

Do Brasil para o mundo

POR GIOVANNA KUNZ

O Brasil nunca esteve tão bem representado nas vitrines e passarelas do mundo. De Nova York a Paris, de Milão a Tóquio, marcas nacionais vêm chamando atenção pela originalidade, identidade cultural e compromisso com a sustentabilidade. O que antes parecia um desafio distante, exportar moda brasileira para o mundo hoje é uma realidade que movimenta cifras bilionárias e revela o talento de designers que transformam a estética local em linguagem universal.

Entre setembro e outubro de 2025, uma intensa agenda colocou o país no radar dos principais compradores e curadores de moda. Foram 12 grandes feiras internacionais, entre elas a Who's Next e a Première Classe, em Paris, a MICAM Milano e a Coterie New York, com 163 marcas brasileiras representadas.

Por meio de projetos setoriais dedicados à moda, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) tem sido parceira na abertura de caminhos para pequenas e médias empresas levarem suas criações a eventos internacionais de alto prestígio, como as semanas de moda de Nova York, Milão e Paris. O resultado é expressivo, só em 2024, o setor exportou US\$ 2,6 bilhões, alcançando 217 mercados.



A marca Serpui foi usada pela icônica personagem Carrie Bradshaw em *Just like that*



A marca Serpui também se destacou na série *Sereias*

O projeto Fashion Label Brasil, em parceria com a Abest (Associação Brasileira de Estilistas), é um exemplo de sucesso que há 20 anos promove o design autoral brasileiro mundo afora. "A ApexBrasil vem apoiando a internacionalização da moda brasileira principalmente a partir de parcerias com entidades setoriais, como Abest, Abicalçados, Abit, Assintecal, CICB e IBGM", explica Maria Paula Velloso, gerente de Indústria e Serviços da Agência. "Temos priorizado empresas com liderança feminina e baseadas nas regiões Norte e Nordeste."

Design autoral e persistência

A Serpui é sinônimo de tradição na moda exportadora. Há mais de quatro décadas, a marca paulistana encanta o mundo com suas bolsas artesanais, verdadeiras joias feitas à mão. A trajetória internacional começou em 1999, quando a fundadora, Serpui Marie, levou suas criações para a feira Coterie, em Nova York. De acordo com a idealizadora da grife, lojas de departamento e boutiques se interessaram imediatamente e, em seguida, ela foi para Paris, na Première Classe, onde compradores do mundo todo se encontram.

O segredo do sucesso, acredita Serpui Marie, está no equilíbrio entre arte, paciência e brasilidade. "As alças das bolsas são feitas com pedras brasileiras, resinas e ágatas. As pessoas hoje respeitam a moda feita no Brasil. Não enxergam mais como algo engraçado e carnavalesco, mas como um produto elegante, sofisticado. O maior desafio é conquistar o cliente e fazê-lo voltar. Isso só acontece se o produto for desejado."

Desde 2003, a Serpui viu sua presença internacional crescer. "Quando falam na moda brasileira, as pessoas pensam em alegria e qualidade. Nosso diferencial é justamente isso, temos peças únicas, com alças em formato de banana ou tucano, que contam histórias. Ser brasileiro é o que gera o fetiche. As clientes enlouquecem quando descobrem que é feito no Brasil."

A história da Sy&Vie também revela como a determinação e o design autoral abriram fronteiras. Criada pela franco-brasileira Sylvie Quartara, a marca começou sua internacionalização em 2019, em plena pandemia. "A exportação é um processo lento, porque os compradores no exterior têm milhões de opções. É um trabalho de formiguinha, que exige persistência. O comprador não faz pedido na primeira feira, ele te observa, volta, e só depois confia."

Sylvie começou há quase três décadas com uma marca de sapato e, desde 2020, começou a criar bolsas. Ela percebeu, ao longo dos anos, uma mudança clara na forma como o design brasileiro é visto. "Há 25 anos, o made in Brazil era quase um ponto