

LUXO COM ALMA BRASILEIRA: TENDÊNCIAS GLOBAIS, ELEMENTOS LOCAIS

15/08/2024



Marcas do Brasil usam referências internacionais, mas apostam na peculiaridade do mercado brasileiro em suas coleções para conquistar o mercado alto padrão

No mundo globalizado, é natural que o mercado de luxo brasileiro seja diretamente influenciado pelas tendências dos mercados internacionais. Surge, portanto, o

desafio de aderir às demandas de mercado sem perder a essência da identidade nacional.

Ao longo do mês de fevereiro ocorreram as semanas de moda internacionais, que passaram por cidades como Paris, Milão e Nova York. Com isso, foram apresentadas as principais tendências para o mercado de moda e joalheria.

Dentre os elementos de destaque temos: designs relacionado ao Oceano, conforme o desfile da Schiaparelli, além do *Blue Book* da Tiffany&Co. de 2023; as correntes que apareceram nos desfiles da Fendi e da Versace; e os colares em camadas como no desfile da Burberry e da Ralph Lauren. Nas joalherias brasileiras podemos ver a influência dessas tendências, que são trabalhadas de modo a manter a identidade brasileira e da marca.

Um exemplo é a coleção *Dreamscape* da Manoel Bernardes, que combina o tema do oceano, com o estilo minimalista e colorido da empresa que usa as pedras brasileiras para exaltar a identidade nacional. Nela o tema ganha um ar onírico, e detalhes esculturais em metal. Outro exemplo é a joalheria Vivara e a coleção *Chain Colors* que explora através do nome e suas peças o uso de correntes em braceletes, brincos e até anéis. Mais uma vez as pedras ganham destaque nas peças, reforçando seu uso como uma forma de remeter às riquezas naturais do Brasil.

A H.Stern, por sua vez, abraçou a tendência dos colares em camadas com sua coleção *Fluid Gold*, de contornos minimalistas.

Para os empreendedores, é essencial estar atento às tendências, de modo a mantê-los competitivos. Mas saber casá-las com as tradições, como as técnicas de ourivesaria, pedras endêmicas do país e outros elementos culturais é o fator que leva os clientes a se identificarem com a peça. Como supracitado, o uso do minimalismo reflete o espírito da época (Zeitgeist) que ainda tem fortes influências do movimento modernista. O uso de gemas coloridas, por sua vez, também é bem tradicional e abordado de diferentes formas nas joalherias brasileiras, especialmente em empresas menores de cidades interioranas. No que concerne às técnicas há experimentações com diferentes formatos de lapidação, e o uso de materiais alternativos como a técnica do coco e ouro – característica do Vale do Jequitinhonha e o capim dourado do Tocantins.

São algumas das formas de incorporar o Brasil às peças, e a abordagem ao fazê-lo

permite criar uma história e um posicionamento da marca neste mercado. Por fim, conclui-se que a joalheria brasileira é o resultado da união da tradição, tendências e identidade. E apesar dos desafios que denota o trabalho de orquestrar essas características – que requerem à empresa transitar nas dualidades do clássico e do inovador, o nacional e o internacional- o empreendedor consegue um forte *storytelling* e apelo ao consumidor que compartilha dos valores da cultura expressa pela joia. O cliente vê o reflexo de sua própria história no objeto e, portanto, sente-se motivado a comprá-lo. E, por fim, a empresa tem o poder de conceber artefatos que comunicam seus valores intrínsecos e, simultaneamente, fascinar as pessoas.

Por Larissa Dolabella
@dolabellalarissa