

As mulheres decididas de Carlos Gil e as trabalhadoras de Pedro Pedro desfilaram em Milão

Portugal Fashion levou dois designers a Itália, numa altura em que mudou de estratégia.

As décadas de 1970 e 1980 e o "conceito disco" foram as influências de Carlos Gil. Já Pedro Pedro inspirou-se no "escritório" com peças "mais formais". Foi ao final da manhã de quinta-feira que os portugueses marcaram presença na semana da moda em Milão, onde apresentaram as suas colecções para o Outono/Inverno, com o apoio do Portugal Fashion, que este ano mudou de estratégia.

De Portugal, Carlos Gil levou peças direccionadas à mulher "vincada", "decidida", "poderosa", "interventiva" e "de todo o mundo", enumera o designer que pisou a passerelle italiano pela terceira vez. Para uma mulher "vinte e quatro horas", o designer inspirou-se nos "elementos das décadas de 1970 e 1980 e no conceito disco". "As mulheres destas décadas abraçavam o divertimento e a euforia, elementos que não podem faltar na vida da mulher actual", defende.

Uma mulher que pode estar em qualquer canto do mundo – "do Oriente, passando pela Europa e acabando na América", descreve. É este o desafio de Gil: "criar uma colecção que tanto será exportada para a Ásia, como para a Europa e América", sublinha ao PÚBLICO.

Satisfeito com o resultado, o designer que nasceu em África diz ter alcançado o seu objectivo de "concretizar um desfile onde todos os detalhes se identificassem com essas mulheres de diferentes continentes, como é o caso das cores". Em tons dourados e prateados conjugados com rosa, lilás, verde, azul e preto, "esta colecção foi criada de maneira a que a mulher se vista de manhã e simultaneamente esteja pronta para sair à noite, por exemplo". Por isso chamou "Vinte e quatro horas" à colecção.

Uma altura de mudança

Já o desafio de Pedro Pedro foi pôr de lado o sportswear e o casual street wear e abraçar o office wear, ou seja, a inspiração foi buscá-la ao escritório, por isso chamou à sua colecção "Le Bureau", logo, as suas peças são "mais formais".

“Actualmente há movimentos como o #MeToo que mostram que a mulher está a tornar-se mais interventiva e a ter uma voz mais poderosa, assídua e activa na sociedade. Estamos numa altura de mudança. Nesse sentido, esta mudança fez-me pensar na criação de uma colecção que a mulher possa usar para trabalhar e que não seja um fato e uma camisa branca, mas peças mais pessoais, que individualizem quem as usar”, explica.

Para o efeito, o designer desenhou camisas e usou tonalidades que oferecem “um ar mais formal”, como o camel, o castanho e o branco, e misturou-as com tamanhos oversize, sobreposições, formas desiguais, assimetrias e cores fortes. “Apesar de ser Inverno não acho que tenha de ser monocromático, apeteceu-me dar cor à colecção, é uma espécie de evolução da anterior, mas não tão exuberante. Daí a introdução do laranja, do azul e do verde.”

Depois do “caos inicial” do processo criativo de Pedro Pedro, os desenhos finais esboçam “uma mulher mais adulta, muito segura, que gosta de se destacar, de uma forma subtil, sem exageros, que gosta de individualidade”, descreve ao PÚBLICO.

Para os criadores, desfilar em Milão “superou as expectativas”, declara Carlos Gil, orgulhoso por os interessados no seu trabalho conseguirem identificar as suas peças, embora esta seja uma “colecção muito diferente das anteriores”, reconhece. Estar em Itália, oferece-lhe uma “grande visibilidade” graças aos desfiles e ao showroom, de onde vende para o mundo inteiro.

Também para Pedro Pedro, a nível internacional “tem corrido muito bem”. “Acho que o mercado italiano está mais receptivo. Os italianos estiveram muitos anos fechados neles próprios e se calhar agora estão à procura de alternativas e de ideias diferentes e inovadoras”, avalia o criador que fez a sua estreia internacional individual em Setembro de 2016, na semana da moda feminina de Milão.