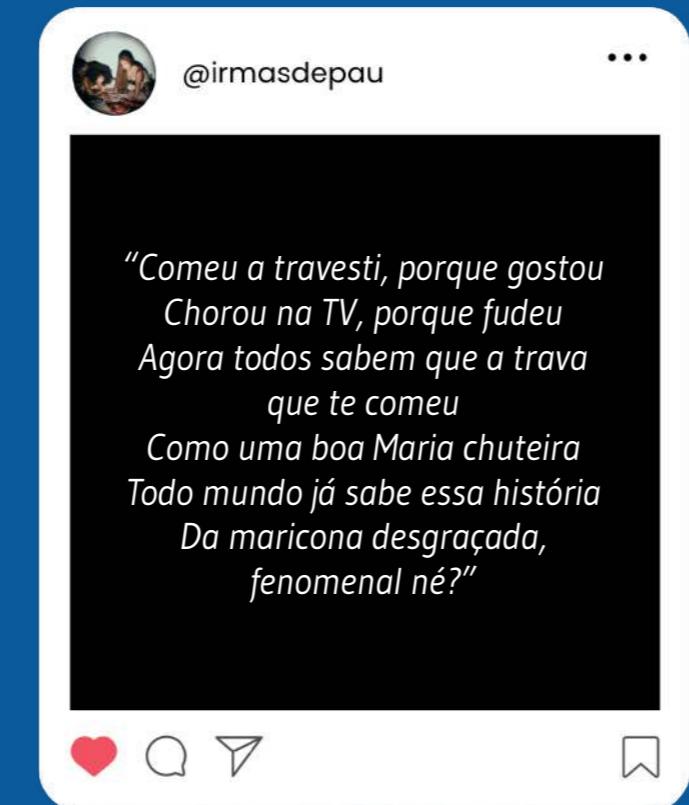
FEFE

Felipe "FEFE", 20, morador de Taboão da Serra, Zona Sul de São Paulo/SP

"Antes eu tinha um certo medo de usar camisa de time por conta da opinião das pessoas. Costumam achar que um cara que é da comunidade LGBTQIA+ tem que usar peças de roupa que tragam feminilidade, mas não mano, cada um tem a sua vivência. Camisa de time pra mim é da minha vivência e da minha realidade"

"Minhas camisas favoritas são as vintages e as mais coloridas. Uso tanto pra dar um pião na cidade quanto pra ir pro baile funk, reggae ou pra um rolê mais tranquilo"

FOTO: INSTAGRAM/@irmasdepau
IMAGEM DE FONDO: CANVA
COLAGEM: MAYARA PRADO





DA SILVA, A MARCA DA PERIFERIA

PARA A PERIFERIA

POR: MAYARA PRADO

Gabriel da Silva, estilista da zona norte, rompe com o ciclo de admiração ao centro e volta o trabalho para si, para sua herança, seu espaço, seu convívio.

Em suas palavras: "minhas roupas não são para as pessoas da Avenida Paulista".

A roupa feita por Gabriel é para o menino que nasce na quebrada e quer se enxergar— é para a pessoa do baile funk, para o trabalhador, para quem faz a roda do mundo girar, mas que o mundo não gira para eles.

Bolsista na Santa Marcelina, uma das faculdades de moda mais renomadas do Brasil, Gabriel precisou se reafirmar e construir uma rede de colaboradores periféricos como ele.

"Me formei falando sobre funk e periferia. Dentro daquela bolha de gente rica eu era sozinho, tive que

recorrer aos amigos de fora da faculdade", conta o estilista.

Os modelos, a direção criativa, o styling, o fotógrafo, a música do desfile, quem assina a beleza dos ensaios— todas as mãos em seu trabalho são periféricas.

É uma ajuda generalizada: "As pessoas que vivem neste espaço entendem a importância de colaborar e de passar informações. Não são egoístas", fala Gabriel.

Ao bater a porta para o higienismo e valorizar a sua comunidade que o criador voa: em 2021 ganhou o reality show *Design Vision*, em 2022 estreou uma collab com a Magalu e este ano fez uma collab com a Pernambucanas. Ainda, o paulistano teve a oportunidade de concluir um curso em Milão, em tese a capital da moda.

Em tese porque para Gabriel a capital da moda está aqui. A moda

transborda na zona norte, nos morros que sobe, no transporte que pega, nas blusas de time, nas conversas com o barbeiro e nos panos de prato que a avó pintava.

“
NÓS TAMBÉM
SOMOS POTÊNCIA
”

A visão está aqui, basta pegá-la. A identidade dele não vai mudar para a elite entender. Ele não irá "limpar" a marca como já sugeriram.

Gabriel da Silva deixa claro: "É muito importante a gente não se higienizar, não se limpar. Quando não cedemos, eles começam a entender que têm que nos respeitar. Mesmo não nos aceitando, eles têm que entender que nós também somos potência".

HOMEM DOURADO
FOTO: CAODENADO
ASSIS. DE FOTOGRAFIA: ERICK
FOTO MULHER
INSTAGRAM/@victoriacarolina

FOTOS RESTANTES
POR: GABRIEL DA SILVA
IMAGEM DE FONDO: Pexels
COLAGEM: MAYARA PRADO





O QUE ALIMENTA SÃO PAULO, POR PEDRO LOPES



ROUPA E ACESSÓRIOS:
ACERVO DE VÍCTOR FIRMINO



ROUPA E ACESSÓRIOS:
ACERVO DE VÍCTOR FIRMINO

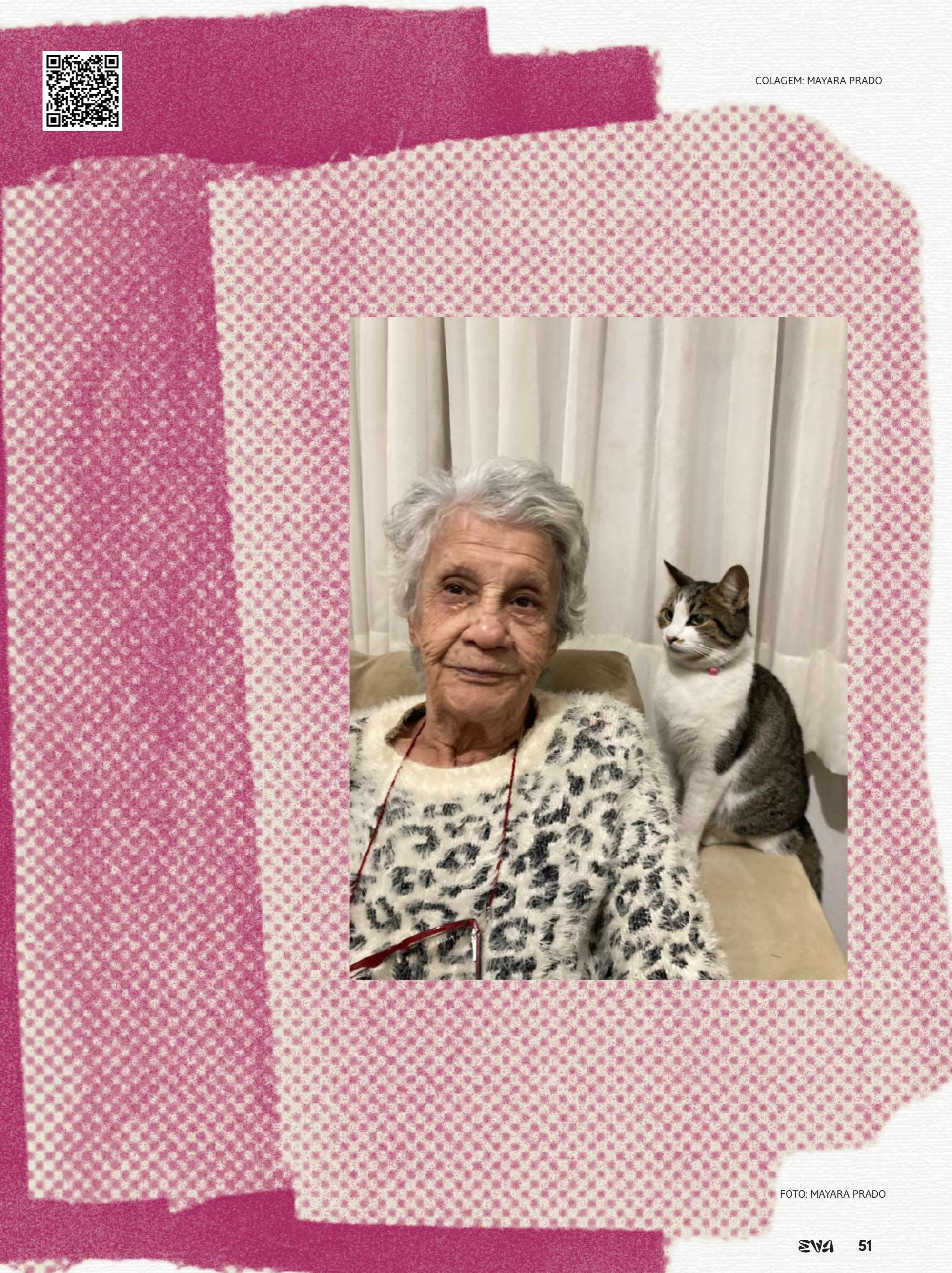






POR: MAYARA PRADO

COLAGEM: MAYARA PRADO



Mãos trêmulas e dedos suados. Naquela sala ampla da Praça das Artes, me sinto espremida pela ansiedade: vou bordar pela primeira vez. Penso em minha tia, a maior bordadeira do Brasil, e me questiono: será que o bordado corre em meu sangue?

Foi tia Eva que bordou a roupa do meu batizado, foi tia Eva que bordou borboletas em minha blusa e foi tia Eva que bordou minhas fronhas de travesseira para eu sonhar em São Paulo. Para mim, o bordado vai ser sempre a arte mais especial, a expressão de amor de minha tia.

E foi querendo me aproximar desta grande senhora mineira que me dirigi ao Vale do Anhangabaú para uma oficina do Ateliê Vivo, coletivo independente voltado para práticas têxteis manuais.

Quando dei por mim estava em uma sala repleta de mulheres esbanjando tecidos, linhas e agulhas. Senti medo, nunca tinha pego em uma agulha na vida, sempre temi me furar ou pior: ter uma agulha atravessada no dedo. Mas agora não tinha como desistir, chegou a hora de aprender.

Após uma breve introdução ao curso, já era hora de escolher os materiais e colocar a mão na massa. Os tecidos ficavam em uma pilha que transbordava—retalhos e mais retalhos, quase nenhum pano estava inteiro. Na hora nem pensei, peguei um tecido de algodão cru, um que parecia um tapete de vó e outro em jeans.

O plano inicial era escolher um tecido vinho requintado e um azul cintilante para bordar o nome Eva, em homenagem à estrela da revista. Mas quando encarei o material coletado estava completamente diferente.

Descartei o tapete feio e decidi sobrepor o jeans no tecido cru. Ainda incapaz de desapegar do vinho, tentei colorir de vermelho o pano para fazer o nome. Se tinha como piorar, foi ali.

Tic tac, tic tac... faltava apenas duas horas para a oficina acabar e nem tinha pego na agulha. Não adiantava lamentar mais. Peguei uma linha rosa e fui até Luana, a professora. Assumi que não tinha ideia de como começar e ela me orientou a fazer o ponto para trás.

Furar o pano, passar a linha por baixo,
furar o pano e trazer a linha para trás.

Aparentemente era isso. Estava tão nervosa que nem conseguia colocar a linha na agulha. Mas depois de uns segundos perdida e do apoio moral da Luana, entendi o ofício. Continuei a tremer, porém a ansiedade tinha quietado, o bordado me absorveu por completo.

Furar o pano, passar a linha por baixo,
furar o pano e trazer a linha para trás.

Bordar tem o poder de te tirar de órbita, o mundo pode estar acabando (e está), mas com a agulha em mãos nada importa. Tudo se reduz ao pano e à linha o atravessando. De repente, entendi por quê tia Eva ama tanto o ofício. Ansiosa como eu, isso é um refúgio.

Naquela sala de São Paulo me senti ao seu lado, lá em Belo Horizonte. Ela fumando e mascando chicletes ao mesmo tempo, enquanto admira o pano. As duas usando óculos e tentando criar algo.

Nem reparei que o horário da oficina tinha acabado quando a professora perguntou se queria levar o material comigo. Só consegui terminar o "E". Olhei para a minha obra e não vou mentir: estava horrível. A escolha de materiais não ornou e o pano estava cheio de fiapos. Mas enfim, havia conseguido bordar pela primeira vez. E detalhe: sem me ferir!

Levei orgulhosamente o "E" para a casa e corri para ligar para minha tia. Agora podíamos conversar sobre como é bordar. Contei tudo para ela e a senhora amou, ficou muito orgulhosa. Pedi para minha mãe mostrar a foto para ela depois, mas alertei que estava feio.

Na cegueira do amor, ela nem ligou, achou lindo, se emocionou e desligou o telefone para olhar uma panela no fogão.

FOTO: MAYARA PRADO



MAYARA PRADO

DESAFIOS DE COMUNICAR MODA

POR: PEDRO LOBO



FOTO: AGÊNCIA FOTOSITE

Atuo há quase 3 anos como jornalista de moda, mas não nasci no universo fashion. Um dos meus primeiros contatos foi no começo da faculdade, quando uma galera se reunia para compartilhar expectativas sobre o Met Gala, maior evento de moda do mundo— eu não fazia ideia de que aquilo existia. Entrei nesse mundo por ser jornalista e ter dedicação para cobrir qualquer coisa, um chefe viu isso em mim.

Descobri que esse é um universo de contatos, você precisa das conexões e muitas delas são feitas em eventinhos: alguma marca junta DJ, espumante e cervejas de garrafa pescoçuda em volta de uma loja de roupa.

Nesses lugares, sempre senti uma pressão para usar roupa cara, com a impressão de que seria diminuído se o luxo não aparecesse natural para mim (fiquei boquiaberto quando conheci o faraônico Shopping Cidade Jardim, o que não tem entrada de pedestre, para um comes e bebes de uma grife).

Uma vez, bateu na minha porta um entregador de uma marca gigante da moda rápida no país. Desembrulhei o pacote e comemorei a vinda de uma peça aguardada de uma camisa de crochê feita em parceria com uma etiqueta independente de Salvador.

Por coincidência, uma grande revista encomendou a mim, uns dias antes, uma matéria sobre as criações desta mesma empresa — o professor das aulas de Ética me avisou que esse tipo de coisa aconteceria.

Se agradeço o “mimo” no Instagram, como de costume, como vou contar sobre a publicação envolvendo a mesma companhia duas semanas depois? Com que cara que eu fico? Carinha de conflito de interesses, pode ter certeza. Se eu não agradeço nas redes, a marca não tem motivos para me enviar mais coisas no futuro...

Esse dilema é um gostinho do mercado de luxo: as assessorias colocam jornalistas na lista de pessoas que recebem os presentinhos, os convidam para eventos

com comidinha de graça e, então, esperam aparecer na imprensa. Uns dias depois, aparecem mesmo.

Já fiz duas coberturas da São Paulo Fashion Week. Se você nunca foi numa dessas, é legal saber que a sala de desfiles é dividida em fileiras de bancos, A, B, C e com convidados mapeados nos assentos. A fila A, mais próxima dos looks e melhor para gravar conteúdo, é para os principais veículos da imprensa especializada, aos influenciadores mais importantes e patrocinadores.

Nunca vou esquecer da vez que bati boca com o assessor de uma marca que queria me tirar do meu lugar (reservado previamente) para que um ex-BBB pudesse sentar. Naquele momento de estresse absoluto, quando falta pouco para o desfile iniciar e a equipe percebe que são muitas pessoas para o total de lugares na primeira fila, vem a reflexão: “Será que não vale mais a pena aparecer nos stories de um ator global do que no site de uma revista de moda?”.

Nas edições de SPFW, os mesmos modelos fazem uma penca de desfiles e muitos descobrem no dia se vão ter algum outro para desfilar. Enquanto jornalistas se apinharam na sala de imprensa mal iluminada, trabalhando em material até os últimos minutos da noite e retornando nos primeiros desfiles do dia seguinte, pela manhã. Há uma certa solidariedade da classe, regada a frigobar com água enlatada e cerveja sem álcool de graça.

Na moda, descobri que muita gente que faz por amor, cria marca na força da unha (alguns deles com diplomas no exterior e muitos contatos); tem muito nariz em pé, nem sempre os colegas de outras revistas grandes vão te cumprimentar (mesmo que te conheçam); e tem conflito de interesses, mas a gente se blinda, usando os “mimos” em festa de Réveillon e fazendo o melhor jornalismo que o meio permite.





SER MODELO



SEM FILTROS

POR: MAYARA PRADO

Akin Henrias é baiano, natural de Salvador, e atua como modelo em São Paulo. Com menos de 1 ano na cidade, ele já é representado por uma das maiores agências do Brasil, a Way Model, e é o rosto de marcas de excelência no mercado brasileiro, como Misci, Lacoste, Iodice, entre outras.

A vida do modelo para aqueles que veem o seu portfólio parece perfeita: aparições em eventos de luxo, ensaios fotográficos para revistas e modelando para grandes marcas. Mas Akin decidiu compartilhar mais do que o glamour da profissão de modelo.

“A gente tem muito mais a oferecer do que é mostrado, o público tem uma visão muito diferente de quem de fato vivencia e executa o papel de estar na moda. Acredito que nós conseguimos ver mais lados, o lado real da moda, o que as pessoas de fato sentem”, conta Akin Henrias.

Com o sonho contido de ser jornalista e com paixão por comunicação, Akin foi lá e fez: atualmente ele cria vídeos para o TikTok onde conta— em suas palavras — “A rotina de um modelo pobre vencendo em São Paulo”.

Quebrando com a ilusão de que fazer moda são flores, o modelo revela para mais de 130 mil seguidores o que de fato significa ser modelo: “As pessoas veem muito a gente como algo que é bonito e diferente ou exótico, mas de fato não procuram entender o que doamos: a gente doa a nossa vida para a moda”.

E mais: Akin denuncia as dificuldades de se manter em um mercado instável e na cidade mais cara do Brasil. Em outubro deste ano, ele fez um vídeo pedindo uma vaquinha para conseguir se manter em São Paulo. Pois mesmo em um momento próspero da carreira, com a saída de sua antiga agência e com a transição para a Way Models, o modelo não conseguiu fechar as contas.

Com a coragem e simpatia de poucos, Akin revelou os bastidores de um sonho: a profissão que dá vida às roupas, não possui estabilidade financeira, exige muitas horas de trabalho e manter uma imagem para não assustar as marcas: “modelo em São Paulo é muito visto, então a gente tem que se limitar a não frequentar lugares, a não falar com pessoas”, revela.

Mas contando a verdade, sem filtros, Akin não repeliu oportunidades, apenas as ampliou. A vaquinha foi um sucesso, as pessoas engajaram nas redes sociais e até ofereceram casa para o modelo. O universo de cristal sustentado pela moda é bonito, mas não é relacionável, não comove. Akin com seu carisma e comunicação sincera cria laços mais inquebráveis — e diga-se de passagem, lucrativos.

6 MARCAS DE SÃO PAULO PARA FICAR DE OLHO

POR: MAYARA PRADO

1. MAD ENLATADOS

A marca de streetwear é pura criatividade e sempre surpreende nas estampas

2. ALASTRA

Com roupas inspiradas em pixação, a marca celebra a vivência em São Paulo

3. TOCA

Vende roupas e acessórios diferentes, sendo destaque as bolsas coloridas



4. SHARK CROCHÊ

Usada por famosos como Tasha e Tracie, as peças são todas artesanais de crochê

5. JALACONDA

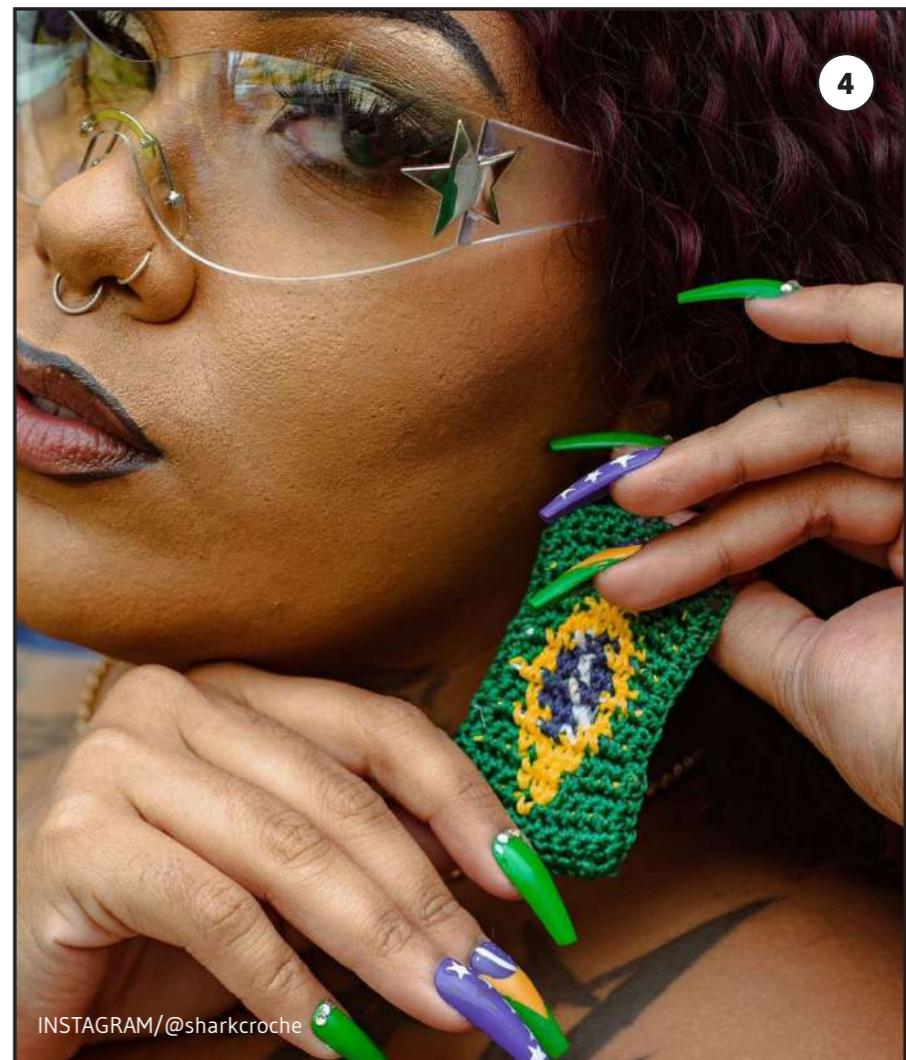
É a marca de acessórios com peças de aço feitas à mão para quem quer lacrar no rolê

6. ãO

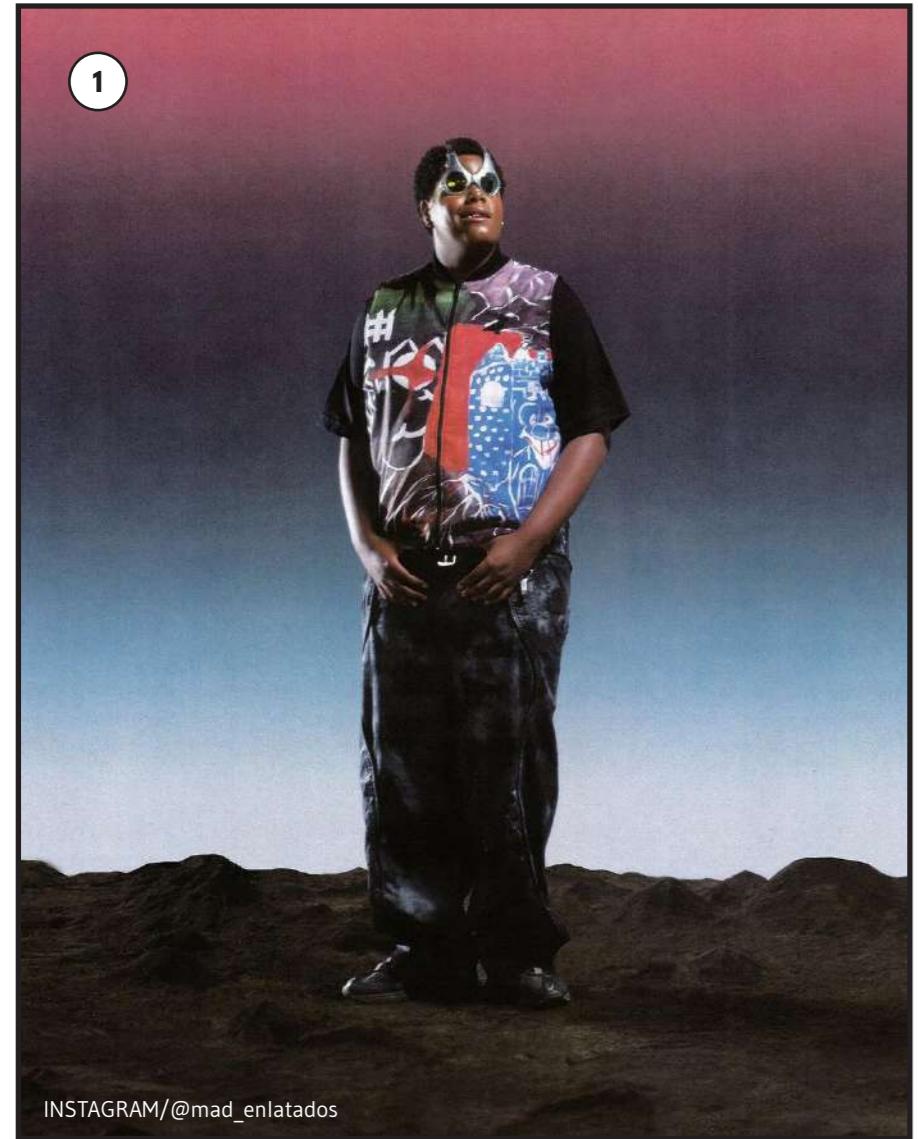
Roupas estranhamente bonitas que fazem uma releitura do feminino



INSTAGRAM/@toca



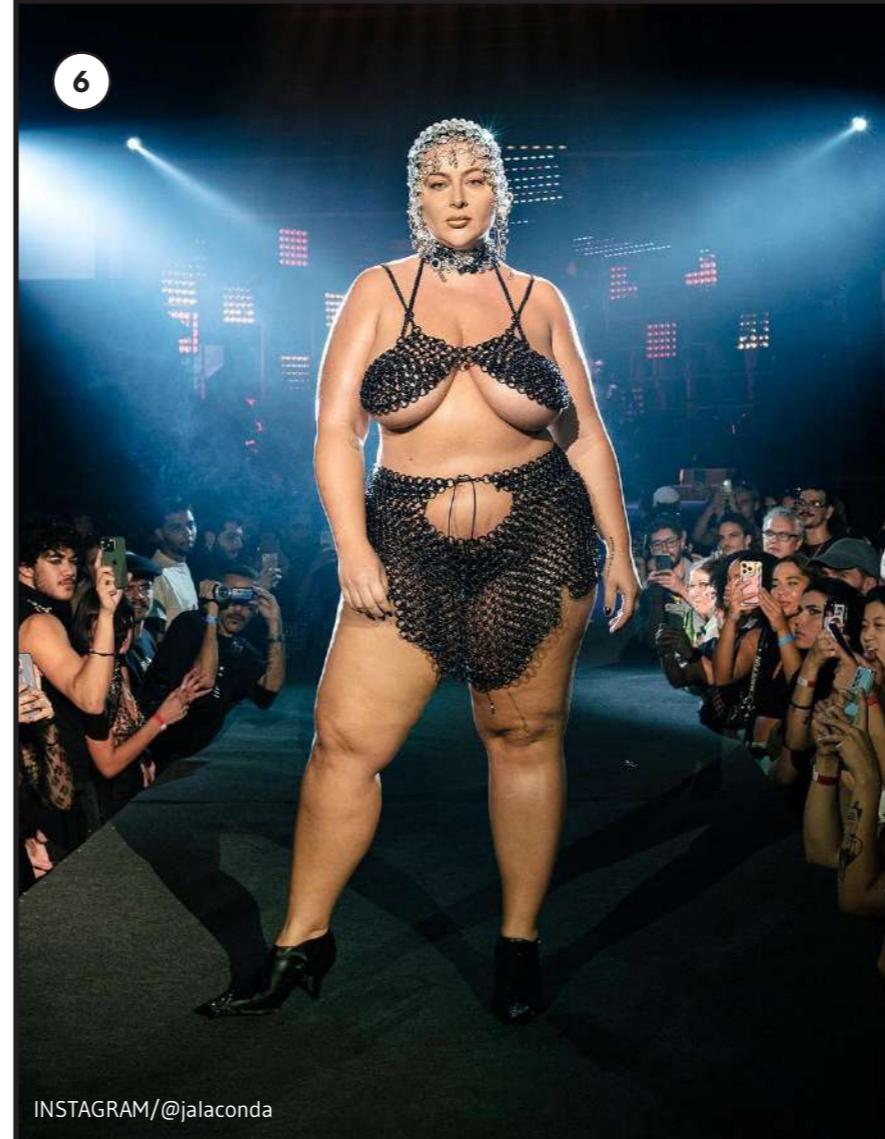
INSTAGRAM/@sharkcroche



INSTAGRAM/@mad_enlatados



INSTAGRAM/@aalstra



INSTAGRAM/@jalaconda



INSTAGRAM/@ao.algo

SE A REVISTA FOSSE UMA PLAYLIST

EVA



APONTE PARA O QR CODE E OUÇA



Que tal
Marina Sena, Fleezus

1:15

-1:54

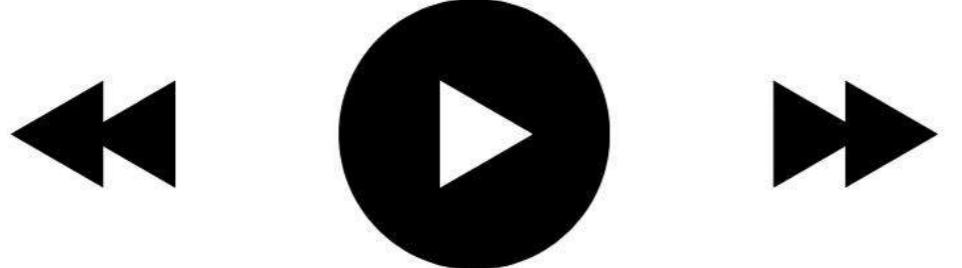


FOTO: PEDRO LOPES