

[ANDRÉ RICARDO ROBIC]

Diretor executivo do IBModa e editor da revista digital www.antennaweb.com.br. Especialista em análise de tendências do comportamento e consumo e em estratégias competitivas no setor de moda. Presta consultoria, ministra aulas e palestras relacionadas aos temas em alguns dos principais cursos MBA e eventos de moda do Brasil. É doutor e mestre em Administração pela FEA-USP e especializado em Comportamento do Consumidor pelo FIT/USA. É santista "roxo".
E-mail: andre@ibmoda.com.br



2014: O Brasil está(rá) na moda?

Uma curiosidade que as pessoas têm é de onde vem a moda. Muitos acreditam que ela é imposta por um cartel de estilistas e indústrias de fios, tecidos e pigmentos, que estabelecem o que iremos usar amanhã ou daqui a alguns anos. Mas não é bem assim: a moda traduz seu tempo, ou melhor, o espírito de seu tempo. Até mesmo quem diz não "ligar para moda" evidencia um posicionamento com sua forma de vestir e, portanto, pertence a um segmento de mercado que será atendido pelas empresas ligadas ao setor da moda.

Afinal, o Brasil está na moda? A Copa do Mundo de 2014 fará com que o Brasil entre na moda? E, finalmente, o fato de o Brasil sediar eventos tão importantes como a Copa fará com que a moda brasileira se desenvolva e se sobressaia nos mercados interno e externo?

É fato que a economia brasileira vivencia um desenvolvimento expressivo e sobreviveu até agora sem grandes sequelas à crise mundial. O modo de vida do povo brasileiro, alegre, irreverente e sensual, aliado à beleza de nossas modelos e ao destaque que alguns empresários e empresas de todos os setores alcançam mundo afora, desperta admiração e simpatia pelo país. Entretanto, isso não permite afirmar que o Brasil ou a indústria do vestuário estejam na moda. Sabemos que a moda brasileira ainda não é uma referência no setor, exceção feita aos segmentos de jeanswear e beachwear. E quanto ao País, é necessário caminhar para melhorar nossa infraestrutura e diminuir significativamente a desigualdade social e assim poder se firmar entre os países de Primeiro Mundo.

Isso nos conduz à segunda pergunta: ser sede da Copa faz o país entrar na moda? A resposta é quase óbvia: por alguns momentos o mundo inteiro estará olhando para o Brasil, vendo os jogos que aqui acontecerão, enquanto uma verdadeira invasão estrangeira se dará nas cidades-sede e nos principais polos turísticos nacionais. O verde e amarelo tingirão boa parte do mundo. Entretanto, numa analogia aos desfiles de moda, que duram cerca de quinze minutos, uma vez apagadas as luzes da passarela, a tendência é de que tudo volte ao seu lugar.

Pessimismo? Não é bem assim: esses caminhos não são inexoráveis. Para embasar uma alternativa possível, vejamos a terceira pergunta: a participação do Brasil na Copa poderá fazer com que a moda brasileira se desenvolva e se destaque? A resposta é: sim, desde que o "desfile" seja bem-sucedido, lembrando que o que faz com que isso ocorra não é o desfile em si, mas tudo aquilo que aconteceu antes: uma excelente imagem da marca, construída ao longo de diversos anos de trabalho, entendimento total dos desejos e necessidades de seu público, atendimento perfeitamente adequado a esses desejos e necessidades e produtos de alta qualidade e direcionados àquele público-alvo. Ai, sim, teremos um desfile de sucesso.

Temos quatro anos para nos prepararmos e fazer de nosso desfile futebolístico um grande marco na história do Brasil. É um tempo bastante curto, considerando que a tarefa de organizar uma Copa que mude a história do país é muito complexa. Nesse sentido, não podemos perder tempo e devemos aproveitar cada minuto para nos firmarmos como um dos principais centros de moda mundiais, com uma marca forte e reconhecida aqui e no exterior.

Corra Brasil, corra!!!