

+ MODA



KIARA ELIAS MATEUS

Editorial

A moda vai muito além das roupas, é identidade, é contar histórias. E o projeto “+Moda” celebra isso ao revisitar, em sua primeira edição, a trajetória de Alexandre Herchcovitch, um dos grandes nomes da moda brasileira.

O projeto será dedicado apenas a estilistas brasileiros que marcaram suas gerações! Com foco em seus maiores feitos profissionais, a revista busca valorizar e expandir o conhecimento das pessoas pela moda produzida no nosso país. Todos os textos são independentes, ou seja, tem começo, meio e fim e dessa forma podem ser lidos em qualquer ordem, apesar de estarem organizados em uma certa cronologia.

Começando nos anos 80, quando ainda criança, Alexandre já brincava com agulhas e linhas até se tornar um ícone nas passarelas do mundo, o projeto nos leva por essa jornada cheia de estilo e atitude. No centro desse cenário está São Paulo, que entre 1950 e 1970 virou o coração da moda nacional. Enquanto o Brasil lidava com mudanças políticas e econômicas, o jovem estilista se inspirava no punk e na cena underground, marcando seu estilo com referências LGBTQIAPN+, fetichismo e uma atitude provocadora. Quando seu desfile de formatura encantou jornalistas e críticos, o caminho para sua grife estava traçado: ele veio para fazer história!

“+Moda: Herchcovitch” é um mergulho no universo de um de nossos grandes estilistas e uma celebração da moda brasileira. É moda com atitude, é olhar para o que a gente veste e entender um pouquinho de quem somos e de onde viemos.

Índice

- 4 A star is born
- 6 Herchcovitch
- 10 A moda pré anos 80
- 12 De tudo um pouco
- 16 O fim de uma era?
- 18 À La Garçonne
- 20 A volta dos que não foram
- 24 Para tudo tem uma primeira vez

A star is born!

Nos anos 80, em São Paulo, um garoto de 10 anos começa a se aventurar pela costura, inspirado pela mãe, que era costureira e dona de uma loja de lingerie. Na adolescência, ele já fazia roupas para amigos e familiares, e chamava atenção pela originalidade das peças. Após algumas experiências em cursos de arte, ele descobre nos anos 90 o curso de moda na Faculdade Santa Marcelina (FASM) e finalmente encontra seu lugar.

Entre o final da década de 1950 e 1970, São Paulo se tornou o principal centro de moda do Brasil, acompanhando um fenômeno internacional. A moda prosperava nas metrópoles industriais do mundo (como Milão, Londres, Nova York e Paris), devido ao seu poder econômico. Assim, foi na maior cidade do Brasil que os costureiros encontraram espaço para desenvolver seu trabalho de alta-costura e confecções de luxo. A presença desses grandes nomes em São Paulo durante esse período foi crucial para o avanço das do país nessas áreas.

A moda no Brasil nos anos 80 e 90 foi cheia de altos e baixos: enquanto o país saía da Ditadura Militar e enfrentava crises econômicas, o setor viu momentos marcantes. Em 1980, São Paulo recebeu a primeira FENATEC (Feira Nacional da Tecelagem), e em 1984 a UFMG lançou o primeiro curso superior de moda. Nos anos 90, o papel do estilista mudou: de peças exclusivas para roupas acessíveis nas lojas de departamento, os designers passaram a assinar suas criações,

tornando-as acessíveis à classe média. Como lembra Érica Palomino no livro A MODA, “Entre 1992 e 1997, pelo menos 773 empresas da área têxtil fecharam, e mais de 1 milhão de pessoas perderam o emprego”.

Durante a faculdade, Alexandre construiu uma identidade própria, inspirada pelo punk e o underground — uma pegada livre, artística e inesperada para os anos 90. Nascia então a marca “Herchcovitch;Alexandre.” O desfile de formatura foi um sucesso entre jornalistas e críticos, e ele deixou o underground para se tornar uma estrela em ascensão no universo da moda. Suas criações misturavam referências LGBTQIAPN+, fetichismo e um toque punk que quebrava barreiras e chamava atenção tanto no Brasil quanto lá fora.

Conhecido da noite paulistana e DJ nas horas vagas, ele se aproximou do universo das drag queens, criando figurinos para shows cheios de bate-cabelo, especialmente para a icônica Márcia Pantera. A parceria com Pantera foi marcante e rendeu momentos como o desfile de 1993, em que ela desfilou um look poderoso: um vestido branco, uma cruz invertida, terço nas mãos, chifres e um rastro de “sangue” pela passarela.

No início, seu trabalho foi visto como transgressor pela diferença. Com uma vibe clubber, ele trouxe algo novo e ousado. “Antes, a transgressão era explícita: caveira, sangue, travesti na passarela. Minhas roupas eram rasgadas, sem acabamento, super cruas. Meu segundo desfile foi só com tecidos com defeitos, mofados, que estavam apodrecendo”, relembra ele em entrevista à donna da Gauchazh em 2015¹.



© Reprodução: Farfêch

A marca “Herchcovitch;Alexandre” nasceu de fato, segundo o próprio, quando ele vendeu sua primeira camiseta, aquela bem conhecida com estampa de caveira, que ele mesmo desenhou, para um amigo porque ela tinha que ser entregue com uma etiqueta, etc. Mas prefiro considerar que foi após seu ingresso na faculdade, já que ali as coisas ficaram profissionais de fato.

As boates eram o epicentro da vida noturna. Nos anos 80 e 90, esses espaços ofereciam noites repletas de música, dança, glamour e extravagância. Mais do que simples lugares para dançar, as boates eram símbolos culturais, refletindo as transformações sociais e culturais de cada década. Nos anos 80, o estilo disco começou a ceder espaço a novos gêneros musicais e visuais. O New Wave, Synthpop e Rock dominaram as pistas. Os DJs passaram a ter um papel fundamental, criando remixes que mantinham a energia dos frequentadores. Na moda, a época foi marcada pelo exagero: cabelos volumosos, maquiagem vibrante e ombreiras imponentes.

- 4 A boate Madame Satã em São Paulo fazia sucesso nos anos 1990.
- 5 Interior da boate Madame Satã.

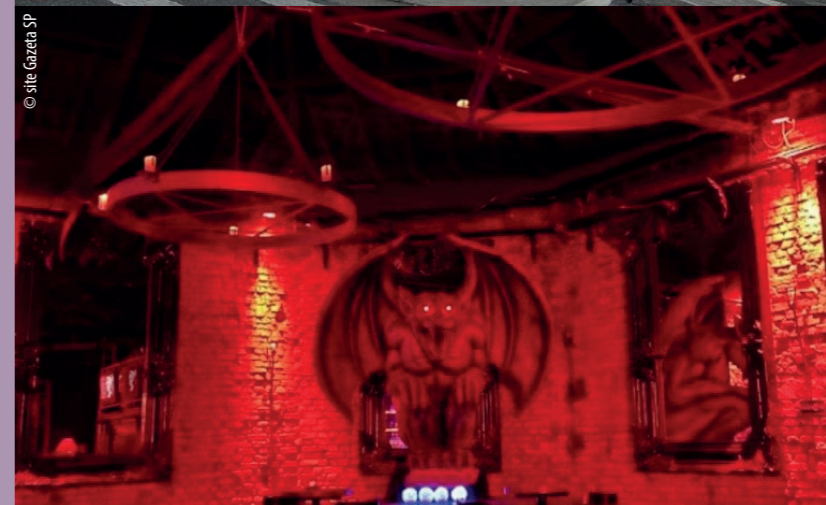


© Reprodução/Instagram/@alexandrehercovitch

© Revista Elle Brasil



© site São Paulo Antiga



© site Gazeta SP

¹ <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/moda/noticia/2015/04/entrevista-aos-20-anos-de-carreira-alexandre-hercovitch-afirma-nao-acredito-em-quem-diz-nao-ligo-para-a-moda-cjplexirw00v2mncnbd30wu4r.html>

Herchcovitch²

Em 1994, logo após se formar em moda pela Faculdade Santa Marcelina, Alexandre Herchcovitch faz sua estreia no mundo fashion no evento que revolucionaria a moda brasileira: o Phytoervas Fashion. O Phytoervas Fashion foi idealizado pela marca de cosméticos “Phytoervas”, fundada em 1986, e nasceu de uma parceria entre Cristiana Arcangeli e Paulo Borges. A ideia, inicialmente um concurso de modelos, o Phyto Look, evoluiu quando Cristiana notou o talento dos jovens estilistas por trás dos looks das modelos. Com a visão de “lançar e desenvolver a carreira de novos talentos da moda”, como afirmou Paulo, o evento foi criado e trouxe em sua primeira edição desfiles icônicos. Abrindo com Walter Rodrigues, seguido por Sônia Maalouli (da Cia. do Linho) e, para

fechar, o próprio Alexandre Herchcovitch. “Talvez tenha sido meu primeiro desfile oficial. Tive a oportunidade de contar com profissionais, iluminação, som e trilha. Era tudo novo para mim,” lembrou Alexandre no livro História da Moda no Brasil - das influências às autorreferências.

Em 1996, a parceria entre Paulo e Cristiana se encerra, mas cada um continua a impulsionar a moda no Brasil. Cristiana lança o Phytoervas Fashion Award, premiando estilistas, jornalistas e modelos de destaque na área. Paulo, por sua vez, cria o Morumbi Fashion Week em parceria com o Shopping Morumbi, evento que mais tarde se tornaria o famoso São Paulo Fashion Week (SPFW), consolidando-se como a principal semana de moda do país.

Com um estilo que misturava provocação e sofisticação, Alexandre rapidamente se destaca. Em pouco mais de um ano, já havia aberto duas lojas em São Paulo, no Shopping Morumbi e no Jardins. Suas coleções brilhavam nas passarelas, especialmente na SPFW, onde traz uma estética que une alfaiataria, streetwear e referências culturais diversas. Em seus desfiles, nada de padrões convencionais: ele aposta em silhuetas ousadas, estampas e paletas de cores diversas — mesmo com uma influência punk, não se prende só ao preto.

O trabalho de Alexandre é celebrado pelo domínio da alfaiataria e pela habilidade em unir o clássico ao contemporâneo. Suas modelagens inusitadas são autênticas e irreverentes, criando peças icônicas e diferentes de tudo o que já se viu. Em dois desfiles, essa energia criativa ficou marcada: na SPFW de 2008, com inspiração em uniformes militares, e na 20ª edição do evento, em uma coleção feminina que trouxe referências ao sadomasoquismo.

Na SPFW de 2008, ele explorou a ideia de “igualdade entre países em conflito” — que, ironicamente, sabemos que não existe. A coleção apresentou lenços com bandeiras de países “inimigos” como Israel e Palestina e uma calça de inspiração afegã com estampa indiana. Já em 2015, Alexandre surpreendeu com uma coleção ousada, com muito preto, transparências e recortes. O convite foi inovador: o desfile, realizado na Prefeitura de São Paulo, no Viaduto do Chá, no centro de São Paulo, teve como ingresso um bilhete único personalizado e carregado, incentivando os convidados a irem de transporte público.

Em 1999, os desfiles do Morumbi Fashion Week foram transmitidos na televisão pela primeira vez, no canal estadunidense E!. Nesse mesmo ano, a modelo britânica Kate Moss desfilou pela Ellus, marca brasileira de jeans fundada por Nelson Alvarenga, momento que trouxe reconhecimento mundial para a moda no Brasil. Após isso, algumas modelos brasileiras começaram a ganhar reconhecimento no exterior, como Adriana Lima, Gisele Bündchen e Isabeli Fontana.

Agora, em outubro de 2024, Alexandre retorna para o desfile de abertura da 58ª edição da SPFW com uma pegada anos 70: looks brilhantes, paetês e lurex em vestidos e saias recortadas, revelando mais pele. Após a abertura festiva, a coleção migra para um estilo casual com jeans flare, um toque de elegância retrô para os amantes da moda.

“O começo prometia drama, nos vestidos darks em jacquard, de ancas pesadas. Mas é abrir o primeiro decote, não óbvio, que mostra todo o tórax até a calcinha brilhosa, para entender que os códigos são outros e invertidos. O lurex, por exemplo, símbolo do fun, vem (quase) super sério nos costumes de alfaiataria; enquanto o denim lavado dá assunto a jardineiras recortadas e calças amplas.”, analisa a revista L’Officiel Brasil.¹

¹ <https://www.revistalofficiel.com.br/fashion-week/spfw-58-alexandre-herchcovitch-da-festa-ao-ultracausal>



1 Primeiro desfile profissional do Alexandre no Phytoervas Fashion.



2 A Último desfile de Alexandre para a marca Herchcovitch; Alexandre. O desfile ficou conhecido como o desfile de despedida da marca que o estilista fundou.



3 Loja da Herchcovitch; Alexandre em São Paulo.

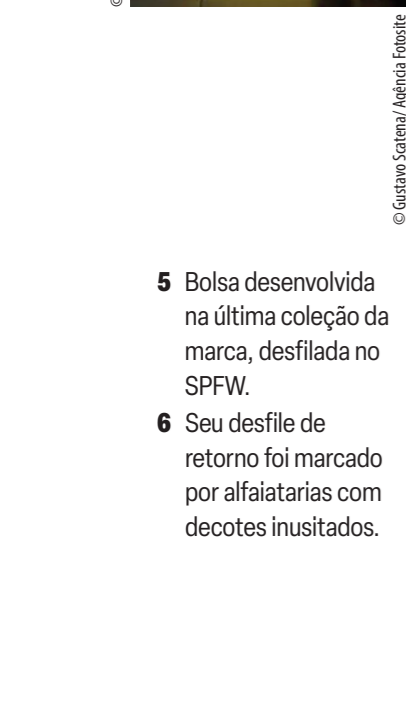
4 Desfile da SPFW 2008 teve inspiração em países em conflito militar. As peças tiveram como inspiração os uniformes militares e os lenços foram feitos com retalhos de bandeiras de países inimigos.



© Marie Hippenmeyer/APP

7 Kate Moss, durante desfile da coleção Ellus primavera-verão, no Morumbi Fashion Show, 1999.

8 Adriana Lima na SPFW.



5 Bolsa desenvolvida na última coleção da marca, desfilada no SPFW.
6 Seu desfile de retorno foi marcado por alfaiatarias com decotes inusitados.



© Revista Elle - Ze Takahashi



© Daniel SIMON/Gamma-Rapho via Getty Images, Pinterest/FFW

9 Gisele Bundchen para Versace, em 1999.

10 Peça do desfile de despedida da marca que foi fundada por Alexandre.

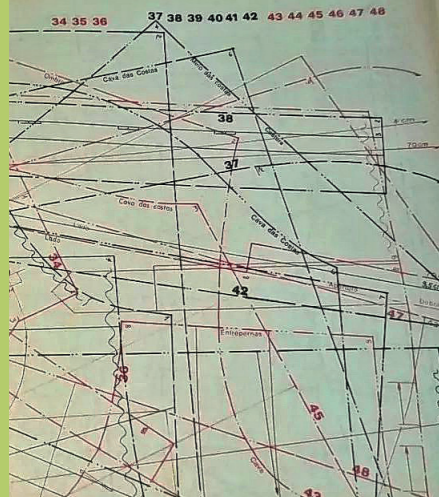




1 A revista *Jornal das Moças* circulou no Brasil entre os anos de 1914 e 1965.



2 A revista *Figurino Moderno* ensinava as mulheres a fazerem seus próprios vestidos.



A moda pré anos 80

Antes de continuar essa história é preciso voltar um pouco...

A moda no Brasil sempre flertou com as influências europeias, especialmente francesas, desde os tempos coloniais até o século XIX. As elites importavam tecidos, roupas e acessórios de Paris, onde o toque europeu simbolizava status e sofisticação. Mas, à medida que o país se industrializou entre os séculos XIX e XX, começaram as primeiras tentativas de adaptar essas inspirações ao clima tropical e à cultura local, com as costureiras e alfaiates dominando a cena.

As regras eram claras: dos cortes aos tecidos, tudo seguia as tendências europeias, e mudanças bruscas só aconteciam com grandes eventos, como casamentos reais. Essa rigidez nos moldes foi quebrada a partir de meados do século XIX, com o surgimento dos primeiros criadores de moda, como o francês Charles Frederick Worth, pioneiro em assinar suas peças.

No século XX, especialmente nas décadas de 1930 e 1940, a moda brasileira começou a traçar seus próprios passos. Com o crescimento urbano e a popularização da máquina de costura, a produção de roupas ganhou força. Ainda havia um toque artesanal, mas revistas de moda como *Jornal das Moças* e *Figurino Moderno* trouxeram os looks parisienses ao alcance do público — muitas vezes com moldes destacáveis para facilitar.

Com a Segunda Guerra Mundial, o Brasil ganhou mais autonomia no estilo, explorando tecidos leves e silhuetas ajustadas ao nosso clima. Surgiram as primeiras magazines, e os moldes

importados ajudaram a criar peças fiéis à alta-costura europeia. Já não era necessário ir a Paris para ter um look haute couture.

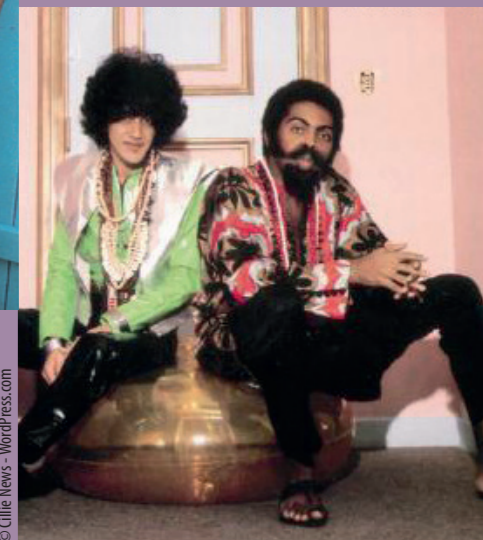
Nesse contexto, nomes icônicos como Dener Pamplona e Clodovil Hernandes brilharam com a missão de criar a alta-costura brasileira. Com peças que celebravam a fauna e flora locais, eles deram forma ao luxo nacional. Em meio a isso, a célebre “Guerra das Tesouras” intensificou a rivalidade entre os dois, o que só aumentou a visibilidade de suas marcas.

Nos anos 1960, o Brasil vivenciou uma revolução cultural com a Tropicália, que influenciou diretamente a moda. A brasilidade passou a ser um statement, e a mistura de referências globais com elementos locais começou a consolidar a identidade da moda brasileira.

Já nas décadas de 1980 e 1990, o setor se profissionalizou. Com o surgimento das semanas de moda e dos cursos especializados, estilistas como Lino Villaventura e Alexandre Herchovitch colocaram o Brasil no radar internacional. Essa nova geração chegou com referências e personalidade próprias, consolidando o prêt-à-porter e fortalecendo um mercado cada vez mais independente.

Hoje, a moda brasileira segue se afirmando com uma identidade própria. Os estilistas investem em criações que valorizam a diversidade cultural e étnica do país, enquanto temas como sustentabilidade e inclusão ocupam o centro das discussões na moda contemporânea, revelando que nossa moda é mais do que tendência: é um reflexo da nossa história e identidade.¹

¹ Todas as informações desse texto foram tiradas do livro “História da Moda no Brasil: das influências às autorreferências”.



© Cille News - WordPress.com

3 O movimento ficou marcado pelas roupas coloridas e por atuações performáticas.

© site Imprevistos Musicais



4 O Movimento Tropicália influenciou a moda da época

De tudo um pouco

Na moda, licenciamento e parcerias são o que chamamos de “jogadas de mestre”. Basicamente, funciona assim: uma marca empresta um pouco da sua identidade - seja o nome, logotipo ou até um personagem - para outra empresa, que então leva essa “personalidade” a produtos novos. E claro, com Alexandre Herchcovitch, essa prática já gerou diversas colaborações que vão desde cama e banho até sapatos, óculos e relógios. Além das parcerias, Alexandre também deixou sua marca em várias grifes brasileiras, como a Rosa Chá, Zoomp e À La Garçonne, onde atuou como diretor criativo.

Citando as mais criativas -na minha opinião- nós temos:

Band-aid & Alexandre Herchcovitch: os curativos da Johnson & Johnson deixaram de ter a cor bege padrão por uma temporada, o BAND-AID contou com dez estampas diferentes (e psicodélicas) e foi vendida em duas embalagens. Outra curiosidade é que o BAND-AID por Alexandre Herchcovitch foi o primeiro produto da J&J do Brasil com inscrição em braile. O lançamento foi feito nos desfiles das coleções feminina e masculina primavera/verão 2008/2009;



HP & Alexandre Herchcovitch: o designer foi convidado para criar uma edição limitada do exclusivo notebook Pavilion dm1, Alexandre usou como referência a coleção inverno 2012/13, que trouxe rendas em contraste com tons verde oliva. A estampa foi aplicada na tampa do computador, teclado, parte interna e em acessórios, como capa para o notebook, que já vinha incluso. Esse produto foi comercializado em outros países além do Brasil, como Argentina, estados unidos e México;



1 Peças de roupa a venda na loja online da Farfetch.



© aplicativo da Farfetch

BIC & Alexandre Herchcovitch: em 2007 a BIC, em parceria com Alexandre Herchcovitch, lançou uma linha de isqueiros com estampas criadas pelo estilista. Foram produzidas 600 mil unidades e elas foram distribuídas em localidades específicas da moda no Sul e Sudeste do país. Na época, antes de seu lançamento oficial, 80% do volume de produção já tinha sido vendido para o varejo -informações do site oficial da marca;



Motorola & Alexandre Herchcovitch: essa parceria foi a primeira vez que uma fabricante de celulares lançava aparelhos assinados por um estilista, no caso, um dos maiores do Brasil. O modelo V510 e o V185 ganharam, em 2004, capas exclusivas desenvolvidas pelo estilista e saíram de fábrica trazendo desenhos de suas famosas caveiras, além disso, os dois modelos eram pré-carregados com conteúdo do estilista, incluindo papéis de parede, protetores de tela e toques.



© site alexhercovitch



“Eu sempre acreditei que com esses outros negócios, como licenciamentos e colaborações, eu conseguiria que a minha marca chegasse a muito mais pessoas. Uma pessoa pode gostar da marca, mas nem sempre ela quer usar aquilo que ela vê na passarela, ou em uma loja. Ela admira o criador mas as vezes fala ‘não é pra mim’, mas pode querer uma outra coisa, e foi assim que em 1999 eu abri para negócios mais populares e mais acessíveis para que a minha criação chegasse a mais pessoas”, relembrou o estilista no programa Roda Viva da Tv Cultura.

Mas talvez a colaboração mais icônica e inesperada seja a com a Zelo. Desde 2003, a parceria “ZELO x Alexandre Herchcovitch” encheu as linhas de cama, mesa e banho com estampas ousadas e inconfundíveis do estilista. E foi uma parceria que sobreviveu até mesmo a um dos momentos mais agitados da carreira de Alexandre: quando, após vender a marca Herchcovitch; Alexandre para a InBrands, ele se afastou da direção criativa. Com ele fora, a empresa decidiu seguir uma nova estratégia e dissolveu quase todos os licenciamentos. O resultado? A marca sofreu um verdadeiro “apagão” e sua presença no mercado diminuiu drasticamente. A assessoria da Zelo foi procurada mas não forneceu informações sobre a parceria entre as duas empresas.

“Quando saí, eram 25 licenciamentos. Restou apenas a Zelo, parceria que tem 22 anos. Estou retomando o mesmo formato de negócios, mas com certas diferenças.”, disse em entrevista a revista L’Officiel¹.

Com seu retorno como diretor criativo, Herchcovitch parece mais afiado do que nunca. Ele uni forças com a Farfetch, a plataforma global líder em moda de luxo, e lançou uma coleção exclusiva que celebra suas três décadas na moda. E a Farfetch não foi escolhida por acaso: “A escolha pela Farfetch foi justamente pelo potencial de audiência, algo que não conseguiria por conta própria”, complementa Alexandre.

A coleção traz 30 camisetas exclusivas, cada uma representando um ano de sua carreira, com estampas únicas e limitadas a uma unidade por peça - uma verdadeira raridade. A cereja do bolo? Uma camiseta número 31, que reúne todas as estampas anteriores em um único modelo. E, claro, as caveiras estão lá, revisitando o ícone que é marca registrada de Alexandre ao longo de sua trajetória. Essa collab com a Farfetch, chamada de Farfetch Beat, promete entregar colaborações ainda mais exclusivas e dar aquele toque global que só Herchcovitch sabe fazer.

A Farfetch é uma plataforma de comércio eletrônico que vende produtos de moda de luxo. A empresa foi fundada em 2008 por José Neves, um executivo português, e é considerada uma das principais plataformas de tecnologia para a indústria da moda de luxo.

A Farfetch vende produtos das marcas de luxo mais famosas, como Jacquemus, Bottega Veneta, Céline, Gucci, Prada e YSL. A empresa tem parceria com boutiques de luxo em todo o mundo, que podem estar localizadas em qualquer lugar do globo. As compras feitas nessas boutiques parceiras são entregues no Brasil com frete internacional fixo e todas as taxas de importação inclusas no preço final.

A plataforma também oferece um programa chamado F6, que permite a entrega no exterior, a redução do IOF e a retirada em uma boutique de sua escolha. Seu diferencial é a possibilidade de parcelar as compras feitas no exterior.

Durante a pandemia, as vendas da Farfetch triplicaram. A receita com produtos vendidos (GMV) passou de US\$ 1,2 bilhão em 2018 para US\$ 4,2 bilhões em 2021.

- 2 Produtos de coleções ZELO x Herchcovitch; Alexandre.
- 3 Coleção que celebra 30 anos de carreira.

¹ <https://www.revistalofficiel.com.br/moda/alexandre-herchcovitch-retoma-a-narrativa-de-suas-criacoes>



O fim de uma era?

Em 2008, Alexandre Herchcovitch deu uma guinada estratégica ao vender 70% de suas marcas, Herchcovitch; Alexandre e Herchcovitch; Jeans, para a holding de luxo InBrands, que também gerencia nomes como Ellus e Richards. Apesar de os valores da transação não serem divulgados, o acordo foi estratégico: Alexandre seguiu com liberdade criativa, enquanto a InBrands cuidava do gerenciamento da empresa. “Vendi minhas marcas porque o grupo vai fazer uma injeção de capital que eu levaria anos para realizar. Com isso, as marcas vão tomar um novo rumo, e tudo que eu sonhei poderá se realizar a partir de agora”, disse Alexandre à Folha de São Paulo¹ na época.

Essa era uma fase em que a InBrands estava se consolidando – criada no início de 2008, já possuía grandes parcerias, incluindo as grifes Ellus, 2nd Floor e Isabela Capeto e a Luminosidade, que organiza o São Paulo Fashion Week (segundo o site Investe SP do governo estadual²). Com a gestão assumida pela holding, as lojas físicas da marca em São Paulo, Porto Alegre e Brasília passaram por uma revitalização. Alexandre seguiu como diretor criativo até 2016, quando decidiu se afastar. “Mesmo depois da venda eu continuei como diretor de criação e comunicação da marca por mais 6 anos por aí, e depois eu não aceitei a proposta de renovação. Era uma proposta unilateral e que não me permitia avançar em outros cenários como por exemplo a sustentabilidade, eu não poderia trabalhar em outras marcas, eu ficaria um pouco preso e financeiramente não era bom.”, comentou ele ao

Roda Viva em 2024. Pouco depois, Alexandre se juntou à equipe da **À La Garçonne**, fundada por Fábio Souza, seu parceiro na época.

A InBrands foi fundada em 2008 como uma holding de moda com um modelo de negócios focado na aquisição e gestão profissional de marcas icônicas do segmento de lifestyle e moda no Brasil. Desde sua criação, a empresa buscou liderar o setor por meio de inovação e rentabilidade, adquirindo e desenvolvendo diversas marcas renomadas como Ellus, Richards, Alexandre Herchcovitch, entre outras. (Fonte: site InBrands)

Após sua saída da marca, Alexandre deu início a um projeto icônico: desenhou o look dourado que Gisele Bündchen usou na cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos de 2016. A ideia do look brilhante era maximizar o impacto da passarela mais longa da carreira da supermodelo (128 metros no Maracanã ao som de “Garota de Ipanema”), numa entrada histórica e marcante que foi também o último desfile de Gisele antes de sua aposentadoria.

“Como a apresentação aconteceria no estádio vazio, pensamos em usar paetê dourado. Desenvolvi especialmente com a Lotex Tecidos um paetê dupla face dourado claro, da cor da pele e do cabelo da Gisele. A gente bordou ele horizontalmente, o que não é de costume, isso porque quis que ele desse a volta em seu corpo.” disse o estilista ao portal FFW³.

A À La Garçonne, criada em 2004, tem como principal filosofia a sustentabilidade, focando no reuso de materiais e no upcycling (técnica que consiste em dar um novo e melhor propósito para um material que seria descartado sem degradar a qualidade e composição do mesmo), com a chegada de Alexandre Herchcovitch na equipe de estilo, a marca começou a exibir suas coleções de roupas regularmente em desfiles e a comercializá-las em todo o Brasil e no mercado internacional.

“A primeira coisa que aconteceu foi: demitir duas pessoas [minha mãe e meu irmão] que estavam comigo há anos e me tirar do espaço que eu construí para fazer o meu trabalho como eu achava que ele deveria ser feito, tudo isso eu chamo de segredo industrial...Aconteceu tudo isso que não deveria ter acontecido, na minha época, a ideia principal era esquecer tudo o que eu tinha construído e fazer de uma maneira nova e, supostamente, melhor e não foi isso que aconteceu.”

Com o afastamento de sua própria marca, Alexandre também compartilhou os desafios que enfrentou após a venda. “Tive que demitir pessoas que estavam comigo há anos e deixei o espaço que construí para trabalhar à minha maneira. Era tudo sobre ‘esquecer o que fizemos e tentar de uma maneira nova’, e nem sempre foi o que funcionou.” E essa experiência, infelizmente, não foi exclusiva de Alexandre. A moda brasileira de 2007-2008 viu muitos estilistas perderem seus nomes em transações financeiras que nem sempre deram certo. Fause Hatén, por exemplo, vendeu sua marca ao grupo l’M, mas se afastou após cinco meses, alegando não ter recebido nem mesmo o salário de diretor criativo. Em suas palavras, “Eu não perdi a minha marca. A minha marca sou eu, minha cabeça e minhas mãos.” Pouco depois, a l’M declarou falência.

Desde então, Fause Hatén não atuou mais com destaque no campo da moda. Ele se formou em artes cênicas e em 2010 estreou como autor e ator teatral. Em 2011 lançou o CD autoral CDFH e o livro Algumas Palavras, com textos poéticos de sua autoria. Em 2013 ele lançou mais um CD VÍCIO de regravações do universo brega e entrou em turnê com o show homônimo.

Depois de seis anos longe de sua própria marca, Alexandre anunciou seu retorno em 2022. Em uma parceria renovada com a InBrands por meio de sua empresa AMA12, ele garantiu um novo contrato que lhe confere autonomia criativa e comercial, com direito ao uso do nome Alexandre Herchcovitch por mais uma década. “Na verdade, eu não recomprei a marca. Tenho mais dois sócios nessa nova fase e liberdade total para gerenciar a marca pelos próximos dez anos.” Uma nova fase cheia de ousadia e promessas!



¹ <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0301200824.htm>

² <https://www.investe.sp.gov.br/noticia/inbrands-compra-70-de-empresa-de-herchcovitch/>

³ <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/herchcovitch-como-foi-criar-o-vestido-gisele-bundchen-olimpiadas/>

À La Garçonne

A À La Garçonne, marca brasileira fundada em 2009 por Fábio Souza, nasceu com uma missão sustentável que vai muito além das tendências passageiras. Desde o início, a proposta foi trabalhar com upcycling — ou seja, reaproveitar materiais descartados, dando-lhes uma nova função, sempre com um toque de criatividade. No começo, a marca focava em roupas vintage e objetos de decoração garimpados ao redor do mundo, mas logo se expandiu para a moda contemporânea. Hoje, é famosa pelas coleções que misturam alfaiataria, streetwear e detalhes de luxo, com peças pintadas à mão. E, com a criação da linha À La Garçonne Home em 2014, a marca também passou a oferecer móveis antigos, ampliando o conceito de sustentabilidade para o design de interiores.

Upcycling X Brechó

O movimento Upcycle surgiu em 1994, com o objetivo de tornar a produção mais sustentável. O upcycling é uma forma de customizar roupas, mas com o objetivo de aumentar o ciclo de vida dos itens e a circulação de produtos, pode ser uma forma de praticar o estilo de vida Slow Fashion, que estimula a manutenção, reparo e reforma de produtos. Já os brechós são apenas lojas que vendem artigos usados, como roupas, calçados, objetos de arte e bijuterias. Essa forma de consumo também visa a diminuição da produção de lixo e o consumo sustentável, mas sem alterar a cara dos produtos.

- 1 Desfile SPFW 2017
À Lá Garçonne feminino.
- 2 Coleção À Lá Garçonne
X Hering.
- 3 Coleção Riachuelo X À Lá
Garçonne Barbie 2019.

© site Elás no tapete vermelho



© site The game, Ze Takahashi / site alexandrehercovitch



© Divulgação



Os ideais de sustentabilidade da grife são elogiados por compradores. “Eu acho importante uma marca grande desse tipo, que é representada por uma figura importante do país ter esse senso de responsabilidade ambiental tão bem definido, principalmente com o momento que estamos vivendo no mundo, com as crises climáticas.” comenta Mona Hammoud, estudante de moda e consumidora da marca.

Foi em 2016 que a parceria entre Alexandre e Fábio, que então eram um casal, se solidificou na À La Garçonne. Alexandre, recém-saído da marca Herchcovitch; Alexandre, assumiu a direção criativa, trazendo seu toque único e criando coleções que vão do formal ao casual, com uma pegada livre e inovadora. A marca também lançou a ÀLG, uma segunda linha voltada para o streetwear, cheia de influências dos anos 90 e da moda esportiva, que se conecta fortemente com o público jovem. Seus desfiles no São Paulo Fashion Week são aguardados e sempre trazem algo inesperado.

“Fui convidado para trabalhar como estilista da marca, aceitei na hora e comecei a me aprofundar em todo o processo de sustentabilidade, de tudo que dá pra fazer sobre esse tema. Fiquei 6, 7 anos estudando isso.”, disse Alexandre em entrevista ao programa Roda Viva da Tv Cultura, em 2024.

Em 2020, a À La Garçonne abriu uma loja de 500m² em São Paulo, reforçando sua presença tanto no Brasil quanto internacionalmente. E o compromisso com a sustentabilidade segue firme, inclusive nas colaborações: em 2023, a parceria com a Malwee deu origem a uma coleção que reutilizou 4 toneladas de tecidos armazenados. Foram criados 28 modelos (entre camisetas,

vestidos, jeans e moletos) com assinatura de Herchcovitch, a coleção foi produzida em malha 100% algodão, além de jeans com elastano e malha esportiva pensadas para serem práticas e confortáveis para o dia a dia. A grande novidade? O uso de upcycling no jeans, agora em escala industrial! “É inédito na moda: dar um novo significado a peças já prontas e em série,” afirma Gregório Reis, diretor de Marketing da Malwee, em entrevista ao portal Fashion Bubbles¹.

Em 2017, a grife surpreendeu ao colaborar com a Braskem para criar peças exclusivas com o inovador Plástico Verde, feito de cana-de-açúcar, para a São Paulo Fashion Week N43. O Plástico Verde (Polietileno Verde l'mgreenT) foi desenvolvido com uma tecnologia brasileira, a base de cana-de-açúcar, ele auxilia na redução de emissão de gases estufa na atmosfera, uma vez que a cana captura gás carbônico durante seu crescimento. O material apresenta as mesmas características do polietileno tradicional e é 100% reciclável.

Essa foi a primeira vez que ele foi usado na moda, foram produzidos botões e pulseiras que poderiam ser personalizados e confeccionados na impressora 3D da Made in Space.

“Nosso objetivo é demonstrar que é possível aliar ideias sustentáveis à paixão pela moda. Tanto a impressão 3D quanto o Plástico Verde ajudam a expandir os limites da criatividade e permitem romper com o ciclo de desperdício nesse mercado, produzindo de acordo com a demanda e utilizando fonte renovável, com a possibilidade de reciclagem.”, afirma Claudia Bocciardi, diretora de Marketing da Braskem, em matéria de divulgação do projeto no site da empresa².

¹ <https://www.fashionbubbles.com/estilo/malwee-e-a-la-garconne-upcycling/>

² <https://www.braskem.com.br/detalhe-noticia/braskem-e-a-la-garconne-levam-o-plastico-verde-para-o-spfw-n43>

A volta dos que não foram

Alexandre Herchcovitch voltou a brilhar nas passarelas com sua marca homônima na 53ª edição da Casa de Criadores, um dos eventos mais badalados da moda brasileira, entre 5 e 10 de dezembro de 2023. Em um retorno triunfal após cerca de sete anos de afastamento, ele abriu o evento no Centro Cultural São Paulo com uma coleção de verão 2024 que trouxe um toque de sol e vibração à passarela. As icônicas caveiras da marca? Elas estiveram presentes, mas em doses sutis, enquanto o foco era um lifestyle praiano que não era, exatamente, moda praia.

A coleção ousou com materiais como neoprene e elastano, com peças confeccionadas em máquinas de calçados esportivos! Em contraste, looks de festa em seda e um jeans descontraído também ganharam seu lugar, e o detalhe inesperado foi a calça boca de sino, um elemento novo no repertório do estilista, que ele disse ter descoberto recentemente. A linha misturou uma estética urbana e influências litorâneas, combinando a elegância da alfaiataria com estampas vibrantes e acessórios que são a cara da estação. Tecidos leves e fluidos completaram o visual, com modelagens ajustadas que evocam sensualidade, ao lado de peças volumosas e frescas.

Um dos pontos altos foram os vestidos-camisola, com pregas e detalhes que remetem ao estilo vitoriano, trazendo também toques dark e fetichistas que revelam a pele com sutileza. O design da coleção equilibra contrastes, transformando o comum em um novo conceito de luxo visual.

Mas antes desse retorno, em dezembro de 2022, Alexandre deu um “esquentar” com um desfile

exclusivo e um documentário na plataforma Max, da HBO, para marcar sua volta à marca Herchcovitch; Alexandre. Esse evento privado, em um galpão no Bom Retiro, em São Paulo, foi um passeio pelo passado e presente da marca: araras exibiam peças de arquivo, desde a época da faculdade de Alexandre até seu último desfile em 2015. No documentário, ele compartilha o desafio de revisitar essa marca que ele fundou, fez crescer e depois vendeu. “É um desafio muito grande voltar para uma marca que eu fundei, fiz



© Ze Takahashi

crescer e depois vendi, agora eu tenho um maior ainda, de expor 30 anos dessa história em um único e decisivo desfile”, confessa Alexandre em um dos primeiros momentos do teaser.

“A criação toda começa em estrutura de camiseta (que é talvez a peça que eu mais goste de fazer e a mais vendida da minha vida), são ternos, alfaiataria feitos de tecido de camiseta, de malha de camiseta ou de moletom, esse tipo de coisa sutil faz parte do meu pensamento. Depois lá no meio tem um trabalho bem intenso de mistura de padrões, texturas, cores, que também é uma característica muito forte profunda do meu trabalho e depois são roupas fluorescentes e finaliza com alfaiataria de luxo”, diz Alexandre Herchcovitch sobre a coleção, no documentário.

A expectativa para esse dia era enorme, e consequentemente a pressão por trás dele também, pelo fato do estilista estar há 7 anos afastado da marca. O mercado não é mais igual ao que era quando ele começou, será que suas peças ainda encantam as pessoas? Será que elas se sustentam atualmente? Em uma época em que tendências são criadas diariamente e o que é ‘cool’ hoje pode não ser mais amanhã...

“Ele vai ter que se virar, porque eu que sou professor, eu vejo que essa galera de hoje é uma galera nova, completamente diferente da galera

de 10 anos atrás, de 5 anos atrás. É uma geração super mimada então assim no momento em que eles falam de moda muitas vezes eles não estão falando de fazer moda e sim de consumir. Como consumidores eles acabam falando ‘ah manda aí, é novo’, se contentam às vezes com discurso, é muito diferente da moda hoje, é muito diferente do que a gente já teve.”, diz Marcio Banfi, stylist e professor da Faculdade Santa Marcelina.

O desfile, carregado de nostalgia e com assinaturas icônicas da marca — como caveiras, xadrez e alfaiataria — trouxe um toque contemporâneo que explorou subversão e sensualidade com tecidos de malha e moletom em silhuetas confortáveis e despojadas. A apresentação reafirmou que, mesmo em uma era de tendências relâmpago, Herchcovitch mantém sua essência única e ainda é capaz de nos surpreender.

No site da São Paulo Fashion Week¹, André do Val, jornalista e comentarista de moda, analisou o desfile. “Alexandre Herchcovitch mostrou na passarela ao mesmo tempo seu talento como designer de moda e como habilidoso desenvolvedor de produtos. As peças têm cara de tapete vermelho, os vestidos com corpetes estruturados e bem ajustados na parte de cima, com a parte de baixo de saias em tecido xadrez mais fluido. Prêt-à-porter, couture, jeanswear, underwear, acessórios... O vocabulário de moda de Alexandre Herchcovitch é extenso, e a marca Herchcovitch; Alexandre é de novo uma página em branco dessa cartilha que ele volta a escrever”, escreveu.

¹ <https://spfw.com.br/desfile/herchcovitchalexandre/#atmosfera>



© Marcelo Soubhia | Agência Fotosite

Desfile de retorno à marca, apenas para convidados.

Desfile da marca Herchcovitch; Alexandre



© Ze Takahashi



© Marcelo Soubhia | Agência Fotosite



Desfile Casa dos Criadores



© Ze Takahashi



© @agfphotosite

Depois de 7 anos Alexandre Herchcovitch volta à Casa dos Criadores.



Para tudo tem uma primeira vez

No dia 20 de abril de 2024, a exposição “Alexandre Herchcovitch: 30 anos além da moda” abriu suas portas no Museu Judaico de São Paulo. Em três décadas de carreira, seria de se esperar que Alexandre já tivesse exibido seu trabalho várias vezes, certo? Mas, surpreendentemente, esta é a primeira vez que o estilista apresenta sua trajetória dessa forma ao público. Por quê? Aqui no Brasil, exposições de moda ainda são raras, já que o setor é mais visto como mercadoria do que como arte ou cultura. Até mesmo as próprias marcas, às vezes, não preservam suas peças como acervo, o que torna mostras como essa ainda mais especiais.

A exposição foi organizada em forma de caleidoscópio: uma sala que parece uma grande

“bagunça” à primeira vista, sem começo ou fim, transmitindo uma sensação de desorientação. Mariana Lorenzi, coordenadora de curadoria do museu, explica que o layout ilustra a essência de Herchcovitch. “Essa sensação, de certa forma, é uma metáfora perfeita para a trajetória de Herchcovitch. Sempre abrindo caminhos e fazendo escolhas não óbvias, construiu um percurso sólido, diversificando suas atividades e explorando diferentes frentes no mundo da moda. Ele não só mudou os rumos do setor no Brasil, mas também projetou a produção nacional na cena internacional, contribuindo significativamente para a profissionalização da indústria fashion no país.”

Para Herchcovitch, que cresceu em uma família judaica, o Museu Judaico foi o local perfeito para sua primeira grande mostra. E a exposição vai além das roupas: são quase 200 criações, incluindo sapatos, acessórios, fotografias e vídeos. “Ter minhas roupas expostas em um museu é algo fascinante. O fato de esse museu estar dentro de uma antiga sinagoga torna tudo mais simbólico ainda,” diz ele, emocionado.

Entre as peças expostas, um destaque é o vestido que Alexandre fez para sua mãe, Regina Herchcovitch, em 1985, quando tinha apenas 14 anos. O vestido, usado em um casamento, tem olhos aplicados sobre o tecido na região do busto e “lágrimas” de pérolas presas a eles. “Quería fazer algo surreal, algo que não estivesse normalmente em um vestido de festa,” lembra Alexandre em entrevista à Marie Claire¹. Também estão expostas algumas das peças mais ousadas do estilista, incluindo itens de coleções inspiradas no sadomasoquismo (peças com bastante vinil, látex,

couro), como a icônica máscara de couro usada no desfile de maio de 1997 no Museu do Ipiranga.

A curadoria é assinada por Maurício Ianês, amigo e colaborador de longa data de Herchcovitch, que passou quatro meses garimpando peças que realmente capturam a essência do estilista. “Foram quatro meses garimpando peças que contam realmente a história dele. Porque nem tudo está no acervo, muitas delas consegui com amigas e clientes”, contou Maurício em entrevista à Veja². Apesar dos desafios, a exposição consegue representar de forma completa as várias fases e inovações de Herchcovitch, fazendo os visitantes reviverem momentos icônicos de sua carreira.

Além do acervo de roupas, sapatos, bolsas, chapéus, fotos e vídeos de desfiles, a exposição permite explorar o processo criativo do estilista. Maurício Ianês explica que o objetivo era levar as pessoas para dentro do universo de Alexandre. “Queríamos criar uma atmosfera imersiva em que as pessoas se sentissem mais próximas dele, ao invés de seguir uma cronologia rígida,” disse ele em entrevista à Forbes³. A exposição se torna, assim, uma celebração criativa que revela todas as facetas de um dos estilistas mais importantes do Brasil.

¹ <https://revistamarieclaire.globo.com/moda/noticia/2024/05/alexandre-herchcovitch-revisita-carreira-em-exposicao-em-sp-moda-em-museu-no-brasil-e-algo-raro.ghtml>

² <https://veja.abril.com.br/comportamento/alexandre-herchcovitch-30-anos-de-carreira-com-exposicao-de-moda-e-alem>

³ <https://forbes.com.br/forbeslife/2024/04/alexandre-herchcovitch-faz-30-anos-na-moda-com-exposicao-em-sao-paulo/>



© Kiara Elias Mateus

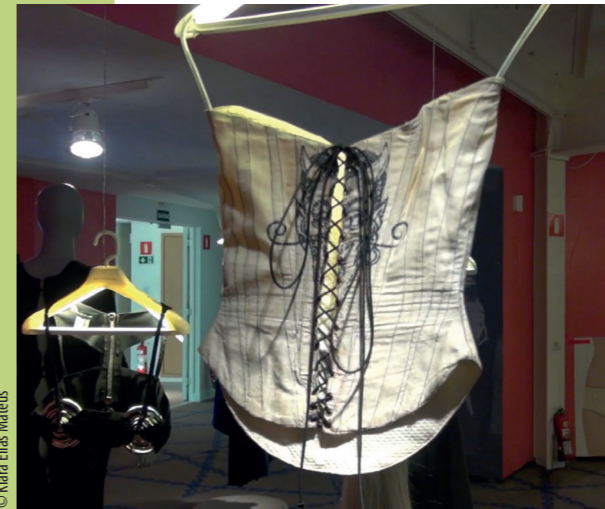


© Fernanda Carvalho Site Fotos/Photos Cabrel Escritório de Imagem





© Fernanda Carvalho site Fotos/Photos Cabrel Escritório de Imagem



© Klara Elias Mateus



© Klara Elias Mateus

Peças da 1ª exposição do estilista, que celebrou seus 30 anos de carreira.

Primeiro vestido produzido por Alexandre aos 14 anos.



© Fernanda Carvalho site Fotos/Photos Cabrel Escritório de Imagem



© Fernanda Carvalho site Fotos/Photos Cabrel Escritório de Imagem



© Klara Elias Mateus



© Klara Elias Mateus

+MODA

Herchcovitch



PUC-SP

Trabalho de Conclusão do Curso
de Jornalismo da PUC-SP

Orientação do professor Fabio Cypriano