

janelas

[CAROL GARCIA]

Jornalista, mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e doutoranda no mesmo programa.

Diretora científica da Modus Marketing e Semiótica com vasta experiência internacional como *cool hunter*. Repórter especial de *L'Officiel Brasil*. Co-autora do livro

Moda é Comunicação – experiências, memórias, vínculos (São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005).

E-mail: carol.garcia@modusmkt.com



Design de ruas

Foto: Carol Garcia

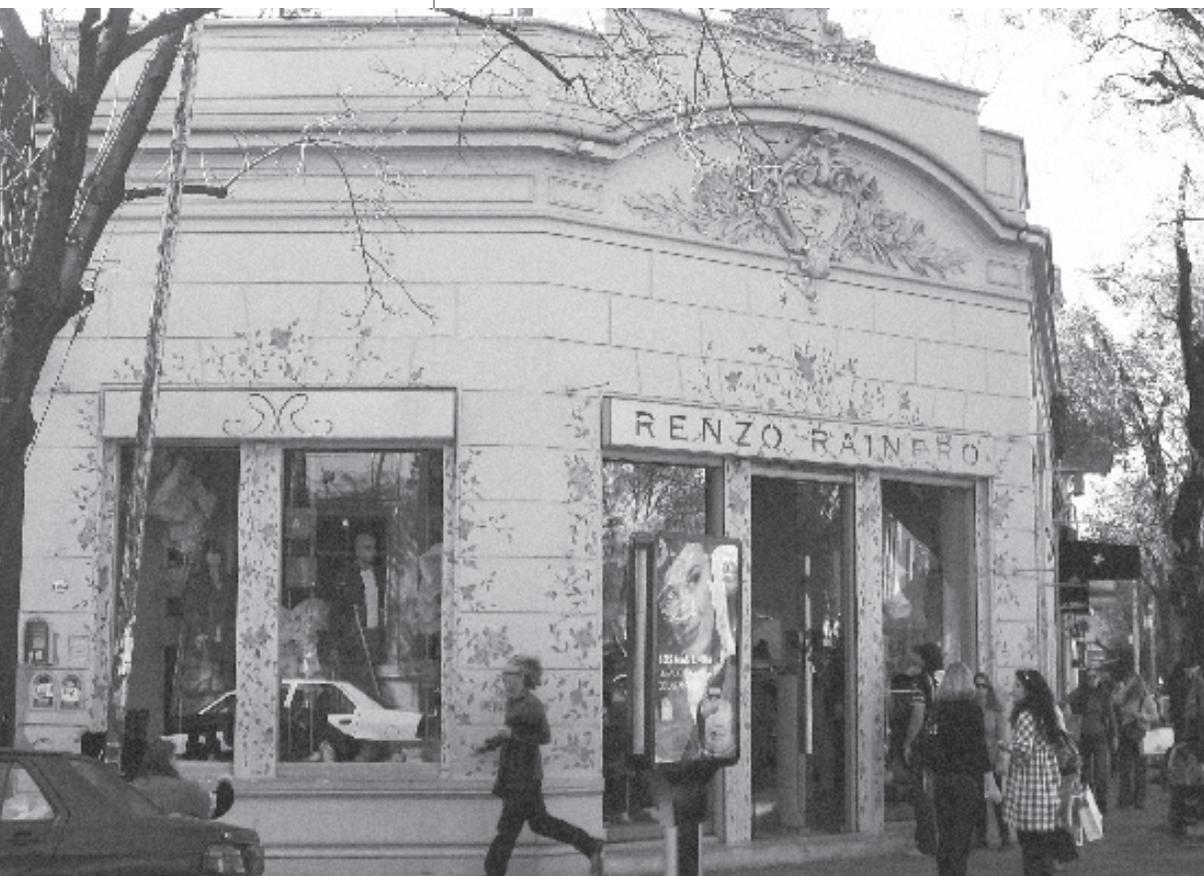


Fotos: Carol Garcia

Palermo. Não a capital da Sicília, mas sim "Soho", "Hollywood" ou simplesmente "Viejo"... Pouco importa. Em tempos em que a palavra releitura é aplicada sem dó nem piedade, parece impraticável que um bairro inteiro seja capaz de se converter em uma. Mais ainda quando efervesce em originalidade transmutada das referências norte-americanas. Francamente, o nome do distrito é o de menos, seja ele derivado da ainda existente abadia franciscana de São Benedito de Palermo, seja da lenda em torno da compra daquelas terras por Juan Domingo Palermo, imigrante italiano estabelecido por lá logo após a fundação de Buenos Aires, em 1580. Já o apelido, que varia conforme a divisão imaginária criada pelas linhas férreas, nem tanto.

Em Palermo Soho, à esquerda da passagem dos trens, estão tanto designers de reconhecimento local quanto as grifes internacionais do momento (muitas delas, como Nike, devidamente adaptadas pelo marketing de marca ao espírito do bairro). A versão Hollywood, do lado direito, concentra a melhor cozinha de autor, com muitas opções fusion, e uma estação de TV por perto que garante que a região se converta em cenário para filmes publicitários. Cá entre nós, as muitas nomenclaturas soam apenas metonímias perto da delícia de perder-se nas ruas de Palermo. De preferência, de posse dos três mapas com design gracioso que contêm a lista completa das butiques, restaurantes, bares e boates mais interessantes da moda portenha. E nem se preocupe em comprá-los. São distribuídos gratuitamente por lá mesmo, em qualquer estabelecimento da região.

Aterrissei pela primeira vez no bairro no ano 2000, curiosamente garimpando novidades para empresas norte-americanas. Nessa época, (Jessica) Trosman e (Martín) Churba¹ ainda eram sócios, capitaneando o interesse global pela recém-nascida moda argentina graças aos seus desfiles na São Paulo Fashion Week. Os tais mapas sequer tinham nascido, pois eram poucos os



aventureiros do mundo fashion que haviam fincado bandeira por lá, e a loja da dupla foi das primeiras a se instalar na região. Antes, as casas dos anos 1930 e 1940, curiosamente chamadas de "chorizo" (pois se parecem de fato com uma lingüiça, já que sua fachada estreita esconde muitos metros nos fundos), recebiam mesmo terapeutas, a ponto do lugar ganhar o apelido de Villa Freud. Aos poucos, o perfil foi mudando. Chegaram Jazmín Chebar (El Salvador, 4702), que até então não era sinônimo de uma rede de lojas; Juana de Arco (El Salvador, 4762), cujos "intimates" em seguida alcançaram Santiago e Tóquio; a impressionante Papelera Palermo (Honduras, 4945), um verdadeiro templo-castelo de cartas multicolorido; e o delicioso Bar 6 (Armênia, 1676), cujas poltronas de veludo fazem lembrar contos de Julio Cortázar, o mesmo escritor que nomeia a pracinha em torno da qual se concentram feiras de designers ainda sem ponto-de-venda próprio. Os preços dessas casinhas fofas, de fachadas pintadas com flores, isso sim virou uma verdadeira loucura. Afinal, estilistas e marcas de todas as vertentes, porém com poderio econômico, são responsáveis por um tremendo boom imobiliário nas ruas El Salvador, Armênia, Costa Rica, Honduras e Malábia.

Bons motivos

A idéia de concentrar forças em torno de uma vocação ímpar de design é característica das marcas residentes em Palermo e é divertido buscar a motivação por trás de cada uma. Entre elas, talvez a minha preferida seja Dorina Vidoni (Honduras, 4834), que brinca de japonismo em tecidos aparentemente esportivos como fleece e o famigerado cotton com elastano. Tudo desconstruído e deliciosamente confortável. Ou Verónica di Miero, o nome por trás da Seco (Armênia, 1646). Pensada inicialmente como uma marca de guarda-chuvas, Seco se transformou numa empresa de design especializada em manter impermeabilizadas as fashionistas de plantão. Explico: Verónica só desenha roupas capazes de manter os usuários secos em dias de tempestade. "Ver uma senhora cuja sombrinha se contorceu no vento em meio a uma tormenta de verão me fez pensar que era hora de criar um bom produto, com design e que durasse mais que um temporal", conta. Assim, ela se concentra no uso de borracha e PVC mesclados ao algodão e aos apliques com ar vintage. O resultado são trench coats, juponas, pijamas e galochas sempre estampados e reversíveis que dão vontade de cantar na chuva.

Já a charmosa Fiorini-Wichmacki (Gurruchaga, 1532), fruto do trabalho de Verónica Fiorini e Anabel Wichmacki, tem história bem distinta. Depois de atuarem como figurinistas de teatro, suas diretoras de criação foram configurando mudanças de escalas e jogos de peças modulares, o que vem caracterizando uma forte experimentação de têxteis industriais associados à morfologia própria do tricô. Grifes como Seco ou Fiorini-Wichmacki estão no circuito de design "Por La Calle", uma iniciativa da Fundación Pro-Tejer que busca posicionar a Argentina como centro gerador de tendências. A idéia é criar um city tour por circuitos urbanos onde a moda esteja presente, ensinando o consumidor a perceber as chaves identitárias da produção nacional. A empreitada visa despertar a capacidade de valorizar o produto local, com uma proposta que conjuga o didático e o lúdico em diferentes percursos, incluindo guias para compreender e interpretar essas tendências. A orientação temática do design como fio condutor acontece desde 2007. Em outubro de 2008, o evento estará percorrendo a cidade de Rosário, berço da arquitetura de vanguarda do país e também da grife Varanasi² (Costa Rica, 4672) que, hoje, como não poderia deixar de ser, é outra feliz moradora de Palermo.

Não perca!

Próximo roteiro "Por La Calle" disponível em www.xlcalles.com

Em tempo: dedico a coluna desta edição de **dObr[a]** aos melhores companheiros de passeios por Palermo: Patrícia Garcia e Otávio Pereira Lima. Sem eles, acredite, meus arroubos de consumo não teriam a mínima graça. Junte seus amigos e... vá lá!

NOTAS

^[1] Hoje, Martín Churba está à frente da filosofia têxtil da marca Tramando, cuja casa matriz repousa num solar da Calle Rodríguez Peña, em plena Recoleta, com direito à filial em Tóquio. Já Jéssica Trosman manteve seu sobrenome na grife cujas peças são encontradas em lojas próprias na maioria dos centros comerciais da capital portenha.

^[2] Meu primeiro look argentino sem cashmere ou couro foi justamente da dupla de arquitetos rosarinos Mario Buraglio e Víctor Delgrosso, que assinam a Varanasi. Seu estilo se caracteriza por formas esculturais concebidas com tiras de tecidos ou fitas em viés aplicadas sobre telas leves como tule stretch ou malha sem costura.