

10

ANOS

MOZAMBIQUE

FASHION

WEEK

MFW 10 YEARS

(2)

I

CRÓNICA DO ANIMAL SIMBÓLICO

CHRONICLE OF THE SYMBOLIC ANIMAL

4

II

FÉNIX NEGRA

BLACK PHOENIX

14

III

DO ROVUMA AO MAPUTO

FROM ROVUMA TO MAPUTO

26

IV

UM VERÃO MÁGICO

A MAGICAL SUMMER

46

V

VIAGEM PARA A UTOPIA

JOURNEY TO UTOPIA

64

VI

LAÇO LUSÓFONO

LUSOPHONE TIES

94

VII

INTERNACIONALIZAÇÃO E ALTRUÍSMO

INTERNACIONALIZAÇÃO E ALTRUÍSMO

130

VIII

MATURIDADE E AFIRMAÇÃO DAS RAÍZES

MATURITY AND AFFIRMATION OF THE ROOTS

156

SUMÁRIO

(3)

IX

MALHAS TRANSALPINAS

TRANSALPINE KNITWEAR

172

X

CRISMA E REFUNDAÇÃO

CONFIRMATION AND REBUILDING

192

XI

PARA LÁ DO HORIZONTE

BEYOND THE HORIZON

212

XII

NAVE DISTÓPICA

DYSTOPIAN SPACESHIP

236

XIII

ÉTICA DA ESTÉTICA

ETHICS OF AESTHETICS

262

XIV

MARCAS QUE DESFILAM

RUNWAY BRANDS

310

SUMÁRIO

— *Crónica
do Animal
Simbólico*

— *Chronicle
of the Symbolic
Animal*

{ PT }

A palavra *fashion* (moda) remete, do ponto de vista etimológico, para o latim *factio*, que significa fazer ou fabricar. Mas não só; o especialista britânico em Semiótica Visual, Malcolm Barnard, sublinha que a palavra *fashion* possui, só no *Oxford Dictionary*, nove sentidos diferentes, demonstrando uma polissemia que, por estar longe de resolvida, segundo aquele investigador, poderá ser ainda mais prolífera.

Ora, não obstante essa complexidade da moda (de que o debate filológico é exemplar), aquela foi remetida, durante muito tempo, para o domínio do frívolo e do inconsequente pela maioria dos intelectuais, agarrados aos estereótipos que a reduzem ao universo de *glamour*, fetiche, futilidade e superficialidade. A existirem, os poucos estudos que lhe tocavam, e de forma tangencial, ocorreram no âmbito da História do Vestuário e da Antropologia.

Foi só na segunda metade do século XX que a moda colheu as atenções das academias enquanto objecto de estudo autónomo e sistemático. Com os trabalhos pioneiros dos semiólogos, os cientistas sociais descobriram nela – entretanto massificada pelo *prêt-à-porter*, que a tornou transversal a classes

e gerações –, um fenómeno comunicacional nuclear às sociedades contemporâneas. Por que a moda, definida como qualquer forma, comportamento, uso ou estilo durante um determinado tempo que é socialmente aceite, comunica. E muito.

Embora efémera na essência e fútil na aparência, a moda revelou-se, afinal, como a afirmação plena da exclusividade do Homem enquanto animal simbólico e produtor de cultura – entendida como as formas através das quais as crenças, valores, ideias e experiências de uma sociedade são comunicadas por práticas, artefactos e instituições –, ao constituir-se como signo. E, com essa noção, a moda acabou por ser reconhecida como um código altamente complexo, que toma e dá forma ao imaginário colectivo e através do qual os indivíduos negociam o seu lugar no corpo social a que pertencem. Perspectivando a moda como produto e produtora da cultura que lhe é contemporânea, é assim possível pensar todas as dimensões do humano, contextualizando todas as épocas e quadrantes. A roupa, mais do que um bordado sobre o pano da História, é uma das fibras que compõem o vero tecido de que é feito o devir da Humanidade. E até da própria identidade individual...

Analiatas há, como Gilles Lipovetsky – que crismou a moda de *Império do Efémero* em obra homónima –, que a consideram incontornável no estudo da contemporaneidade. Sublinha aquele analista que "a moda já não é um enfeite estético, um acessório decorativo da vida colectiva; é a sua pedra angular. A moda concluiu estruturalmente o seu curso histórico, chegou ao auge do seu poder, conseguiu remodelar a sociedade inteira à sua imagem: era periférica, agora é hegemónica". Está em todo o lado.

E porque ubíquo, o fenómeno moda ocorre também no berço da Humanidade, África (e, por extensão, em Moçambique) com expressão e vigor renovados a partir deste século que ainda agora começa.

(8)

Gilles Lipovetsky

« CITAÇÃO »

"A moda já não é um enfeite estético, um acessório decorativo da vida colectiva; é a sua pedra angular. A moda concluiu estruturalmente o seu curso histórico, chegou ao auge do seu poder, conseguiu remodelar a sociedade inteira à sua imagem: era periférica, agora é hegemónica".

« QUOTE »

"Fashion is no longer an aesthetic ornament, a decorative accessory of collective life; it's its cornerstone. Fashion structurally completed its historical course, reached the height of its power, was able to reshape the entire society at its image: it was peripheral, now it's hegemonic".

I



{ EN }

The word *fashion* refers to, from an etymological point of view, to the Latin word *factio*, which means to do or manufacture. But there's more than that. British expert in Visual Semiotics, Malcolm Barnard, points out that the word *fashion* has, just in the *Oxford Dictionary*, nine different meanings, demonstrating a polysemy that, far from being resolved, according to said researcher, may be even more prolific.

Now, despite this complexity regarding fashion (from which the philological debate is an example) it was remitted for a long time into the realm of the frivolous and inconsequential by most intellectuals, clinging to stereotypes that reduce it to the universe of glamor, fetish, futility and shallowness. If any, the few studies that approached it, and tangentially, occurred in the history of Clothing and Anthropology.

It was only in the second half of the twentieth century that fashion gathered the attention of academia as an object of autonomous and systematic study. With the pioneering work of semioticians, social scientists have found in it – meanwhile reaching the masses through *prêt-a-porter*, which crossed classes and generations – a communicational phenomenon in the heart of contemporary societies.

Because fashion, as defined as any form, behavior, style or usage during a particular time that is socially acceptable, communicates. And a lot.

Although ephemeral in its essence and futile in its appearance, fashion turned out, after all, as the full affirmation of the uniqueness of man as a symbolic animal and producer of culture – understood as the ways in which a society's beliefs, values, ideas and experiences are communicated through practices, artifacts and institutions – to establish itself as a sign. And under this notion, fashion was eventually recognized as a highly complex code that takes over and shapes the collective imagination and through which individuals negotiate their place in the social body to which they belong.

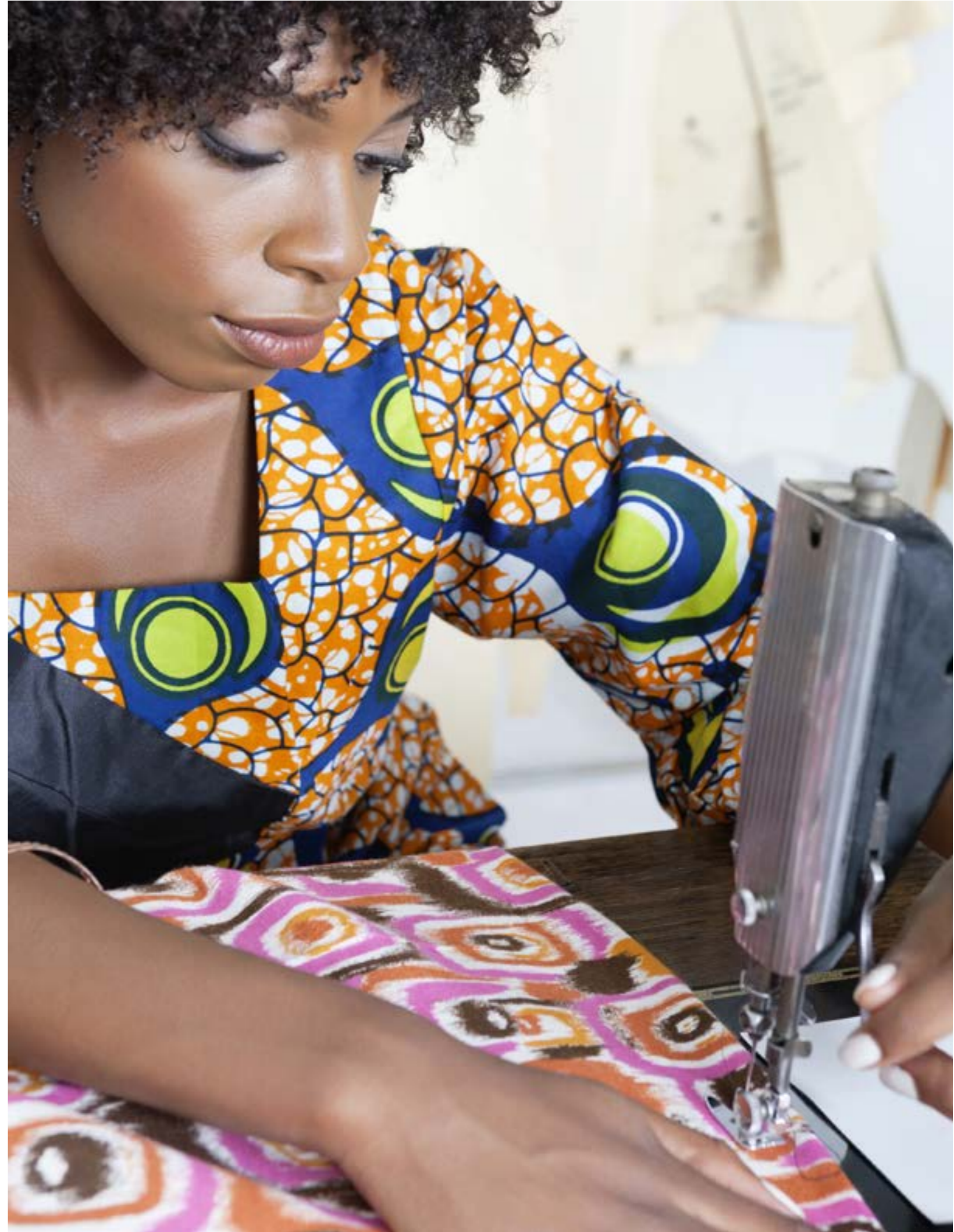
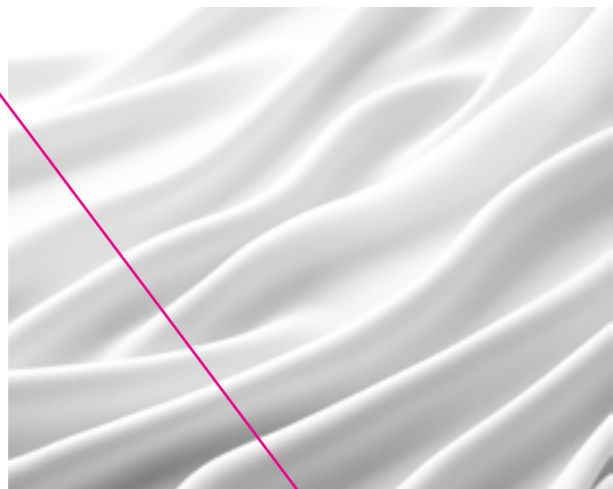
Regarding fashion as a product and producer of culture that is contemporary, it is possible to think of all the dimensions of the human being, contextualizing all ages and persuasions. Clothing, more than embroidery on the fabric of history, is one of the fibers that make up the true fabric of humanity's future. And even its own individual identity...

There are analysts, like Gilles Lipovetsky – that defined fashion as the *Empire of the Ephemeral* in an homonymous book – which

consider it essential in the study of contemporary times. This analyst stresses that "fashion is no longer an aesthetic ornament, a decorative accessory of collective life; it's its cornerstone. Fashion structurally completed its historical course, reached the height of its power, was able to reshape the entire society at its image: it was peripheral, now it's hegemonic." It is everywhere.

—

And because it is ubiquitous, the fashion phenomenon also occurs in the cradle of humanity, Africa (and, by extension, in Mozambique) with a renewed statement and vigor in this century that is still in its inception.



— *Fénix*
Negra



— *Black*
Phoenix



{ PT }

África está na moda. Após décadas de esquecimento e anomia, o famigerado território convulso de outrora, teatro de guerras intestinas e governos precários, de miséria humana e desastres naturais, é objecto de cobiça e atenção. Os últimos tempos têm sido de redescoberta, pelo resto do Mundo, de um continente vibrante e jovem, que é já gigante quando mal começa a levantar-se. A economia, claro, tem grandes responsabilidades: com o declínio Ocidental cada vez mais óbvio, varrido por sucessivas crises financeiras, África, pelo contrário, inscreve seis países na lista das dez economias que mais cresceram na primeira década do século XXI. Moçambique, com uma taxa média de crescimento anual cifrada em 7,9%, ocupa a 7.ª posição nesse ranking insuspeito, elaborado pela *Economist Intelligence Unit*.

Black Is Beautiful

Mas talvez não seja demasiado especulativo considerar que a eleição de Barack Obama em 2008, o primeiro presidente negro na Casa Branca, cuja família de sangue ainda vive no Quênia, e a realização de eventos ultramediáticos como o Campeonato do Mundo de Futebol na África do Sul em 2010, também funcionaram como poderosos catalisadores desse regresso global ao berço da Humanidade. De súbito, *black is beautiful!*, e a *Vogue Itália* assinalou a valorização estética da negritude ao dedicar-lhe, em 2008, a *Black Edition*, uma edição integralmente ilustrada por modelos e estilistas negros, exercício a que regressou em 2011 com um *Tributo às Belezas Negras*. Para África, atraídos ainda pelas refulgências douradas que foram despontando no âmbito dos recursos naturais, começaram a convergir todos os olhares.

E África, aproveitando os holofotes que o Mundo lhe oferece, passeia-se nessa passarela global com a leveza felina dos herdeiros do primeiro animal simbólico a desenvolver sensibilidade estética. A manifestar, enfim, o culto do belo. Os arqueólogos confirmaram,



muito recentemente, essa linhagem antiquíssima, ao descobrirem na Caverna de Blombos, na África do Sul, dois ornamentos ocre, gravados com símbolos geométricos, 40 mil anos mais antigos do que as pinturas cavernícolas da Gruta Chauvet, em França. Os africanos primevos eram, a seu modo, *fashionistas*... Os africanos contemporâneos também – e África não só está na moda, como tem moda.

Panos e Padrões Cobiçados

Aquela, tão diversa e dinâmica como o continente ele próprio, assume muitas formas – desde a roupa em segunda mão importada e retilizada, passando pelas humildes (re)criações de costureiras ou alfaiates de rua, até às fascinantes obras de alta-costura concebidas pelos novos estilistas que celebram, e transformam, a sua própria herança cultural em moda de passarela na reinvenção de motivos e tecidos locais. O fascínio ocidental pelo padrão colorido dos *panos* não é de agora – já no início do século XX exerceram influência notória na obra plástica de artistas como Henri Matisse e Paul Klee... Mas a atenção que então lhe foi dedicada cresceu exponencialmente de lá para cá.

Além da profusa edição de livros de grande tiragem sobre esse têxtil característico, no influente Metropolitan Museum of Art de Nova Iorque, por exemplo, a exposição *The Essential Art of African Textiles*, que esteve patente de 2008 a 2009, juntou peças das colecções daquele Museu com criações contemporâneas de artistas Africanos. E, desde então, as iniciativas que celebram cores e padrões dos tecidos africanos têm-se multiplicado.

No que respeita ao mundo da moda, o entusiasmo em relação aos tecidos e elementos do artesanato Africano também acometeu os grandes costureiros ocidentais de renome mundial. Depois de Jean-Paul Gaultier ter lançado, em 2005, a sua colecção de Alta Costura intitulada *Hommage à l'Afrique*, com vestidos transparentes onde figuravam máscaras rituais Africanas, a *griffe* de luxo *Louis Vuitton*, por exemplo, criou em 2009 uma linha masculina a partir de tecidos Maasai, tribo semi-nómada que vagueia na região fronteiriça entre o Quênia e a Tanzânia; e, três anos depois, recorreu ao *Shuke* Queniano na sua colecção Primavera-Verão. No ano anterior, o *designer* Italiano Roberto Cavalli já havia empreendido uma digressão pelo Gana, Nigéria e Togo em

busca de inspiração cromática para as suas coleções e de novos valores para o seu *atelier*.

E aqueles abundam num continente tão jovem, vasto e heterogéneo como acontece ser África, comportando uma característica *suis generis* na moda globalizada: cosmopolitas, os novos *designers* Africanos transcendem os seus limites culturais – continuam enraizados nas tradições e, ao mesmo tempo, estão expostos às tendências e gostos internacionais, o que lhes permite satisfazer a demanda local, atrair o interesse internacional e moldar a identidade Africana contemporânea.

Erupção Fashion Continental

Com efeito, desenvolvimentos significativos têm ocorrido na moda Africana na última década. O primeiro na percepção estrangeira: moda e tecidos Africanos já não são vistos pelos consumidores Europeus e Norte-americanos apenas como roupa "tradicional"

(um eufemismo para significar que a roupa feita e usada por Africanos carecia do requinte da moda Ocidental). O segundo, e decorrente daquele, espelha-se na profusão de mostras de moda Africana que ocorrem tanto no Continente como fora dele.

No exterior, os palcos determinantes das tendências globais da Moda – Paris, Londres, Milão e Nova Iorque –, abriram espaço aos *designers* Africanos, dedicando-lhes um dia durante a semana de todas as mostras que ocorre em cada estação, graças à influência da Africa Fashion International, organização comercial presidida por Precious Motsepe. Aquela expandiu-se e Amesterdão – capital da Holanda, país de acolhimento da diáspora Africana –, por exemplo, viu a sua primeira edição este ano. Capitalizando a exposição massiva proporcionada por tais eventos, alguns dos *designers* Africanos, como Duro Oluwu e Ozwald Boateng, afirmaram as marcas respectivas no mercado internacional.

É que se África tem moda, Moçambique também.

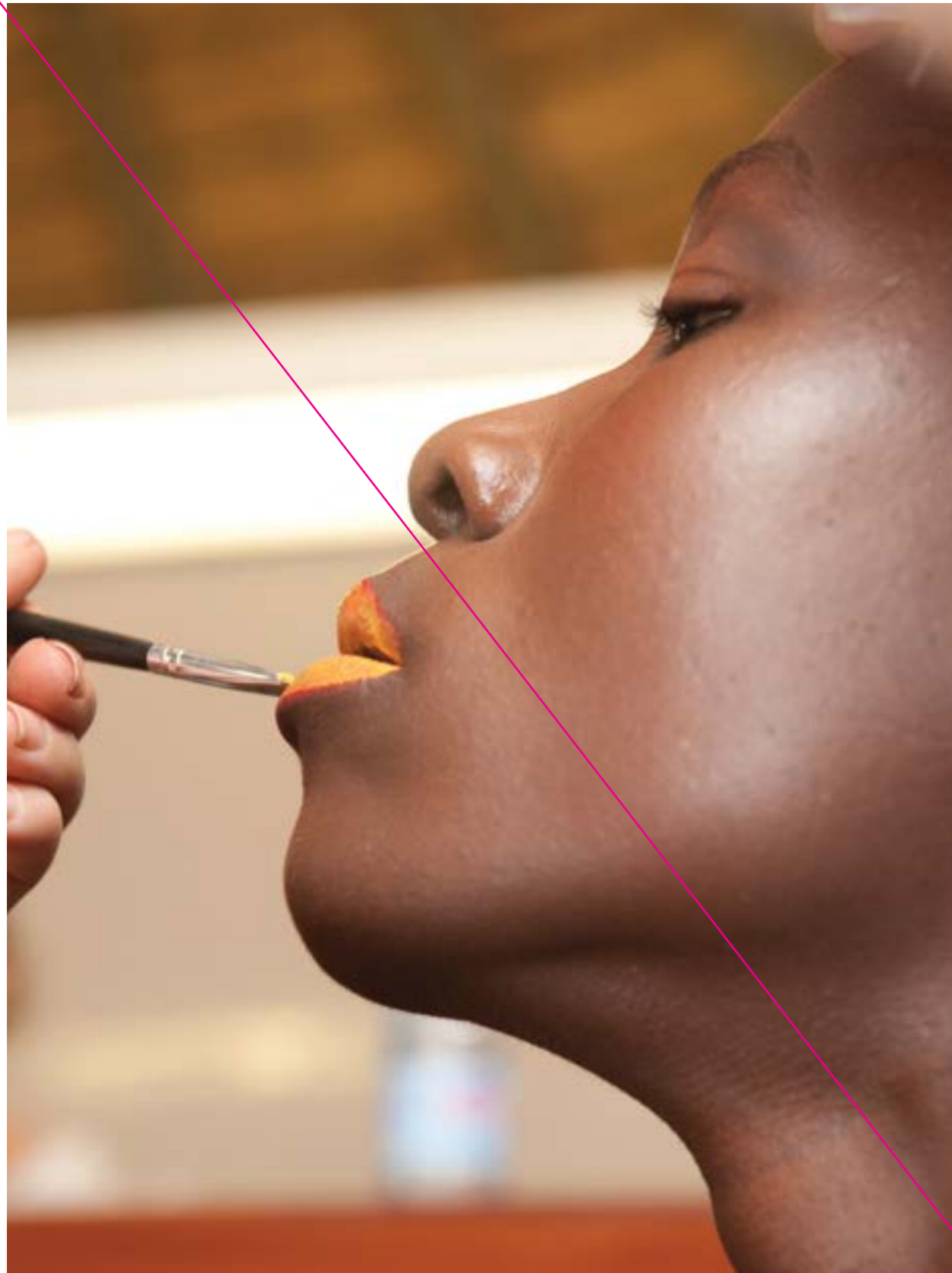
Mas o próprio continente tem já as suas capitais fashion, embora seja fenómeno muito recente. A primeira Semana da Moda surgiu apenas em Agosto de 1997, com a *South Africa Fashion Week* (SAFW), organizada por Lucilla Booyzen, na Praça Nelson Mandela, em Sandton. Sintomaticamente, o evento não era inclusivo – na verdade, só em 1999 é que os primeiros estilistas negros (Bonga Bengu, Buyani Khoza, Colleen Dubane, Hayley Rasool, Scele Ntshalintshali e Thabani Mavundla) puderam exibir as suas criações naquele certame. Cinco anos depois do fim do Apartheid...

Não obstante, a SAFW – que, entretanto, evoluiu para se constituir como a maior praça continental de compra e venda de coleções, afirmou África do Sul como a potência líder da moda regional, não só pelo pioneirismo, mas por ter suscitado a proliferação de eventos similares. E, se em 2004 só havia duas grandes mostras no país, quatro anos depois

eram já nove – hoje, é possível contabilizar uma dúzia de Semanas da Moda Sul-Africanas com dimensão notória, levando até alguns analistas a falar do risco de sobredose. Afinal, não há fome que não dê em fartura.

O adágio aplica-se ao resto do continente, onde coabitam pelo menos 16 grandes mostras de moda (e com tendência para aumentar) – três das quais em África do Sul e duas na Nigéria –, que levaram à emergência de quatro grandes capitais: Cape Town e Lagos, Nairobi e Dakar. E, entre os outros eventos de moda internacionais que se constituíram como plataformas privilegiadas, senão exclusivas em alguns casos, para satisfazer a curiosidade do Mundo em relação aos estilistas baseados em África, avulta a *Mozambique Fashion Week* (MFW).

—
É que se África tem moda, Moçambique também.



{ EN }

Africa is hip. After decades of neglect and anomie, the infamous convulsive territory of yore, the theater of internecine wars and precarious governments, of human misery and natural disasters, is the object of lust and attention. Recent times have been characterized by rediscovery by the rest of the world of a vibrant and youthful continent, which is already a giant when it is just starting to rise. The economy, of course, is highly responsible: with the increasingly obvious Western decline, swept by consecutive financial crises, Africa, by contrast, holds six countries out of the ten fastest growing economies in the first decade of this century. Mozambique, with an average annual growth rate of 7.9%, occupies 7th place in said ranking, established by the Economist Intelligence Unit.

Black Is Beautiful

But perhaps it not too speculative to consider that the election of Barack Obama in 2008, the first black president in the White House, whose blood family still lives in Kenya, and holding ultra-newsworthy events like the FIFA World Cup in South Africa in 2010, also acted as powerful catalysts of the global return to the cradle of Humankind. Suddenly, black is beautiful, and Vogue Italy highlighted the aesthetic appreciation of blackness by dedicating to it, in 2008, the *Black Edition*, an edition fully composed of black models and stylists, a statement to which it returned in 2011 with a *Tribute to Black Beauties*. Africa began to attract all gazes, still attracted by the golden splendor that was emerging from the world of natural resources.

And Africa, enjoying the spotlight that the world offers, strolls in this global runway with the feline lightness of the heirs of the first symbolic animal to develop aesthetic sensitivity. In short, to manifest the cult of beauty. Archaeologists have confirmed very recently this ancient lineage, while discovering in the Blombos Cave in South Africa two other ornaments, engraved with geometric symbols,

40,000 older than the cave paintings found in the Chauvet Cave, in France. Primeval Africans were in their own way fashionistas... Contemporary Africans also – and Africa is not only hip, but also has fashion.

Coveted Fabrics and Patterns

Fashion, as diverse and dynamic as the continent itself, takes many forms – from second-hand clothes imported and restyled, to humble (re)creations by seamstresses and tailors on the street, to the fascinating haute couture works designed by new designers who celebrate and transform their own cultural heritage into runway fashion, reinventing local motifs and fabrics. The Western fascination with the colorful pattern of the fabrics is not recent – in the beginning of the twentieth century they exerted noticeable influence on the plastic work of artists such as Henri Matisse and Paul Klee... But the attention that was devoted to it has grown exponentially since then.

Besides the mass circulation of books about this distinctive textile, the influential Metropolitan Museum of Art in New York, for example, held the exhibition *The Essential*

Art of African Textiles, which was open to the public from 2008 to 2009, joining pieces from the collections of that museum with contemporary works by African artists. And since then, the initiatives that celebrate the colors and patterns of African fabrics have multiplied.

With respect to the fashion world, the enthusiasm towards the fabrics and elements of African crafts also befell the great western world renowned designers. After Jean-Paul Gaultier launched in 2005 its collection of Haute Couture entitled *Hommage à l'Afrique*, with transparent dresses which included African ritual masks, luxury *griffe* Louis Vuitton, for example, created in 2009 a men's line from Maasai fabrics, a semi-nomadic tribe that wanders in the border region between Kenya and Tanzania; and, three years later it used Kenyan *Shuke* in its Spring-Summer collection. In the previous years, the Italian designer Roberto Cavalli has already embarked on a tour in Ghana, Nigeria and Togo in search of chromatic inspiration for his collections and new values for his studio.

And those abound in a continent so young, vast and heterogeneous as Africa is, comprising a distinctive characteristic in global

fashion: cosmopolitan, the new African designers transcend their cultural boundaries – still rooted in their traditions and at the same time exposed to international trends and tastes, allowing them to meet local demand, attracting international interest and shaping the contemporary African identity.

Continental Fashion Eruption

Indeed, significant developments have occurred in African fashion in the last decade. The first under foreign perception: African fashion and textiles are no longer seen by European and North American consumers just as "traditional" clothing (an euphemism to mean that the clothing made and used by Africans lacked the refinement of Western fashion). The second, arising from the first one, is mirrored in the many African fashion

*"If Africa has fashion,
Mozambique also does".*

exhibitions held both inside and outside the continent.

Outside, the defining stages of global trends in Fashion – Paris, London, Milan and New York – gave way to African designers, dedicating them a day during the week of all the shows that occur at each season, thanks to the influence of *Africa Fashion International*, a commercial organization chaired by Precious Motsepe. It has expanded and Amsterdam – capital of the Netherlands, the host country of the African diaspora – for example, witnessed its first edition this year. Capitalizing on the massive exposure provided by these events, some of the African designers like Duro Oluwu and Oswald Boateng, stated their brands in the international market.

But the continent already has its own fashion capitals, although it is a very recent phenomenon. The first Fashion Week was only

held in August 1997, with the *South Africa Fashion Week (SAFW)*, hosted by Lucilla Booyzen, at Nelson Mandela Square, in Sandton. Tellingly, the event was not inclusive – indeed, only in 1999 did the first black designers (Bonga Bengu, Buyani Khoza, Colleen Dubane, Hayley Rasool, Scele Ntshalintshali and Thabani Mavundla) were allowed to display their creations at the event. Five years after the end of Apartheid...

Nevertheless, the SAFW – which in the meantime has evolved to become the largest continental market for buying and selling collections – established South Africa as the leading powerhouse in regional fashion, not only due to its pioneering efforts, but also for having triggered the proliferation of similar events. And, if in 2004 there were only two grand events in the country, four years later there were already nine – today, one can count a dozen South African Fashion Weeks of

notorious dimension, leading to some analysts even speaking of the risk of overdose. After all, hunger leads to abundance.

This adage applies to the rest of the continent, where at least 16 major fashion shows (and rising) coexist – three of them in South Africa and two in Nigeria – which led to the emergence of four major cities: Cape Town and Lagos, Nairobi and Dakar. And, among other international fashion events that formed as privileged platforms, even unique in some cases, to satisfy the curiosity of the World towards Africa-based designers, is *Mozambique Fashion Week (MFW)*.

—
If Africa has fashion, Mozambique also does.

— *Do
Rovuma
a Maputo*



— *From
Rovuma
to Maputo*



{ PT }

No entanto, a produção sistemática de moda em Moçambique é coisa jamais vista até muito recentemente – quiçá até à emergência da *Mozambique Fashion Week*... Não por ausência de capital criativo, cuja abundância se revelou sempre em outros sectores, mas sim por falta de contexto social, político e económico que estimulasse o desenvolvimento de uma indústria têxtil e do vestuário capaz de engendrar e sustentar um sistema de moda efectivo. Antes e depois da independência do País, alcançada em 1975.

De Fornecedor a Produtor

Ao tempo da África Lusófona, a província ultramarina Moçambicana foi vítima das políticas económicas delineadas a partir, e em benefício, de Lisboa. Portugal encarava Moçambique como fornecedor seguro de algodão barato, necessário à rápida industrialização do país, tipicamente assente no sector têxtil, e mercado monopolista dos produtos manufacturados na Metrópole. Em tais condições, não havia interesse em instalar a indústria transformadora no território Africano.

A situação só se alterou nos anos de 1960, com a instalação de pequenas têxteis e o influxo de mão-de-obra provinda da metrópole, que impulsionou a construção de empreendimentos industriais maiores, como a *Texlom*, a primeira do sector no território. Tal surto catalisou um rápido progresso económico e, por volta de 1970, Moçambique era já o oitavo País mais industrializado do continente e com uma base manufacturadora muito diversificada.

Não obstante, a indústria do vestuário era escassa – uma das fábricas mais relevantes, a Belita, na Beira, tinha só cem funcionários em

1968. Assim, a pujança industrial Moçambicana da época foi incapaz de gerar um sistema de moda que incorporasse e reflectisse elementos locais (considerados grosseiros pela elite ultramarina, senão até subversivos...) por mais débil que fosse. Os gostos autorizados espelhavam a matriz Europeia dominante, e as tendências no vestir eram ditadas pela metrópole, ela própria muito fechada às influências externas e refractária à novidade – a vera essência, afinal, do sistema de moda.

Por outro lado, o império da Igreja Católica – a deter, na prática, o monopólio do ensino dos nativos, tanto no plano moral como educativo –, impunha um conservadorismo asfixiante aos indígenas, não permitindo que aqueles expressassem a sua identidade e pertença em pormenores tão inocuos como as tranças com missangas coloridas nos cabelos das crianças. A capulana, então, era sacrilégio maior – quando o estilo Europeu de vestir era visto como sinal de civilização, o uso dos *panos* era denegrido e considerado inadequado à vida urbana. Nos órgãos de Estado, o seu uso foi completamente proibido.

De modo que envergar a capulana, ainda que em apontamentos discretos, tornou-se emblema identitário para os nativos e numa

forma de resistência passiva ao poder colonial, demonstrando apreço pelos traços culturais que lhe eram negados através do uso da capulana, expressão máxima da sua Moçambicanidade.

Capulana de Guerrilha

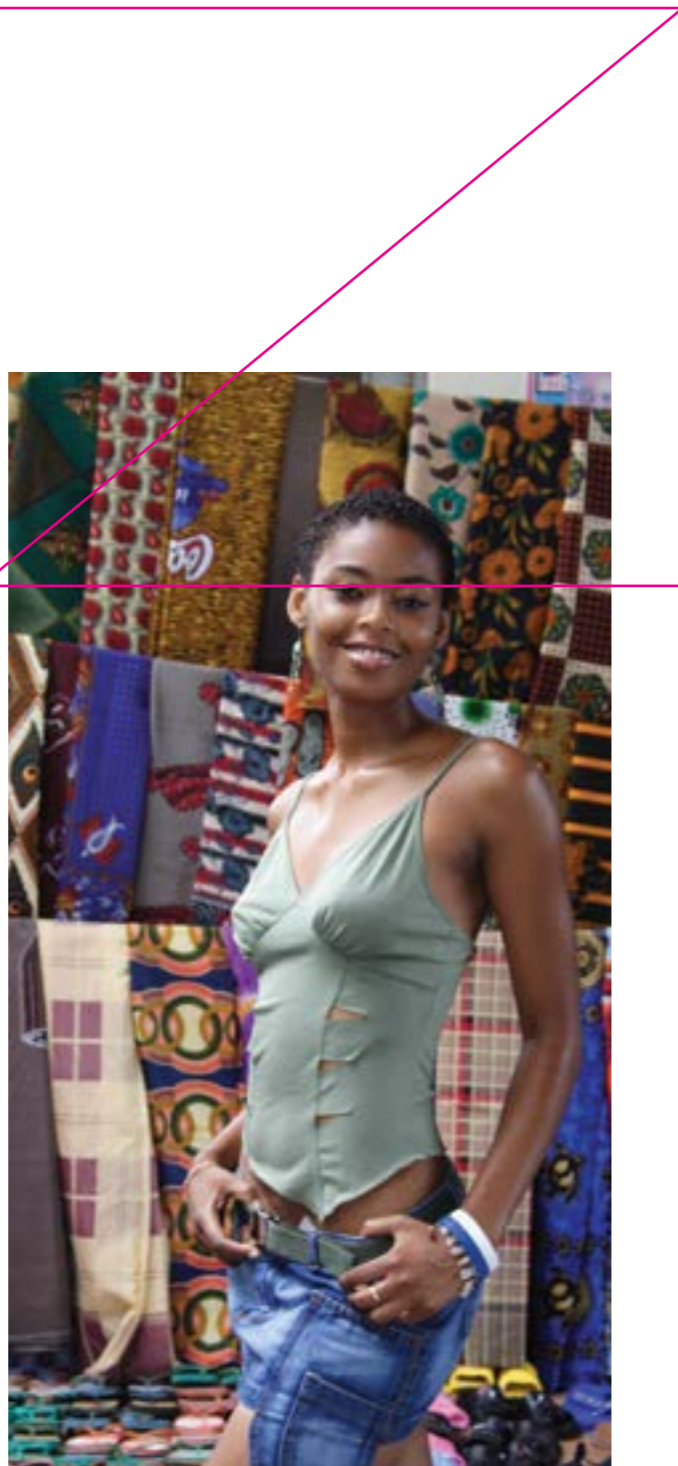
Se o vestir é um dos expoentes do simbólico, em que os tecidos se tornam signos em si mesmos e o lugar onde se alcança a integração grupal por oposição aos outros, nada seria mais apropriado à afirmação identitária dos Moçambicanos do que a capulana. Em país tão vasto, que do *Rovuma* ao *Maputo* alberga pelo menos 43 línguas e mais de dez etnias, aquele tecido estampado é o maior elemento unificador dessa diversidade e o único artefacto inscrito na paisagem de todas as latitudes, seja ela urbana ou rural. Onde houver gente de Moçambique, a capulana está lá, consubstanciando a forma como os indígenas se vêem e querem dar a ver aos outros, dando forma e cor à Moçambicanidade. Como um discurso têxtil de múltiplos matizes sobre a concepção do Mundo. Como um manifesto que se veste.

Nesse ensejo, a capulana de cores vivas, com estampados de formas antropomórficas,

zoomórficas ou abstractas e padrões geométricos variáveis, não tem concorrente enquanto pólo aglutinador e como representação discursiva de entendimento transversal. Porque nada conforma mais o imaginário social dos Moçambicanos do que tais panos pela razão óbvia da sua inscrição permanente no devir quotidiano dos indivíduos, de todas as condições e cabedais, desde o nascimento até à morte.

A polivalência no uso desse pano colorido – para transporte das crianças no dorso materno (*ntehe*), para bolsa se enrolada à cintura ou acessório se cruzada sobre o ombro; para saia de vestir cingida aos rins e manto de agasalhar cobrindo ombros e cabeça; para rodilha de transporte ou tapete de sentar no chão, para rituais pubescentes ou mortalha de defuntos –, agrega-lhe significados transmitidos e acrescentados a cada geração. Pelas mulheres, fundamentalmente.

São elas que garantem a tradição da capulana para lá da sua dimensão estritamente funcional, e repassam os códigos do seu uso nas ocasiões cerimoniais: nas celebrações festivas, vestem a capulana em cores vivas ou amarram um *mucume* – traje especial confeccionado por duas ou mais capulanas; nas ocasiões fúnebres, vestem capulanas em cores escuras ou cobrem o *mucume*... São elas, afinal, que velam pela identidade, são elas que cultivam o vestir da Moçambicanidade. De resto, as capulanas são a sua riqueza. Foram-lhe oferecidas pelo homem que a cortejou, pelo marido que a amou, pelo filho regressado das minas do Transvaal, pelo genro que lhe cobiça a filha.



A mulher que possui tais capulanas não as usa – guarda-as num baú, relicário das suas melhores memórias. Só por circunstância muito especial as capulanas voltarão à luz do dia, como a mais preciosa das oferendas à filha, à futura nora, à neta por ocasião do lobolo. E, quando a dona morrer, o precipitado simbólico inscrito nessas capulanas passará como herança para as descendentes mais afortunadas que serão contempladas com elas.

Sucede, porém, que a identidade não é algo inato, mas antes um *construto* resultante de um processo dialógico, contínuo e inconsciente, entre indivíduo e sociedade, e entre esta e o Mundo. É nessa construção cultural que o sujeito se projecta e interioriza os seus significados e valores, tornando-se parte dele. Com a capulana, aconteceu exactamente o mesmo – o tecido que alardeia a Moçambicanidade é, afinal, uma tradição inventada, como diria Eric Hobsbawm, uma prática generalizada, tida como inalterada e invariante, que alardeia uma continuidade no tempo e no espaço mais remota do que a realidade histórica.

Na verdade, o uso generalizado da capulana, apesar da sua origem incerta – mas é razoável supô-la das Índias, Portuguesas e Holandesas, trazida por mercadores que

a trocavam por ouro e marfim – remonta apenas ao século XIX, quando a necessidade de criar novos mercados levou a indústria têxtil do Velho Continente a introduzir em África panos adaptados às preferências de consumo dos indígenas. Assim, são os Europeus – Ingleses e Holandeses – que induzem à "nova" identidade Africana inscrita nos tecidos que fabricam, mas são os Africanos os seus fautores.

Porque sendo verdade que ainda hoje as cores e motivos de tais panos são concebidos por gente estranha ao continente, em gabinetes do Reino Unido e dos Países Baixos, que os redesenam amiúde (levando até com a efigie de candidatos políticos por alturas de campanhas eleitorais), aqueles fazem-no em resposta às exigências dos consumidores Africanos. Nesse sentido, são estes e não aqueles os verdadeiros criadores, pela imposição do seu gosto, da capulana – e é com legítima propriedade que lhe reclamam a posse e nela projectam a sua identidade. Aliás, a reacção proibitiva dos senhores coloniais ao seu uso é já uma confirmação tácita desse entendimento.

Recomeço e ruína

A independência, proclamada a 25 de Julho

Adélia Tique

« CITAÇÃO »

"Recebíamos tecidos impróprios para o nosso clima e, mesmo para consegui-los, tínhamos de estar ligados à cooperativa de consumo. Havia cartões, registos – só tínhamos direito a certa quantidade por mês – e grandes bichas para consegui-los. Então, nessa altura, a moda morreu mesmo – não havia possibilidade de costurar, tínhamos de vestir o que houvesse".

de 1975, trouxe a liberdade a Moçambique e a afirmação plena da Moçambicanidade através da roupa. Mas veio também, com ela, a ruína da indústria entretanto nacionalizada. E, de todos os sectores, o têxtil foi o mais severamente atingido. Além da obsolescência da maquinaria (mais de 70% do equipamento industrial já laborava há mais de 15 anos), muitos operários especializados integraram o êxodo massivo dos colonos a partir de 1974,

deixando lugares que ficaram para sempre vagos ou mal preenchidos, dada a ausência de Moçambicanos com competência técnica para ocupá-los.

Como agravante, a eclosão da guerra civil em 1977, entre a *Renamo* (Resistência Nacional Moçambicana, patrocinada pela Rodésia do Sul e a África do Sul), e a *Frelimo* (Frente pela Libertação de Moçambique, apoiada pelos países na órbita soviética), impediu o surto

industrial de Moçambique, destruindo equipamentos, cortando vias de fornecimento e canais de escoamento.

É certo que a independência trouxe com ela uma mudança imediata e radical no vestir dos Moçambicanos, principalmente das mulheres, que passaram a usar, numa afirmação exuberante dos traços culturais outrora renegados, as capulanas. Adélia Tique, nascida em Setembro de 1956, hoje estilista reconhecida e decano da moda nacional, recorda bem esses dias de euforia libertária e reivindicação identitária, que era também um tributo aos heróis de então: "Tentávamos fazer ao estilo que se vestia no Malawi e, principalmente, na Tanzânia e na Zâmbia. Era a altura dos *boubos*, dos lenços... Quem trouxe isso foram as mulheres dos guerrilheiros que tinham estado refugiados naqueles países, e que já vinham vestidas assim. Aquilo foi uma grande emoção – era uma afirmação da Africanidade. Então também houve essa revolução na maneira de vestir". Não durou muito. Com a miséria instalada, o Governo impôs racionamento severo e o pouco tecido e roupa disponíveis provinham da RDA: "Recebíamos tecidos impróprios para o nosso clima e, mesmo para consegui-los, tínhamos de estar

ligados à cooperativa de consumo. Havia cartões, registos – só tínhamos direito a certa quantidade por mês – e grandes bichas para consegui-los. Então, nessa altura, a moda morreu mesmo – não havia possibilidade de costurar, tínhamos de vestir o que houvesse", lembra.

E o que havia era escasso e monótono, gerando situações caricatas mas paradigmáticas: "O que a gente conseguia era vestidos que vinham da RDA, que eram todos iguais – eu tinha um vestido, a minha mãe tinha o mesmo, e a vizinha do lado também...Uma vez, até houve confusão no prédio onde vivíamos porque o vestido da minha mãe caiu na varanda da vizinha que, ao sair à rua, foi interpelada pela mamã. Julgava que ela trazia o vestido desaparecido; mas não – era tudo igual. Os vestidos eram todos iguais! Foi uma fase muito triste, de 1978 a 1986. Aí, a moda morreu mesmo".

Sobraram uns simulacros de desfiles de moda, como as rudimentares passagens de roupa promovidas pela *Texlon* e, na década seguinte, nas paupérrimas edições da *Facim* com roupa feita a partir de tecidos nacionais, fracos e sem graça, cedidos pelo Estado. Nessa altura, a indústria nacional de têxtil e vestuário, cuja decadência se vinha acentuando mas

que ainda possuía, no limiar do decénio, 78 fábricas a laborar, receberia novo e profundo golpe.

Mercado Calamitoso

Em 1987, ano da morte de Samora Machel, o país soterrado por dívidas colossais implementa duríssimo programa de reformas imposto pelo Banco Mundial (BM) e o Fundo Monetário Internacional (FMI), denominado PRE – Programa de Reabilitação Económica, que implicava adoptar a economia de mercado. Os efeitos sobre a indústria nacional são devastadores, e a maioria da actividade económica produtiva cessa por completo na viragem da década – em 1990, havia 472 fábricas que empregavam cerca de 472 mil pessoas; volvido um ano, eram 369 com 70 mil trabalhadores.

Mais uma vez, a indústria têxtil sobranter seria a grande sacrificada, confrontada com a concorrência inusitada e absolutamente desleal. Com a liberalização, o país é inundado por vasta gama tecidos e roupa da Ásia, semelhantes aos produzidos localmente mas melhores e mais baratos. E, com Moçambique no fim do Índice de Desenvolvimento Humano (mais de 80% da população abaixo do limiar de pobreza), acresce a quantidade massiva de donativos em espécie, fornecidos pelo

Departamento de Prevenção e Combate às Calamidades Naturais (DPCCN) e Organizações Não-Governamentais (ONG), que aflui ao país.

Destruição Criadora

Isenta de taxas alfandegárias, a chamada *roupa xicalamidade* torna-se, ela própria, calamitosa para as confecções nacionais. A distribuição gratuita e a venda a preços baixíssimos nos mercados informais que proliferaram entretanto tornam proibitiva a oferta das empresas domésticas – exemplarmente, a capulana da *Texlom* custava, em 1992, 50 mil meticais contra os 14 mil dos *panos* estrangeiros –, que, para acomodar o excesso de estoque, foram reduzindo a produção até ao colapso total em poucos anos.

O fabrico de roupas e têxteis, que averbara mais de 71 milhões de dólares em 1991, cai para cerca de 11 milhões em 1995 e, pelo final década, restavam já apenas 19 têxteis e 26 confecções em operação. Os gigantes de outrora vão tombando: a *Textáfrica* fecha em 1994; a *Textmoque* de Nampula, também (embora nunca declarasse falência); e a *Texlom* paralisa indefinidamente em 1998. Com a eliminação do sistema de quotas a partir de 2005 e a invasão asiática que lhe sucedeu, é declarado o óbito à indústria de têxtil e vestuário no país.

Paradoxalmente, com o último estertor fabril, nasceu a *Mozambique Fashion Week*. E, com ela, uma parábola fascinante sobre o poder do sonho e da vontade.

{ EN }

However, systematic fashion production in Mozambique is something never seen until very recently – perhaps even until the emergence of *Mozambique Fashion Week*... Not due to the lack of creative capital, whose abundance is always revealed in other sectors, but due to the lack of a social, political and economic environment that nurtured the development of a textile and clothing industry able to engender and sustain an effective fashion system, before and after the country's independence, achieved in 1975.



From Supplier to Producer

In the days of Lusophone Africa, the overseas province of Mozambique was the victim of economic policies delineated from, and to the benefit of Lisbon. Portugal faced Mozambique as a steady provider of cheap cotton needed for the fast industrialization of the country, typically based on the textile industry, and monopolistic market for manufactured goods in the metropolis. Under such conditions, there was no interest in establishing a manufacturing industry in African territory.

The situation only changed in the 1960s, with the establishment of small textile plants and an influx of manpower stemmed from the metropolis, which boosted the construction of major industrial ventures, like *Texlom*, the first in the industry in the territory. Such an outbreak catalyzed fast economic progress, and by 1970 Mozambique was already the eighth most industrialized country on the continent, with a very diversified manufacturing base.

Nevertheless, the clothing industry was sparse – one of the most important factories, *Belita*, in Beira, had only one hundred employees in 1968. Thus, the Mozambican industrial



strength at the time was unable to generate a fashion system that incorporated and reflected local elements (considered rude by the overseas elite, even subversive...), despite how weak it was. Authorized tastes mirrored the dominant European matrix, and trends in the way people dressed were dictated by the metropolis, itself very closed to outside influences and resistant to novelties – after all the true essence of the fashion system.

On the other hand, the empire of the Catholic Church – which held in practice the monopoly of teaching the natives, both in terms of morality and formal education – imposed a suffocating conservatism to the indigenous people, not allowing them to express their identity and sense of belonging in something as innocuous as braids with colored beads in children's hair. The *capulana* was the greatest sacrilege. While the European style of dressing was seen as a sign of civilization, the use of *panos* (cloths) was denigrated and considered inappropriate to city life. In state bodies its use was completely banned.

To wear the *capulana*, albeit discretely, became an identity badge for the natives and a form of passive resistance to colonial power,

showing appreciation for the cultural traits that were denied to them through the use of *capulana*, the maximum expression of their Mozambicanity.

Capulana Guerrilla

If dressing is characterized as symbolism, in which fabrics become signs in themselves and where group integration is achieved while opposing others, nothing would be more appropriate to state the Mozambican identity than *capulana*. In a country so vast, that from the Rovuma to the Maputo at least 43 languages and more than ten ethnic groups coexist, this patterned fabric is the most unifying element of this diversity and the only artifact inscribed in the landscape of all latitudes, be it urban or rural. Where there are people from Mozambique there is *capulana*, evidencing how the indigenous people see themselves and want to be seen by others, giving shape and color to Mozambicanity. As a textile speech of multiple shades about the design of the World. As a manifesto that one can dress.

In this respect, the *capulana* of vivid colors, with patterned anthropomorphic,



zoomorphic and abstract shapes and variable geometric patterns has no competition as a unifying pole and as a discursive representation of cross-understanding. Because nothing conforms more to the social imaginary of Mozambicans than such cloths, for the obvious reason of its permanent membership in the transformation of everyday individuals, from all origins and conditions, from birth to death. The versatility in the use of this colored cloth – for transportation of children in the mother's back (*nthehe*), to be wrapped in the waist as a bag or as an accessory if worn across the shoulder; as a skirt to be dressed up to the lower back and as a mantle covering the shoulders and head; to transport on top of the head or as a mat to sit on the floor, for pubescent rituals or as a shroud for the deceased – it adds meanings transmitted and added to each generation, by women primarily.

They are the one who ensure the tradition of capulana beyond its strictly functional dimension, and pass codes for its use in ceremonial occasions: in festive celebrations they dress capulanas with vivid colors or tie a *mucume* – a special dress made by two or more capulanas –, on funeral occasions they dress capulanas with dark colors or cover



the *mucume*... They are the ones, after all, that ensure the identity. It is they who ensure that Mozambicanity is worn. Moreover, the capulanas are their wealth. They were offered by the man who courted her, the husband who loved her, the son who returned from the Transvaal mines, the son-in-law who covets her daughter.

The woman who owns such capulanas does not wear them. She keeps them in a trunk, a reliquary of her best memories. Only on a very special circumstance will the capulanas return to daylight, as the most precious of gifts to her daughter, to the future daughter-in-law, to her granddaughter during the *lobolo*. And when its owner dies, the symbolic precipitate enrolled in these capulanas will pass as an inheritance to the most fortunate offspring, who will be given them.

It happens, however, that identity is not innate, but rather a construct resulting from

a dialogical, continuous and unconscious process, between the individual and society, and between it and the world. It is under this cultural construction that its meanings and values are projected and internalized, becoming part of it. With capulana exactly the same happened – the fabric that encompasses Mozambicanity is after all an invented tradition, as Eric Hobsbawm would say, a widespread practice, considered unchanged and invariant, which boasts a continuity in time and space more remote than historical reality.

Indeed, the widespread use of capulana, despite its uncertain origin – but it is reasonable to suppose that it originates in the Indias, Portuguese and Dutch, brought by merchants who traded them in for gold and ivory – dates back only to the nineteenth century, when the need to create new markets led the textile industry of the Old Continent to introduce in Africa cloths tailored to the preferences

of the Indian consumer. Thus, the Europeans – English and Dutch – are the ones that induce the "new" African identity, inscribed in the fabrics that they manufacture, but with the Africans as their promoters.

Because it is true that today the colors and motifs of these cloths are designed by people extraneous to the continents, in offices in the UK and the Netherlands, who often redesign them (even leading to the effigy of political candidates by the time of election campaigns), they do it in response to the demands of African consumers. In this sense, the latter and not the former are the true creators, by imposing their taste, the capulana – and it is with legitimate property that they claim ownership and project their identity in it. Incidentally, the prohibitive reaction of the colonial masters to its use is already a tacit confirmation of this understanding.

Resumption and ruin

The independence, proclaimed on July 25, 1975, brought freedom to Mozambique and the full statement of Mozambicanity through clothing. But with it also came the ruin of the industry that was nationalized at the time.

And, out of all the sectors textiles were the most severely hit. Besides the obsolescence of the machinery (more than 70% of the industrial equipment had already been in use for over 15 years), many skilled workers joined the mass exodus of settlers in 1974, leaving places that were forever unoccupied or poorly filled, given the absence of Mozambicans with technical competence to occupy them.

To make things worse, the outbreak of the civil war in 1977 between *Renamo* (the Mozambique National Resistance, sponsored by Southern Rhodesia and South Africa), and *Frelimo* (Front for the Liberation of Mozambique, supported by the countries in the Soviet universe), prevented an industrial spurt in Mozambique, destroying equipment, cutting supply routes and channels.

It is true that independence brought with it an immediate and radical change in the way Mozambicans dress, mostly women, who began to use the capulanas, in an exuberant statement of formerly renegade cultural traits. Adélia Tique, born in September 1956, nowadays a recognized stylist and dean of the national fashion movement, remembers vividly those days of libertarian euphoria and identity claim, which was also a tribute



Adélia Tique

« QUOTE »

"We received fabrics that were not fit for our climate and to get them we had to be associated with the consumer cooperative. There were cards, registers – we were only entitled to a certain amount per month – and there were big queues to get them. So, then, fashion really died. There was no possibility of tailoring. We had to wear what we had".

to the heroes of the time: "We tried to use the style that was worn in Malawi, and especially in Tanzania and Zambia. It was the time of the *boubos*, of the head cloths... Who brought this style were the wives of guerrilla warriors who had been refugees in those countries, and that were already dressed in that fashion. That was a great thrill – it was a statement of Africanness. Then there also was this revolution in the way people dressed."

It did not last long. With the onset of misery, the Government imposed strict rationing and the little fabric and clothing available came from East Germany (GDR): "We received fabrics that were not fit for our climate and to get them we had to be associated with the consumer cooperative. There were cards, registers – we were only entitled to a certain amount per month – and there were big queues to get them. So, then, fashion really

died. There was no possibility of tailoring. We had to wear what we had", she recalls.

And the few items available were scarce and monotonous generating funny but paradigmatic situations: "What we got were dresses coming from the GDR, which were all the same. I had a dress, my mother had the same, and the next door neighbor also... Once, there was even confusion in the building where we lived because my mother's dress fell on the neighbor's porch who, when going out, was questioned by my mom. She thought she wore the dress that disappeared, but no, they were all the same. The dresses were all the same! It was a very sad phase, from 1978 to 1986. Then, fashion really died."

What remained were mock fashion shows, such as the rudimentary displays of clothing promoted by *Texlom*, and in the following decade, the destitute editions held at *Facim*, with clothing made from domestic, weak and bland fabrics, assigned by the State. At that time, the national textile and clothing industry, whose decline had become steeper but still had 78 operating factories on the turn of the decade, would get another blow.

Calamitous Market

In 1987, the year Samora Machel died, the country, buried under huge debts, would implement an extremely harsh program of reforms imposed by the World Bank (WB) and the International Monetary Fund (IMF), entitled ERP – Economic Recovery Program, which involved switching to the market economy. The effects on the domestic industry are devastating, and most productive economic activity ceases altogether at the turn of the decade – in 1990 there were 472 factories employing about 472,000 people. In one year there were 369, employing 70,000 workers.

Again, the remaining textile industry would be greatly sacrificed, confronted with unusual and utterly unfair competition. Following liberalization the country is flooded with a wide range of fabrics and clothing from Asia, similar to those produced locally but better and cheaper. And, with Mozambique on the lower end of the Human Development Index (more than 80% of the population below the poverty line), plus the massive amount of donations in kind provided by the Department

for the Prevention and Combat of Natural Calamities (DPCCN) and Non-Governmental Organizations (NGO) flowing into the country.

Creative Destruction

Exempt from customs duties, the so-called *roupa xicalamidade* (literally calamity clothing) becomes itself calamitous for the national clothing industry. The free distribution and sale at rock bottom prices in informal markets that have proliferated in the meantime turn the supply by domestic companies prohibitive – as an example, *Texlom's* capulana cost, in 1992, 50,000 meticaís against 14,000 meticaís of the foreign cloths – which, to accommodate excess inventory, reduced production until total collapse in a few years.

The manufacture of clothing and textiles, which earned over 71 million dollars in 1991,

falls to around 11 million in 1995 and by the end of the decade there were only 19 textile and 26 clothing factories operating. The giants of yore start tumbling: *Textáfrica* closes in 1994; *Textmoque* in Nampula too (though it never declared bankruptcy); and *Texlom* is paralyzed indefinitely in 1998. With the elimination of quotas system since 2005 and the Asian invasion which succeeded it, the death of the textile and clothing industry is declared in the country.

Paradoxically, with the last gasp of the industry *Mozambique Fashion Week* was born. And with it, a fascinating parable about the power of dreams and desire.



— *Um
Verão
Mágico*



— *A
Magical
Summer*



{ PT }

Para as crónicas e espanto dos vindouros ficarão três esses dias mágicos em que o epicentro do Verão, no já longínquo ano de 2005, se mudou para a orla do Índico e a pequena estância turística de Inhambane, o povoado histórico onde aportou Vasco da Gama em 1498, foi convertida no lugar mais *fashion* de Moçambique. Literalmente, pois que ali evoluiu, entre 28 e 30 de Dezembro, nos espaços mais nobres da cidade e na alvura das areias do Tofo, o melhor que, à data, se produzia no universo da moda Moçambicana. Ainda embrionária e num contexto industrial absolutamente adverso, acabaria por encontrar nas fimbrias do mar o seu berço.

Na altura, a organização do evento, a DDB Moçambique, não almejava mais do que um suplemento que acrescentasse valor à campanha, em curso, de activação da marca de telefonia móvel *Vodacom*, denominada *100% Sama Time*, e constituiu-se o zénite da programação compreendida entre Outubro e Janeiro. Confiando no instinto e na experiência acumulada entretanto na realização de alguns desfiles avulsos de pequena dimensão, bem como na popularidade alcançada

pelo *Faces Vodacom* – concurso emitido na TVM que visava eleger o rosto mais belo do país, iniciado no ano anterior –, a equipa liderada por Vasco Rocha, Director-Geral da DDB, decidiu apostar na mostra de moda nacional. Mas numa dimensão estritamente lúdica e descomprometida, como era timbre do pico do Verão. Ademais, seria um evento estival, destinado a morrer no estertor da época balnear. Reunido o Estado-Maior da DDB, chamaram-lhe *Mozambique Fashion Week* (MFW).

"O *Sama Time* corria toda a zona litoral de Moçambique, com várias actividades de animação, desde jogos de futebol de praia, insufláveis para os miúdos e concertos de música, entre outras actividades de entretenimento. Como se tinha definido que o final do ano [o revéillon] seria em Inhambane, no Tofo, onde por tradição se junta muita gente nessa altura, tanto Moçambicana como Sul-Africana, decidi-se por uma animação maior e mais vasta, que envolvesse mais as pessoas. Daí nasceu a ideia de fazer um programa de moda que ocupasse três dias da semana prevista", recorda Vasco Rocha. Mesmo tendo seis meses para o planeamento e mobilização dos recursos necessários, não seria fácil, a empreitada.

Tarefa Hercúlea

Por um lado, pela logística envolvida: no tempo dessa aventura, uma equipa de 120 pessoas deslocou, ao longo dos 480 quilómetros que separam Maputo de Inhambane e com as dificuldades inerentes à decrepitude da rede viária, toneladas de equipamento bruto – como palcos e passarelas, montados e refeitos após concertos e passagem dos manequins, e geradores de alto débito, capazes de garantir energia ao evento – mais o aparato tecnológico que sustentaria a envolvência sonora de 30 mil *watts* e os jogos de luz dos espectáculos e festas sucedâneas, num cúmulo de 100 mil *watts* de potência. As dificuldades de transporte não se circunscreviam, porém, ao piso degradado em que rolou a frota DDB; antes se agudizavam pela ausência de postos de abastecimento fiáveis na região, obrigando a organização a contratualizar o combustível directamente à petrolífera nacional, a *Petromoc*.

Por outro lado, a própria cidade de Inhambane, com 65 mil habitantes, se revelou pequena para o evento. Apesar da sua vocação turística – mas também por isso, visto estar já cheia de veraneantes –, não possuía parque

hoteleiro susceptível de acomodar tantos forasteiros nem restaurantes que os alimentassem nas pausas do trabalho. Tampouco tinha estruturas capazes de acolher, por si só, os desfiles previstos. Houve, por isso, que proceder à prospecção e transformação da oferta disponível para adequá-la às necessidades não só da DDB, mas do *Sama Time* em geral e da MFW em particular. As adaptações no *Ti Jamu*, à boca da zona portuária de Inhambane, foram paradigmáticas: a estrutura do restaurante-bar foi radicalmente alterada para acolher o refeitório da equipa de trabalho e a passarela, com bastidores de maquilhagem e trocas de roupa, do *Face Vodacom*.

Volvidos dez anos, a produtora Lina Halaze (Fafá) traz ainda na memória padecimentos e improvisos: "Graças a Deus, uma das vencedoras do Faces era de Inhambane e eu também já lá tinha alguns contactos. Com a ajuda do Conselho Municipal (CMCI), conseguimos arranjar casas, contratar um *catering*, ver a logística para os desfiles e para as actividades que íamos fazer, etc... e conseguimos ter as 120 pessoas em Inhambane para a primeira edição do MFW! Ufffffffffffff...".

Por fim, havia que garantir os actores fundamentais a qualquer desfile de moda:



os manequins e, mais do que eles, quem os vestisse – os estilistas. Resolvidos os primeiros com a revisão das anotações dos sucessivos castings promovidos pela DDB no âmbito da produção do *Faces*, faltava garantir os segundos, os criativos que dariam alma aos trapos. Mas, onde encontrar tais demiurgos da têxtil num país sem indústria que se visse?

Demanda Pelo Possível

Maputo. A capital e urbe mais cosmopolita do país era a solução imediata e óbvia para a prospecção dos estilistas possíveis na ausência de uma indústria nacional de têxtil e do vestuário que investisse em *design*. Parte dessas pessoas, jovens mais ou menos habilidosas no manejo solitário da agulha – dedicadas ao corte, moldagem e costura de peças que, se não completamente criadas de raiz, ostentavam certa originalidade após a transformação de roupa trivial resfígada dos fardos da "xicalamidade" –, usava expor as suas criações, nas manhãs de sábado, aos expatriados e turistas sedentos do exótico que circulavam pela Baixa de Maputo.

Outra, mais afoita e que havia descoberto o dom, ainda nos liceus, através da

personalização dos próprios atavios, costumava participar nos desfiles, pequenos e esporádicos, que iam ocorrendo em alguns bares, designadamente na Estação dos Caminhos de Ferro de Moçambique (CFM), sob exploração de um entusiasta, Nuno Quadros, e com o patrocínio do Centro Cultural Franco-Moçambicano (CCFM). Ali reunia-se um grupo de aspirantes a estilistas locais, ainda muito informal, mas já cheio de sonhos e vontade. Entre eles figurava Marinela Rodrigues, a estilista mais premiada de sempre do MFW e hoje dona da marca *Sawa Sawa*.

"Com a ajuda do CCFM e de uma portuguesa, a Memé – *designer* gráfica falecida entretanto – estávamos a tentar criar a Associação dos Estilistas Moçambicanos, chamada *Xai Xai La Maison de La Mode*. Chegamos a ter workshops dados por Sakina M'Sá, estilista da Ilha dos Comores radicada em Paris, o que foi muito inspirador". Com Marina, militavam nesse núcleo de 15 pessoas, talvez menos, Taibo Bacar, Ísis Banga, Cigarra Perrin, Anita Rungo e Luigi Júnior, entre outros.

O grosso dos estilistas possíveis, no entanto, remetia-se ao anonimato relativo das humildes oficinas onde habitavam, recebiam clientes e costuravam os sonhos das

noivas locais ou debruavam a vaidade das Moçambicanas em busca de afirmação e notoriedade social. Neste caso, porém, a esmagadora maioria era composta por modistas mais velhas, que tinham sobrevivido pelo recurso à cópia dos croquis inclusos nas revistas importadas. Mas, apesar das diferenças geracionais, empresariais e até vocacionais, uns e outros tinham, sem excepção, algo em comum: o amor à arte e o facto de serem auto-didactas...

Munidos de informação dispersa e difusa, os operacionais da DDB fizeram-se a este terreno ainda por mapear visando o levantamento do estado da arte. A pesquisa levou a equipa de produção da DDB a andar, numa primeira fase, quase "de porta em porta", como sublinha Fafá, para o convite personalizado nem sempre imediatamente compreendido. No entanto, dada a exiguidade do ecossistema *fashion* local, a notícia de que se preparava grande evento em Inhambane correu lesta e houve quem tomasse a iniciativa de solicitar a participação. No termo dessa busca, resultaria a selecção de três lojas de roupa e sete costureiras.

Juntamente com oito modelos femininas e três masculinos, alguns jornalistas e a vasta

equipa de produção da DDB, rumaram a Inhambane para dar corpo a um programa variadíssimo, constituído por *workshops*, palestras e exposições sobre moda e maquiagem; pelo lançamento do *Faces 2006*; e, mais importante, por três desfiles, um dos quais potencialmente polémico, dedicado à *Miss Bikini World*.

Veneração do Belo

Conta quem viu que, nesse Verão de 2005, desaguou em Inhambane uma vaga de *glamour* descontraído pouco usual na cidade que já foi interposto escravagista. No tempo em que por lá andaram, ninguém ficou indiferente às modelos passeando a beleza felina pelas artérias do burgo, em produções fotográficas que se prolongaram pela zona portuária, com pescadores vogando os dhow de vela triangular na placidez de um azul infinito, e chegaram ao Mercado Central do Município. Ali, oito jovens de corpo esguio e bem ataviado, enquanto se expunham à objectiva do fotógrafo, circularam entre frutas, legumes, arroz, roupas e bugigangas, acrescentando novos tons ao colorido mercantil, mas também à vivência e ao imaginário colectivo local.

O qual acolheria, com espanto venerando, a noite em que a cidade inteira cintilou com mais vigor quando os modelos passearam as criações das modistas pela ampla escadaria que desagua no pátio interior, circundado por varandins com arcos em ogiva, do edifício do Concelho Municipal. Na passadeira vermelha debruada pelas cadeiras em que abancaram *media* e notáveis, os modelos flanaram sobre a malha sonora afro-latina de Dino Moran, o mais consagrado e requisitado DJ Sul-Africano, e único do continente especializado em desfiles de moda.

Esse desfile seminal ficou pontuado por um incidente alheio ao evento mas que veio confirmar, a Vasco Rocha, a suspeita de que talvez Moçambique começasse a estar receptivo ao fenómeno da moda. "Falhou a luz na cidade durante o desfile, e fiquei sem noção da gente que havia na praceta fronteira ao edifício porque estava encadeado com a luz dos holofotes (alimentados a gerador). Via apenas uns vultos, e de vez em quando. Só quando o desfile acabou e viramos os holofotes para a praça para que as pessoas pudessem sair é que percebi que estava completamente cheia de gente, sentada no chão, a ver o desfile. Mesmo na mais completa escuridão, deslocaram-se e estiveram ali, a ver".



Vasco Rocha

« CITAÇÃO »

"Na frente do palco, as pessoas, entre Moçambicanos e Sul-Africanos, de todas as cores e feitios, dançavam no espaço deixado livre pelo mar, enquanto o sol ia subindo... foi uma boa síntese do colorido que aconteceu naqueles dias".

Seguramente seriam mais ainda aqueles que acorreram, na noite seguinte, ao bar *Ti Jamu*, na baía de Inhambane, para assistir ao lançamento do *Faces Vodacom 2006* e *Miss Bikini World*. Transbordava, o recinto, para ver as modelos em trajes de banho subindo e descendo, graciosas por entre os holofotes, a escadaria de madeira recoberta por um tapete verde que acabava no areal. Com a *after party* que sucedeu ao desfile entrecortado por performances de artistas musicais e uma *belli dancer*, o Bar *Ti Jamu* rejubilou de gente em alegre convívio. Foi no meio dessa algaraviada que Rocha concluiu o que tantas vezes havia cogitado, nas horas mortas, com Moran e Fafá: o MFW tinha potencial.

Epifanias Revolucionárias

E, se dúvidas houvesse sobre o público – cuja afluência cresceu, atraído pela difusão da TVM, da RTP África (num universo de 300 milhões de telespectadores) e da rádio, que transmitia em directo para o país e África do Sul (4 horas de emissão para meio milhão de ouvintes) –, eclipsaram-se no derradeiro desfile que decorreu no *Dino's Bar*, já no Tofo.

A encoستا da duna em que assenta o bar foi completamente colonizada por turistas e nativos, rendidos ao belo inusitado de corpos e roupas em trânsito por entre archotes, deixando livre apenas a escadaria que levava à praia. No fim, estrelajou o céu com fogo



de artifício, cuja potência iluminou aquela noite, na véspera do fim do ano, que tinha já bastas estrelas em terra, rutilantes nos atavios imaginados e produzidos pelos *designers* pioneiros que inauguraram a semana da moda moçambicana original.

Aos primeiros alvares da madrugada, após a grande festa que dois DJ britânicos animaram sem tréguas, Vasco Rocha experimentou essa epifania rara que transforma destinos: "Na frente do palco, as pessoas, entre Moçambicanos e Sul-Africanos, de todas as cores e feitios, dançavam no espaço deixado livre pelo mar, enquanto o sol ia subindo... foi uma boa síntese do colorido que aconteceu naqueles dias".

Com o advento da aurora e a poesia daquele quadro, bucólico a seu modo, ao fim de meses de preparação e de uma semana intensa de trabalho árduo, Vasco Rocha, líder da DDB e grande mentor do MFW, sentiu que podia finalmente descansar...

—
Puro engano: a revolução estava apenas a começar.

{ EN }

For the chronicles and the amazement of those to come will be these three magical days where the epicenter of summer, in the distant year of 2005, moved to the edge of the Indian Ocean and the small resort town of Inhambane, the historic town where Vasco da Gama landed in 1498, was converted into the most fashionable place in Mozambique. Literally, since there evolved, between 28 and 30 December, in the noblest city spaces and in the whiteness of the sands of Tofo, the best that, to date, was produced in the Mozambican fashion universe. Still embryonic and under an absolutely harsh industrial environment, it would eventually find its cradle in the fringes of the sea.

At the time, the event organizers, DDB Mozambique, did not wish more than a supplement that would add value to the ongoing campaign to activate the mobile brand *Vodacom*, named *100% Sama Time*, and to be set as the zenith of the schedule between October and January. Relying on the instinct and experience accumulated in the meantime performing some loose small shows, as well as the popularity achieved by *Faces Vodacom* – a competition broadcasted by TVM which aimed to elect the most beautiful face in

the country, started in the previous year – the team led by Vasco Rocha, DDB's Managing Director, decided to bet on the national fashion show, but in a strictly playful and uncompromising dimension, as was the tone of the peak of summer. Moreover, it would be a summer event, destined to die in the throes of the bathing season. After assembling DDB's staff, it was named *Mozambique Fashion Week* (MFW).

"*Sama Time* ran the entire coastal area of Mozambique, with various entertainment activities, from football games, to beach inflatables for kids and music concerts, and other entertainment activities. As the end of the year [new year's eve] had been set in Inhambane, in Tofo, where by tradition many people gather, both from Mozambique and South Africa, a larger and more extensive show was decided, involving more people.

Hence the idea of making a fashion program was born, which would occupy three days of the scheduled week", recalls Vasco Rocha. Even with six months to plan and mobilize the necessary resources it would not be easy.

Vasco Rocha

« QUOTE »

"In front of the stage, people, Mozambicans and South Africans of all colors and sizes, danced in the space left free by the sea, as the sun was rising... it was a good summary of what happened in those colorful days".



Herculean Task

On the one hand due to the logistics involved: at the time of this adventure, a team of 120 people carried tons of equipment over the 480 kilometers that separate Inhambane from Maputo and the derelict roads, like stages and runways, assembled and redesigned after the concerts and fashion shows, and high output generators that could provide electricity to the event, plus the technological apparatus that would sustain the 30,000 watt sound system and lights for the following parties, amounting to 100,000 watts of power.

Transport difficulties were not however circumscribed to the degraded roads over which the DDB fleet rolled. They were made worse by the absence of reliable gas stations in the region, forcing the organization to buy fuel directly to the national oil company, *Petromoc*.

On the other hand, Inhambane city itself, with 65,000 inhabitants, was too small for the event. Despite its tourist vocation – but also because, as it was already full of holidaymakers – did not possess the necessary accommodation capacity to hold that many outsiders nor the restaurants to feed them during breaks from work. Nor it had the facilities capable of

hosting alone the fashion shows that were planned. Therefore, there was the need to proceed with the exploration and transformation of the available supply to tailor it to the needs not only of DDB, but of *Sama Time* in general and MFW in particular. Adaptations in Ti Jamu, the mouth of the harbor area in Inhambane, were paradigmatic: the structure of the restaurant-bar was radically altered to accommodate the work team's cafeteria and the runway, with a backstage for makeup and costume changes, from *Face Vodacom*.

Ten years later, producer Lina Halaze (Fafá) still remembers the difficulties and

improvisations: "Thank God, one of the winners of *Faces* was from Inhambane and I also had some contacts there. With the help of the Municipal Council (CMCI), we were able to procure houses, hire a caterer, set the logistics for the fashion shows and the activities that we were going to do, etc... and we were able to host the 120 people in Inhambane for the first edition of the MFW! Ufffffffffffff.."

Finally, we had to ensure the key players at any fashion show: the models, and even more, those who wore them – the designers. After the former were gathered by reviewing the notes from the successive castings

promoted by DDB within the production of *Faces*, the latter had to be ensured, the creative people that would give soul to the rags. But where to find such textile demiurges within a country with no such industry in sight?

Demand For What Is Possible

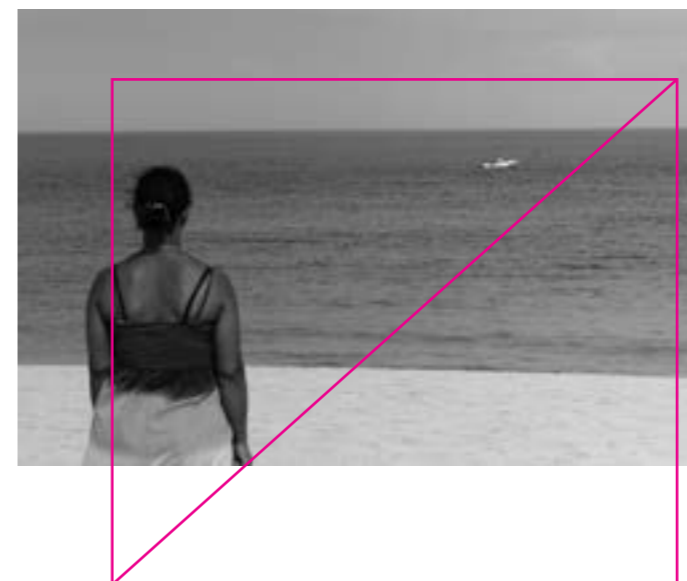
Maputo. The capital and the most cosmopolitan city in the country was the immediate and obvious solution to find possible designers in the absence of a national textile and clothing industry that invested in design. Some of these people, youngsters more or less skillful in handling the lonely needle – dedicated to cutting, shaping and sewing parts, if not completely created from scratch, sported some originality after transforming trivial clothes gleaned from the parcels of "xicalamidade" – wanted to display their creations on Saturday mornings to expatriates and tourists eager for the exotic, circulating in downtown Maputo.

Other, more reckless and that had discovered the gift while still in high school, through the customization of their own attire, used to participate in small and sparse shows that were taking place in some bars, particularly

in Maputo's railway station (CFM), under exploration by an enthusiast, Nuno Quadros, and sponsored by the Franco-Mozambican Cultural Centre (CCFM). There, a group of aspiring local designers met, still very informal, but already full of dreams and desire. Among them was Marinela Rodrigues, the most award-winning designer in MFW, who nowadays owns the brand *Sawa Sawa*.

"With the help of the CCFM and a Portuguese, Memé – a graphic designer deceased in the meantime – we were trying to create the Mozambican Association of Designers, called *Xai Xai La Maison de La Mode*. Eventually we had workshops headed by Sakina M'Sá, designer from the Comoros Island based in Paris, which was very inspiring." With Marina there was this core number of 15 people, maybe less: Taibo Bacar, Ísis Banga, Cigarra Perrin, Anita Rungo and Luigi Júnior, among others.

The bulk of potential designers, however, was under the relative anonymity of the humble workshops where they lived, and received clients and sewed the dreams of local brides or embroidered the vanity of Mozambican women seeking affirmation and social notoriety. In this case, however, the overwhelming



majority were older seamstresses, who had survived by resorting to copying the sketches included in the imported magazines. But despite the generational, business and even vocational gaps, they had, without exception, something in common: a love for the art and the fact that they were self-taught...

Armed with dispersed and diffuse information, DDB workers face these unexplored grounds to analyze the state of this art. The research made DDB's production have to walk almost "door to door", as underlined by Fafá, to give a personalized invitation that was not always immediately understood. However,

given the small size of the local fashion ecosystem, the news that a great event in Inhambane was in the works ran rampant and there were those who took the initiative to request participation. At the end of that search three clothing stores and seven seamstresses would be selected.

Along with eight female and three male models, some journalists and DDB's vast production team, they headed to Inhambane to give body to a widely varied program, consisting of workshops, lectures and exhibitions on fashion and makeup; the launch of *Faces 2006*; and, most importantly, three fashion shows, one of which potentially controversial, dedicated to *Miss Bikini World*.

Worshipping Beauty

Those who witnessed it said that, in that summer of 2005, a wave of relaxed glamor unusual in the city flowed through Inhambane, which was once a slave trading post. During that time no one was indifferent to the feline beauty models strolling through the arteries of the borough, on photographic productions that stood on the port area, with

fishermen drifting the triangular sail *dhow* placidly in an endless blue, arriving at the Municipal Central Market. There, eight slim-bodied and well-attired young women, while exposed to the lens of the photographer, circulated among fruits, vegetables, rice, clothes and trinkets, adding new shades to the colorful market, but also to the livelihoods and the local collective imagination.

It would eventually welcome, with venerated amazement, the night when the whole city sparkled with more force when the models strolled the designers' creations down the wide staircase that flows into the inner courtyard, surrounded by verandas with pointed arches in the building of the Municipal Council. On the red carpet lined by chairs where media and socialites sat, the models strolled under the African-latin sound mesh of Dino Moran, the most consecrated and requested South African DJ, and the only who specializes in fashion shows in the continent.

This seminal parade was punctuated by an incident unrelated to the event that reaffirmed Vasco Rocha's suspicion that Mozambique was beginning to become receptive to the phenomenon of fashion. "The lights went out in

the city during the parade, and I was clueless about the people who stood in the small square next to the building, because I was blinded by the (generator-powered) spotlights. I only saw a few figures, and once in a while. Only when the show ended and we turned the spotlight onto the square so that people could leave I realized that it was completely full of people sitting on the floor, watching the show. Even in complete darkness they went and sat there, watching."

Surely there were even more that came the next night, at Ti Jamu bar, in the bay of Inhambane, to attend the launch of *Faces Vodacom 2006* and *Miss Bikini World*. The facility was overflowing, to watch the models in swimsuits going up and down gracefully through the spotlights, the wooden staircase covered by a green carpet that ended up on the sand. With the after party which succeeded the show, intertwined with performances by musical artists and a belly dancer, Ti Jamu Bar was crowded with people in joyful fel-

lowship. It was amid this uproar that Rocha concluded what he had so often contemplated in the slow hours with Moran and Fafá: the MFW had potential.

Revolutionary Epiphanies

And if there were doubts about the public – whose affluence grew, attracted by the broadcast by TVM, RTP África (in an universe of 300 million viewers) and the radio, which broadcasted live to the country and South Africa (a 4-hour broadcast for half a million listeners) – they disappeared in the last fashion show held at Dino's Bar, in Tofo.

The slope of the dune on which the bar stands was completely colonized by tourists and locals, surrendering to the beautiful and unusual clothes and bodies in transit between torches, leaving vacant only the staircase leading to the beach. In the end, the sky crackled with fireworks, whose power lit that night, on the eve of the end of the year, which had already enough stars on the ground, with glittering attires imagined and manufactured by the pioneering designers who opened the original Mozambican fashion week.

At the first dawn of the morning after the big party, which two British DJs had given life to relentlessly, Vasco Rocha experienced this rare epiphany that transforms destinies: "In front of the stage, people, Mozambicans and South Africans of all colors and sizes,

danced in the space left free by the sea, as the sun was rising... it was a good summary of what happened in those colorful days."

With the advent of dawn and the poetry of that picture, bucolic in its own way, after months of preparation and a week of intense hard work, Vasco Rocha, DDB's leader and the MFW's great mentor, he felt he could finally rest easy...

—
Pure mistake: the revolution was just beginning.

— *Viagem
para a Utopia*



— *Journey
to Utopia*



{ PT }

Ainda com a massiva bateria de fogo de artifício ecoando nos céus de Inhambane, Vasco Rocha reuniu o núcleo duro da DDB, Fafá e Carlos Morgadinho, acolitado por Dino Moran, para analisar virtudes e defeitos da MFW primeva. Concluíram que havia condições mínimas para um evento anual exclusivamente votado à moda Moçambicana – um público, tendencialmente jovem, faminto de novidades e *glamour* semelhantes ao que via já em concursos como o Faces e quejandos que chegavam via satélite; e uma casta de costureiras muito criativa e ansiosa por mostrar os seus exercícios de estilismo.

Todavia, para uma aposta efectiva numa semana de moda digna, haveria que rever todo o processo, adoptando um conceito e objectivos mais ambiciosos do que o mero entretenimento. Para Vasco Rocha, "o MFW de Inhambane não era o modelo adequado porque não fazia crescer nada: nem indústria, nem modelos, nem estilistas. Era necessário



algo que pudesse despertar talentos em todas as áreas da indústria, desde a fotografia aos *designers*, dos vestidos aos modelos, das maquilhadoras e camareiras aos técnicos de som e luz... todas as componentes que contribuem para um evento assim". Em suma, fazer florir o deserto – mas sem oásis nem jardineiros no horizonte...

Vasco não desistiu da miragem. Ciente de que trilharia caminhos ignotos e difíceis, a DDB convocou especialistas acreditados para dar corpo à utopia de gerar um sistema de moda num país de escassa indústria têxtil e no limiar da pobreza, mais conhecido pela guerra do que pela fantasia. Da vizinha África do Sul, convocaram o mais famoso produtor africano de espectáculos de moda, Jan Malan, cuja carreira remontava a 1985. Cérebro da produtora *Umzingeli* e criador do *Face of Africa Model Search*, no vasto currículo avultava a mostra de criadores africanos, em 2000, numa das principais passarelas do mundo, a *New York Fashion Week*. Malan acedeu a viajar até Maputo na companhia da gestora de produção Anneliese Le-Breton. Hoje dona da *Sirius Production*, admite ter encarado o convite com "hesitação", a qual logo daria lugar "ao fascínio por um país assim poder ser tão apaixonado por moda".

Modelo Iconoclasta

A reunião de trabalho para definir o futuro da MFW oscilou entre dois conceitos, distintos na forma e na substância. Por um lado, havia a proposta sul-africana, algo convencional, na esteira das semanas de moda que visavam emular a *ortopraxis* das quatro grandes capitais: Nova Iorque, Londres, Milão e Paris. Consistiam, grosso modo, na apresentação de roupas e acessórios, num local e data prefixados, na qual um grupo de modelos caminha por cerca de 30 metros de passarela durante 20 minutos. Com banda sonora criada especialmente para esse fim, exibem à volta de 75 looks ao público aglutinado em filas dispostas lateralmente à passarela. Um paradigma antiquíssimo, criado pela inglesa Lady Duff Gordon (Lucile) no início do século XX. Mais do que testado, trazia segurança aos noviços de tais lides.

Vasco, porém, declinou o registo canónico. "Não invalidamos o modelo internacional, mas não resultaria em Moçambique. Primeiro, as pessoas não estavam habituadas a esse formalismo cerimonial, ao trato solene das roupas porque, em 2006, não havia qualquer cultura de moda no país; depois, para aderir a um evento destes, o Moçambicano teria

de sentir que há festa". Era preciso, portanto, uma alternativa em sintonia com as idiosincrasias locais, e que respondesse à visão da DDB para a MFW, cuja vocação deveria observar cinco grandes pilares:

- Um palco para exibir as obras dos estilistas e as aptidões dos modelos nacionais pelo menos uma vez por ano, gerando rotinas produtivas e estimulando a criatividade;
- Uma plataforma de formação e aprendizagem para estilistas e modelos, em primeiro lugar, e para toda a cadeia de produção associada à indústria da moda que deveria emergir a médio prazo;
- Um vector de afirmação da Moçambicanidade e projecção da imagem positiva de um país moderno, criativo e inovador, orientada ao consumo doméstico e externo, ao constituir-se como montra cultural – com *design*, artes plásticas, artesanato, gastronomia e música – e roteiro turístico;
- Um evento que marcasse uma ruptura no calendário social Moçambicano e na agenda mediática do país, gerando uma movida sazonal em função dos desfiles e das *after parties*;
- Um factor de inovação permanente, capaz de superar-se a cada edição e garantir a inscrição no calendário internacional dos grandes eventos de moda.

Mais do que um caderno de encargos ambicioso, tratava-se de uma carta de princípios e acta fundadora da *Mozambique Fashion Week*.

Quando Dezembro chegou e se fez publicar o programa da segunda edição da MFW, estavam lá todos os pressupostos, principalmente na área formativa. Aquela, porém, operou longe do olhar do público; para a História da Moda em Moçambique e na retina dos privilegiados que assistiram, o aparato cénico dos desfiles marcou para sempre o evento e estabeleceu um nível organizacional inédito no país. Restava saber se estaria à altura, ou perto disso, dos exigentes padrões internacionais.

Para aferi-lo, Vasco Rocha convidou para o júri da MFW um crítico de moda sul-africano, Adam Levin, jornalista de bastos prémios e obra publicada, muito influente na indústria – seria ele, de resto, a introduzir estilistas sul-africanos no mercado Europeu através da *London Fashion Week*... Levin publicaria no final do mês um artigo sobre a mostra Moçambicana no qual avaliava tanto a qualidade técnica e criativa da roupa como da produção do evento. Sem piedade, como era de seu timbre.

A Tomada da Bastilha

Em todas as épocas e quadrantes, as revoluções acabam por afirmar a nova ordem com a devassa e apropriação dos símbolos do poder deposto. Entre eles, avultam os edifícios institucionais, tipicamente marcantes na tessitura das cidades pela centralidade que ocupam e a monumentalidade que ostentam. A escala e o traço, mais rebuscado ou austero consoante o perfil o Governo do dia, visam atribuir uma imagem tangível à dimensão abstracta do poder, e proporcionar-lhe a ilusão da imortalidade pela sua inscrição na eternidade aparente da pedra.

Em Maputo, esse *locus* simbólico, mais do que na Ponta Vermelha, algo recôndita na geografia da urbe, encontra-se no edifício do Conselho Municipal. Implantado na Praça da Independência e ao lado da Sé Catedral desde 1947, a plasticidade cénica do edifício concebido pelo arquitecto Carlos Santos é óbvia: o estilo neoclássico, rectilíneo, afirma a magnificência sóbria do alçado principal, dominado por seis colunas que coroam ampla escadaria. Foi por ela que a MFW tomou de assalto as atenções da sociedade Moçambicana, que assistia ali, nessa noite



de quinta-feira, 14 de Dezembro, à celebração de si própria pela exaltação do orgulho nacional.

No primeiro evento cultural a ostentar o selo *Made In Mozambique*, duas gerações de estilistas – as estabelecidas Ivone Matavele, Lúcia Pinto, Ângela Timba, Sara de Almeida e Adélia Tique, todas com mais de três anos de carreira; e as debutantes Marinela (*Sawa Sawa*) Rodrigues, Vanda Tique, Ísis Mbaga e Sheila Tique, sob o rótulo de *young designers* –, lançaram as suas criações pela rubra vereda, rumo ao palco acessível à curiosidade da multidão que ia ovacionando as prestações de Anita Macuácuca e do grupo etnográfico Timbila Muzimba.

Entre as modelos que galgavam degraus, formosas e seguras, destacavam-se as mais recentes vencedoras do *Face of Africa* – Kaone Purio (2005), natural do Botswana e já capa de revista na difícil indústria dos EUA; e Ventantia Otto (2006), da Namíbia e de malas aviadas para Londres. Jan Malan justificou-lhes a presença por serem exemplo "das oportunidades que queremos criar para os Moçambicanos". As quais passaram pela participação no *Face of Africa* de 2007 e o treino, com eventual inclusão, numa agência

Sul-Africana. Além disso, Kaone e Ventantia, como era expectável, tinham cativado a atenção dos media, nacionais e estrangeiros, projectando ainda mais a MFW e fazendo jus ao lema do certame: *Moçambique no mercado internacional*.

Rasgar Novos Horizontes

Na perspectiva de muitos dos protagonistas, aquele foi o desfile mais memorável da MFW. Para Marinela Rodrigues, constituiu um incentivo ao sonho, colhendo os encómios públicos de Adam Levin, sempre tão avaro nos elogios. "Entre os *designers* emergentes, há uma clara vencedora. Embora não haja nada de original nos fatos de algodão estampado com motivos geométricos Africanos de Marinela Rodrigues, são pelo menos relativamente simples e bem talhados. Enquanto que os outros estilistas tentaram, obviamente, a sua sorte com um estilo diferente em cada peça, a colecção de Rodrigues é coesa. Com escassos recursos e pouca experiência, conseguiu trazer uma colecção capaz de se defender numa mostra estudiantil em qualquer lado", escreveu. Para a veterana Adélia Tique, porém, a deferência do júri foi, mais do que vitória circunstancial, a consagração.

"Para mim, aquilo foi... Eu tinha sido reconhecida. Já trabalhava há tanto tempo, e sempre tentei aperfeiçoar, cada vez mais, as coisas que fazia... Então senti a distinção como o reconhecimento de uma carreira de quase 30 anos. Eu precisava daquilo".

Naquela noite, desceu aos reboleões, tonta de cansaço e felicidade, a escadaria do CMCM para receber, tal como em Inhambane, a máquina de costura oferecida pela *Bernina* à estilista mais votada pelo júri. Levin, que





integrou o elenco, explicou no seu artigo a opção: "As colecções das estilistas estabelecidas são mais complicadas de avaliar. Algumas têm andado a fazer roupas há mais de 30 anos, mas que roupas? Não há indícios de uma tendência global nem local. Entre os previsíveis corpetes e turbantes, vemos alguns ásperos cafetãs pintados à mão e vestidos flamencos de chita. Um jurado local, um comerciante de lantejoulas, inclina-se para a pintura à mão, mas ficamo-nos por Adélia Tique, a qual mostrou, pelo menos, alguma esperança de originalidade, num conjunto Africano de silhuetas simples e brilhantes".

Levin ignorava que a mostra de Adélia Tique tinha ganho outra latitude no sábado anterior, quando foi à DDB fazer a prova das roupas que pretendia apresentar. Na sala de espera, Adélia viu chegarem as criações dos *designers* africanos. "Vinham embaladas, bem acondicionadas em plásticos, e comecei

a perceber que o padrão era muito diferente. Fui espreitar, toco as roupas e concluo: 'Sim, senhor: ainda não estamos a fazer nada. Nada!'. Envergonhada, fui buscar as minhas roupas e voltei para casa". Com o desfile aprazado para quinta-feira, os estilistas deveriam entregar as peças completamente prontas até segunda. Adélia tinha dois dias para se retratar. "Nesse sábado, a minha filha fazia anos e mandei toda a gente cortar o bolo fora de casa para ficar sozinha. Depois, fui à caixa onde havia capulanas muito bonitas, muito boas, artesanais, que a Sheila (a filha, também estilista) tinha trazido de Serra Leoa, e fiz os meus croquis. Trabalhei sábado e domingo sem parar nem dormir e, na segunda-feira, fui à DDB entregar os trajes", recorda Adélia, sublinhando: "O confronto com a realidade estrangeira fez-me perceber que tinha de trabalhar mais e melhor para apresentar roupa com qualidade. Com alma. Então, foi o que fiz". E fez bem.

Ivone Matavele

« CITAÇÃO »

"Ampliamos a nossa visão. Estávamos com palas, mas, a partir do momento em que vimos o trabalho de outros colegas de fora, o nosso desafio é enorme".

Com o seu esforço, Adélia Tique dava expressão a um dos vectores fundamentais da MFW, segundo Vasco Rocha: "A aprendizagem e crescimento através da criação de pontes – sempre foi esse o espírito – entre os estilistas e modelos estrangeiros, africanos ou não, e os locais, proporcionando troca de informação. Tanto verbal, em primeira mão, das dificuldades e processos por que passaram até chegarem ao topo; como pelas próprias peças, que também dão informação útil, estética e técnica". Para o estilismo Moçambicano, foi um rasgar de novos horizontes, como

referiu Ivone Matavele: "Ampliamos a nossa visão. Estávamos com palas, mas, a partir do momento em que vimos o trabalho de outros colegas de fora, o nosso desafio é enorme". Essa visão periférica adquirida por comparação com a obra alheia ampliou-se no estreito convívio do desfile conjunto, por isso chamado Pan-Africano, que decorreu na Estação CFM. O charme decadente do prédio verde esmeralda no Levante da Praça dos Trabalhadores, projectado pelo arquitecto Mário Veiga no início do século XX e abastardado por Ferreira da Costa ainda antes de concluído, tornava-o



templo perfeito para a liturgia profana do fútil. E seria ali, nessa singela estação eleita pelas revistas da especialidade como a sétima mais bela do Mundo, que a produção de eventos Moçambicana alcançou níveis jamais vistos.

A Todo o Vapor

O bulício do público que já enchia a gare da Estação Central era grande. Os convidados para a grande gala de encerramento do MFW 2006, na noite de 17 de Dezembro, cogitavam entre si as razões para disposição tão inusitada das bancadas – no cais de embarque, de um e outro lado da via férrea onde nada se passava. Aos que lá estiveram na véspera, vendo os desfiles das boutiques após a passagem diurna de *bikinis* no *deck* da piscina do Hotel Rovuma, também pareceu estranha a ausência da passarela, branca e larga, que na noite anterior imperava sobre o fosso por onde chegavam e de onde partiam os comboios ligando Maputo às províncias desde Março de 1910. Uns e os outros seriam surpreendidos de igual modo pelo arrojo da produção DDB.

Aquela arrancou, com o rigor impositivo de Vasco Rocha, no instante em que o relógio do frontispício assinalou 21 horas e, na gare

repleta sob a cúpula de ferro (erradamente atribuída a Gustave Eiffel), soou um apito de comboio. O murmúrio da multidão foi cedendo ao espanto quando assomou, deslizando entre vapores, o gemido metálico das bielas e o ronronar do motor, uma locomotiva *General Electrics* de 1970. Em equilíbrio precário, pendurados na máquina imponente, vinham bailarinos da Companhia Nacional de Canto e Dança armados de lanças, com atavios sugerindo robustos guerreiros de uma África estereotipada pelo "africanismo" que Hollywood instilou na memória colectiva. Com a intensidade da coreografia Xigubo executada por corpos esculturais, um arrepio maravilhado perpassou a plateia.

Aquela rendeu-se quando, dos camarins instalados na cauda da composição, brotaram modelos envergando as criações nacionais e dos *designers* convidados – Yolanda Thomas, Bongiwe Walaza e Sun Goddess (África do Sul); Bongsi Gray (Suazilândia); Mpho Kualho (Botswana); Nalhalie Bono Kikaba (Congo); Deola Sagoe (Nigéria); e Ali Adam (Gana). Um após o outro, sob a toada de aplausos, os manequins exibiram sedas, cetins e algodões num excuro elegante pela passarela inédita: assente nos vagões-plataforma de bogie, entre

a carruagem dos camarins a jusante e a locomotiva acantonada a montante da linha. A festa Pan-Africana não poderia ter palco mais exclusivo – na verdade, único no Mundo.

É certo que o aclamado *designer e enfant terrible da Haute Couture* francesa, Jean-Paul Gaultier, já havia tomado a vetusta Estação de Paris para cenário dos seus desfiles – o que reiterou na Estação Moscovita de Kazansky, em 2010 –, e que a ferrovia já tinha sublimado a sensualidade feminina com o espectáculo de Marlene Dietrich embarcado no *Shanghai Express* pela mão do realizador Josef von Sternberg, em 1932; mas nunca ninguém tinha feito uma sessão inteira, e com tantos desfiles, usando um comboio por plataforma como o Pan-Africano no fecho da MFW 2006 em Maputo.

Os riscos foram imensos: para bailarinos e modelos no comboio, uma travagem súbita poderia catapultá-los para a enfermaria; para a produção porque, sem ensaio prévio e com as exigências, tanto de sincronia como de posicionamento da máquina colossal, associadas à transmissão televisiva em directo, qualquer distração implicaria um fiasco insanável, com custos irreparáveis para a reputação da MFW. Nesses instantes cruciais, Rocha, Fafá e demais equipa técnica suspiraram a respiração, expectantes.

Não poderia ter corrido melhor. De tal modo que, volvido pouco tempo, a gare estava saturada de gente que, tendo visto em casa as manobras em directo, quis participar desse momento singular e rumou à Estação dos CFM para viver as emoções da moda africana em exercício na ferrovia. No termo do espectáculo, com o céu de Maputo inflamado pela indispensável pirotecnia, a multidão prolongava o êxtase com aplausos que rendiam a verdadeira homenagem ao arrojo da MFW.

Porque ninguém lhe ficou indiferente, as repercussões foram imensas. Aquém e além fronteiras. Marcou, definitivamente, a agenda dos *media* e a ortodoxia do universo fashion, dada a ruptura sistémica radical que havia operado com a instalação da passarela num comboio, meio de transporte inscrito na vivência dos locais e sobejamente associado ao imaginário africanista dos ocidentais – os grandes *players*, afinal, do sistema universal da moda.

E, para a DDB, estava encontrado o modelo MFW. Adequado às idiossincrasias de Moçambique e susceptível de gerar assombro e reconhecimento no exterior. Tinha encarrilado. Era preciso, todavia, melhorá-lo. Para fazê-lo crescer. Vicejar.



{ EN }

Even with the massive fireworks display echoing through the skies of Inhambane, Vasco Rocha reunited DDB's hardcore staff, Fafá and Carlos Morgadinho, supported by Dino Moran, to analyze the strengths and weaknesses of the primal MFW. They concluded that there were minimal conditions for an annual event exclusively dedicated to Mozambican fashion – a mostly young public, hungry for novelty and glamor similar to what was seen in contests like *Faces* and the like broadcast via satellite; and a variety of very creative seamstresses and eager to show their styling exercises.

However, for effective investment in a dignified fashion week, the entire process would have to be reviewed, by adopting a concept and more ambitious objectives than mere entertainment. For Vasco Rocha "Inhambane's MFW was not the appropriate model because it would not grow anything: neither the industry nor the models or the designers. We needed something that could awaken talents in all areas of the industry, from photography to designers, from dresses to models, from make-up artists and assistants to the sound and light technicians... all the components that contribute to an

event like this." In short, to make the desert bloom – but without an oasis or gardeners on the horizon...

Vasco did not give up on the mirage. Aware that he would trail unknown and difficult paths, DDB summoned accredited experts to give body to the utopia of generating a fashion system in a country with a scarce textile industry and impoverished, best known for war than for fantasy. From neighboring South Africa, they summoned the most famous African fashion show producer, Jan Malan, whose career dated back to 1985. The brains behind the *Umzingeli* production company and creator of *Face of Africa Model Search*, in his vast curriculum loomed the show comprised of African creators in 2000, one of the main runways in the world, *New York Fashion Week*. Malan agreed to travel to Maputo accompanied by production manager Anneliese Le-Breton. Currently the owner of *Sirius Production*, she admits that she regarded the invitation with "hesitation", which soon gave way "to the fascination that a country like this could be so so in love with fashion."

Iconoclastic Model

The work meeting to define the future of the MFW oscillated between two concepts, distinct in form and substance. On the one hand, there was the South African proposal, somewhat conventional, in the wake of the fashion weeks aimed at emulating the big four capitals orthopraxis: New York, London, Milan and Paris. It consisted, roughly, in the presentation of clothes and accessories at a fixed location and date, in which a group of models would walk in a 30-meter runway for 20 minutes. With a soundtrack created specially for this purpose, exhibiting around 75 looks to the public clumped in rows arranged laterally to the runway. An ancient paradigm, created by English Lady Duff Gordon (Lucile) in the early twentieth century. More than tested, it brought security to novices in such affairs.

Vasco, however, declined the canonical record. "We do not invalidate the international model, but it would not work out in Mozambique. First of all, people were not used to this ritual formalism, the solemn handling of clothes because, in 2006, there was no fashion culture in the country; secondly, to join such an event the Mozambicans would have to feel

that there is celebration going on." Therefore, an alternative was necessary more in tune with local idiosyncrasies, and following DDB's vision for the MFW, whose vocation should observe five main pillars:

- A stage to display the works of designers and the skills of national models at least once a year, generating productive routines and stimulating creativity;
- A platform for learning and training designers and models in the first place, and the whole production chain associated with the fashion industry that should emerge in the medium term;
- A vector affirming Mozambicanity and the projection of a positive image of a modern, creative and innovative country, oriented towards domestic and foreign consumption, establishing itself as a cultural showcase – with design, fine arts, crafts, food and music – and a tourist guide;
- An event that set a rupture in the social calendar and Mozambican media agenda in the country, generating a seasonal party mood due to the shows and after parties;
- An enduring innovation factor, able to outperform itself in each issue and ensure the enrollment in the international calendar of major fashion events.

The Storming of the Bastille

In all ages and walks of life revolutions end up affirming the new order, with wanton appropriation of symbols from the deposed power. Among them are large institutional buildings, typically striking in the fabric of the cities, due to their centrality and the monumentality they bear. The scale and the trait, more far-fetched or severe depending on the profile the Government of the day, aim to assign a tangible image to the abstract dimension of power, and give the illusion of immortality by way of their inscription on the seemingly eternal stone.

In Maputo, this symbolic locus, rather than on Ponta Vermelha, somewhat hidden in the geography of the metropolis, lies in the Municipal Council building. Established in the Praça da Independência (Independence Square) and adjacent to the Cathedral since 1947, the scenic plasticity of the building designed by architect Carlos Santos is obvious: the neoclassical, rectilinear style, states the sober magnificence of the main facade, dominated by six columns that crown the wide staircase. It was through its use that the MFW stormed the attentions of the Mozambican

More than an ambitious specifications document, it was a charter of principles and the founding articles for the *Mozambique Fashion Week*.

When December came and the program of MFW's second edition was published all the assumptions were in place, especially in the training department. However, it operated away from the public eye; for the History of Fashion in Mozambique and in the retina of the privileged who attended, the scenic apparatus of the shows forever branded the event and established an unprecedented organizational level in the country. It was unknown whether it was up to, or close enough, to the highest international standards.

To assess it, Vasco Rocha invited to the MFW's jury a South African fashion critic, Adam Levin, a journalist with several awards and published works, very influential in the industry – he would be the one introducing South African *designers* in the European market, through *London Fashion Week*... Levin would publish at the end of the month an article about the Mozambican show, in which he assessed both the technical and creative quality of clothing as well as the event production. Mercilessly, as was his tone.

Ivone Matavele

« QUOTE »

We expanded our vision. We were with blinders, but from the moment we saw the work of other foreign colleagues, our challenge was enormous.

society, who attended the show there, that Thursday night of December 14, in self-fulfilling celebration of the exaltation of national pride.

In the first cultural event to bear the stamp Made in Mozambique, two generations of designers – veterans Ivone Matavele, Lúcia Pinto, Ângela Timba, Sara de Almeida and Adélia Tique, all with careers spanning more than three years; and debutantes Marinela (*Sawa Sawa*) Rodrigues, Vanda Tique, Ísis Mbaga and Sheila Tique, under the *young designers* label – launched their creations down the red carpet, towards the stage accessible

to the curiosity of the crowd that was cheering the work of Anita Macuácuá and the ethnographic group Timbila Muzimba.

Among the models that graced the steps, beautiful and steady, stood out the most recent winners of *Face of Africa* – Kaone Kario (2005), a native of Botswana and already with a magazine cover in the tough US industry; and Venantia Otto (2006), from Namibia and on her way to London. Jan Malan justified their presence because they are an example "of the opportunities that we want generate for Mozambicans." These took part in the Face of Africa 2007 edition and training, with possible



inclusion, in a South African agency. Furthermore, Kaone and Venantia, as was expected, had captivated the attention of the media, national and foreign, projecting further the MFW and living up to the motto of the event: *Mozambique in the international market.*

Tearing New Horizons

From the perspective of many of the protagonists, that was the most memorable show in the history of MFW. For Marinela Rodrigues, it was an incentive to dream, reaping the public praise of Adam Levin, always so stingy with his compliments. "Among emerging designers there is a clear winner. Although there is nothing original in the printed cotton clothing with African geometric motifs by Marinela Rodrigues, they are at least relatively simple and well tailored. While other designers obviously tried their luck with a different style for each piece, Rodrigues' collection is cohesive. With few resources and little experience, she managed to bring a collection capable of defending itself in a student show anywhere", he wrote.



For veteran Adélia Tique, however, the jury's deference was, more than a circumstantial victory, a consecration. "For me, it was... I had been recognized. I had worked for so long and always tried to increasingly improve the things I did... Then I felt the distinction as the recognition of a career spanning almost 30 years. I needed that."

On that night, she descended haphazardly, giddy with exhaustion and happiness, the steps of CMC to receive, as in Inhambane, the sewing machine offered by *Bernina* to the most voted designer by the jury. Levin, who joined the cast, explained the option in his

article: "The collections of established designers are more complicated to assess. Some have been making clothes for over 30 years, but what clothes? There is no evidence of a global or local trend. Among the predictable bodices and turbans, we see some rough hand painted caftans and cheetah print flamenco dresses. A local judge, a merchant of sequins, leans to hand painting, but we went for Adélia Tique, which showed at least some hope of originality, in an African set of simple and bright silhouettes."

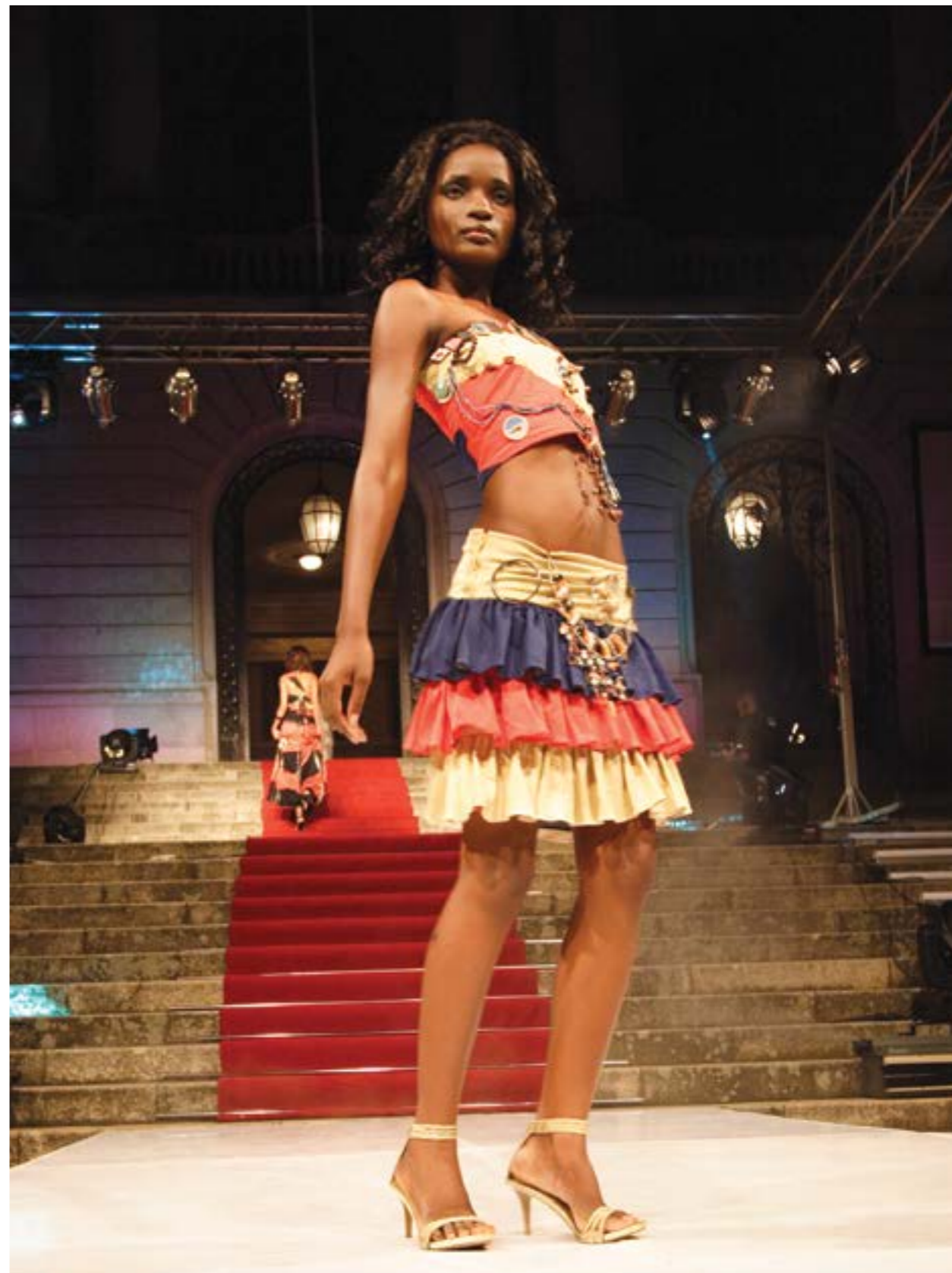
Levin was unaware that the Adélia Tique's collection had gained another latitude the

previous Saturday, when she went to DDB to test the clothes she intended to display. In the waiting room, Adélia witnessed the arrival of the African designers' creations. "They were packaged, well wrapped in plastic, and I began to realize that the pattern was very different. I went to take a look, touched the clothes and concluded: 'Well, well, we are still doing nothing. Nothing!.' Embarrassed, I picked up my clothes and went home."

With the show scheduled for Thursday, the designers should deliver fully finished pieces until Monday. Adélia had two days to recant. "That Saturday, it was my daughter's birthday and I sent everyone to cut the cake outside the house so I could be alone. Then I went to the box where there were very beautiful, very good, handmade capulanas that Sheila (her daughter, also a designer) had brought from Sierra Leone, and I drew my sketches. I worked Saturday and Sunday without stopping or sleeping, and on Monday I went to DDB to deliver the clothes", Adele recalls, noting: "The confrontation with foreign reality made me realize I had to work harder and better to provide quality clothing. With soul. So that's what I did." And well she did.

Through her effort Adélia Tique gave expression to one of the fundamental pillars of the MFW, according to Vasco Rocha: "Learning and growth by creating bridges – this has always been the spirit – between foreign designers and models, African or not, and locals, providing information exchange. Both verbal, firsthand, the difficulties and processes through which they went through to reach the top; and through their own pieces, which also provide useful technical and aesthetic information." For Mozambique's fashion industry, it tore new horizons, as stated by Ivone Matavele: "We expanded our vision. We were with blinders, but from the moment we saw the work of other foreign colleagues, our challenge was enormous."

This peripheral vision gained by comparison with the work of others expanded with the close contact provided by the show, thus called Pan-African, held at CFM Station. The decadent charm of the emerald green building in the Praça dos Trabalhadores (Workers Plaza), designed by architect Mário Veiga in the early twentieth century and corrupted by Ferreira da Costa even before completion, became the perfect temple for the profane liturgy of the futile. And it would be there, in this



simple station chosen by specialist magazines as the seventh most beautiful in the World that Mozambican event production reached unprecedented heights.

Full Steam Ahead

The hustle and bustle of the public who filled the Central Station was widespread. Those invited to the big closing gala of the MFW 2006 on the night of December 17 were considering between each other the reasons for such an unusual arrangement of benches – on the boarding platform, on either side of the railroad, where nothing was happening. Those who were there the day before, watching the parade of boutiques after the diurnal passage of bikinis on the pool deck of the Rovuma Hotel, also seemed surprised by the absence of the runway, white and wide, that the night before reigned over the pit where

they arrived and where trains departed, connecting Maputo to the provinces since March 1910. Some would be equally surprised by the boldness of the DDB production.

It kicked off, with the imposing rigor of Vasco Rocha, the instant that the frontispiece clock displayed 9 PM, and under the filled iron-domed station (wrongly attributed to



Gustave Eiffel) a train whistle sounded. The murmur of the crowd gave way to amazement when, sliding between vapor, the metallic whine of the connecting rods and the purr of the engine, a 1970 General Electric locomotive appeared. Showing precarious balance, hanging in the imposing machine, were dancers of the National Company of Song and Dance, armed with spears, with attires suggesting robust warriors from a stereotypical Africa, that Hollywood has instilled in the collective memory. With the intensity of the Xigubo choreography performed by sculptural bodies, a shiver ran through the awestruck audience.

It surrendered when, from the backstage installed in the tail section of the composition, sprouted models wearing national and invited designers' creations – Yolanda Thomas, Bongiwe Walaza and Sun Goddess (South Africa); Bongi Gray (Swaziland); Mpho Kualho (Botswana); Nalhalie Bono Kikaba (Congo);

Deola Sagoe (Nigeria); and Ali Adam (Ghana). One after another, under the tune of applause, the models displayed silks, satins and cottons in an elegant excursion on the unprecedented runway: set on the flatbed wagons, between the downstream backstage wagon and the upstream locomotive. The Pan-African festivities could not have a more unique stage – indeed unique in the world.

Admittedly, the acclaimed designer and enfant terrible of French haute couture, Jean Paul Gaultier, had used the very old Paris Station as a set for his shows – repeated in the Muscovite Kazansky Station in 2010 – and that the railroad had already sublimated feminine sensuality through the spectrum of Marlene Dietrich in *Shanghai Express*, directed by Josef von Sternberg, in 1932; but nobody had ever done an entire session, and with so many shows, by using a train platform like the Pan-African, closing the MFW 2006 in Maputo.



The risks were enormous: for dancers and models on the train, a sudden braking could catapult them to the infirmary; for the production because, without rehearsal and with the demands, both in terms of syncing and positioning of the colossal machine, associated with the live broadcast, any distraction would involve an irreparable fiasco, with irreparable cost to the MFW's reputation. In these critical moments, Rocha, Fafá and the remaining technical staff held their breath, expectant.

It could not have gone better. Insofar that, not long after, the station was saturated with people who, after watching the maneuvers live

at home, wanted to take part in this unique moment and headed to the CFM station to live the emotions of African fashion on the railroad. At the end of the show, with the Maputo sky ignited by the inevitable pyrotechnics, the crowd prolonged the ecstasy with applause that showed real praise for the MFW's boldness.

Because no one was indifferent, the repercussions were immense. Behind and beyond borders. It definitely set the media agenda and the orthodoxy of the fashion universe, given the radical systemic breakdown that had operated with the installation of the runaway



on a train, a type of transport registered in the experience of the local people and widely associated with the Africanist imagery of the westerners – the large players, after all, in the universal system of fashion.

—
And for DDB, the MFW model was found. Suited to the idiosyncrasies of Mozambique and likely to generate awe and recognition abroad. It was on track. It was necessary, however, to improve it. To make it grow. To thrive.



— *Laço
Lusófono*



— *Lusophone
Ties*

{ PT }

O comboio da *Mozambique Fashion Week* (MFW) não mais voltaria a deixar os carris nas edições seguintes; pelo contrário, a passarela seguiria a bordo dos vagões com todo o vapor e acrescentando passageiros a cada nova viagem de *glamour* e fantasia têxtil. De igual modo, cresceu o recurso ao imponente edifício de três cúpulas da Estação dos CFM de Maputo, o qual acolheu todos os desfiles de 2007, entre 10 e 15 de Dezembro. Tanto nos espaços interiores como exteriores.

António Libombo, à época director do Gabinete de Comunicação dos CFM, justificou o apoio da empresa pela importância que atribuíra ao evento: "O perfil, em termos de produção, vai-se manter, pois é interessante associar a nossa imagem, do emblemático edifício dos CFM, e os nossos meios, à moda. Somos uma empresa tradicional, com mais de cem anos, e estamos gratos por termos sido escolhidos para fazer parte desta família da moda", disse, sublinhando ainda: "Temos apoiado vários eventos, mas este, o MFW, tem um impacto nacional e internacional".

Esse impacto externo decorria da surpresa ferroviária, claro; mas também das pontes estabelecidas no ano anterior com representantes maiores da cena *fashion* de alguns países africanos, com destaque para a vizinha, e líder continental, África do Sul. Foram tais pontes, aliás, que permitiram às estilistas distinguidas na edição do MFW 2006 evoluir, tanto do ponto de vista técnico como criativo, pelo acesso que a DDB lhes proporcionou a *workshops* ministrados em Cape Town.

Marinela Rodrigues, a *young designer* escolhida no ano anterior, nunca olvidou a oportunidade nem a relevância que teve no seu percurso profissional. Entre aspectos mais técnicos e pragmáticos, ligados à área de negócio, ensinou-lhe a importância da simplicidade. "Em África do Sul, tivemos um *workshop* de uma semana com compradores, estilistas e pessoas ligadas à cultura e estava lá um *designer* cuja marca era só uma linha – um risco! E ele mostrou-nos que, com apenas um risco, podia fazer o formato de uma mulher, de um homem, ou de casas... e era uma coisa simples. Foi muito interessante ver como a simplicidade pode resultar".

Keep it simple! A máxima, no caso de Marinela, resultou tão bem que, nesse ano de 2007, participando outra vez na qualidade de *young designer* – juntamente com as repetentes Ísis Mbagá, Ester Tique e Vanda Tique, e os novos talentos, como Shaazia Adam, que tinha só 17 anos na altura – apresentou uma colecção de roupa casual. Primando pela simplicidade e consistência, tanto técnica como narrativa, do conjunto, tornou a colher a preferência do júri...

Para a DDB, a formação que pudesse elevar os padrões qualitativos dos principais protagonistas da MFW continuava prioritária. Congruente, antecipou e ampliou os *workshops* de preparação dos estilistas, exigiu rigor – impondo, de resto, uma propina: ainda que simbólica, seria dissuasora da preguiça e da diletância... Os candidatos começaram os trabalhos em Julho, com o apoio da *Bernina* (a marca suíça de máquinas de costura possui um Centro de Formação a cargo de Rosa Maria Jorge) e sob a batuta de especialistas, nacionais e estrangeiros, nas técnicas construtivas do têxtil a vestir. Os estilistas discentes, debutantes e relapsos, passaram em revista todo o *métier*, desde a concepção dos

moldes à operação de máquinas e agulhas. Incluindo o mais singelo pesponto ou a minúscula cerzidura. Nada escapou.

Da profundidade e do tempo investidos na aprendizagem, retiram proveito maior a jovem *designer* Mbire, que ganhou o prémio *Vodacom Fashion Show*, exibindo combinados cuja qualidade estética e técnica arrebataram os circunstantes. Da velha guarda, houve nova consagração, acolhida com euforia pela *joint-venture* familiar do clã Tique. Mais do que o prémio monetário, ganharia a viagem de ambas, na companhia de Marinela, ao prestigiado *Old Mutual Vukani! Fashion Awards*, deferência que inscreveu a mãe Adélia e a filha Sheila no firmamento da moda nacional através da etiqueta *Missaia*. Juntas, têm hoje no *atelier* um acervo de mais 500 croquis originais. É obra. Igualmente notáveis foram as amarras que a DDB lançou. Reiterando a celebração dos laços Africanos com Jackeline Kakesse (República Democrática do Congo), Mho Kuaho (Botswana),



Mustafa Hassanali (Tanzânia), Sylvia Owori (Uganda) e Sun Goddess (África do Sul) a responderem positivamente à convocatória, a DDB foi mais longe ainda, e atrelou parte do Mundo Lusófono ao comboio MFW.

A Costura da Língua

A Lusofonia chegou do exterior através de embaixadores idóneos. Da costa ocidental africana viajou para Maputo o designer Angolano José Rui Lopes. Formado em Harare, provou na passarela Pan-Africana da MFW não desmerecer a herança do pai, alfaiate de prestígio na década de 1980. A estrela mais rutilante no firmamento lusófono da MFW 2007 veio, porém, de outras latitudes, onde o Atlântico termina e a Europa começa: Portugal. Com basta tradição no sector do Têxtil e Vestuário, gerou, a partir da década de 1980, uma casta de estilistas que se foram impondo, no plano

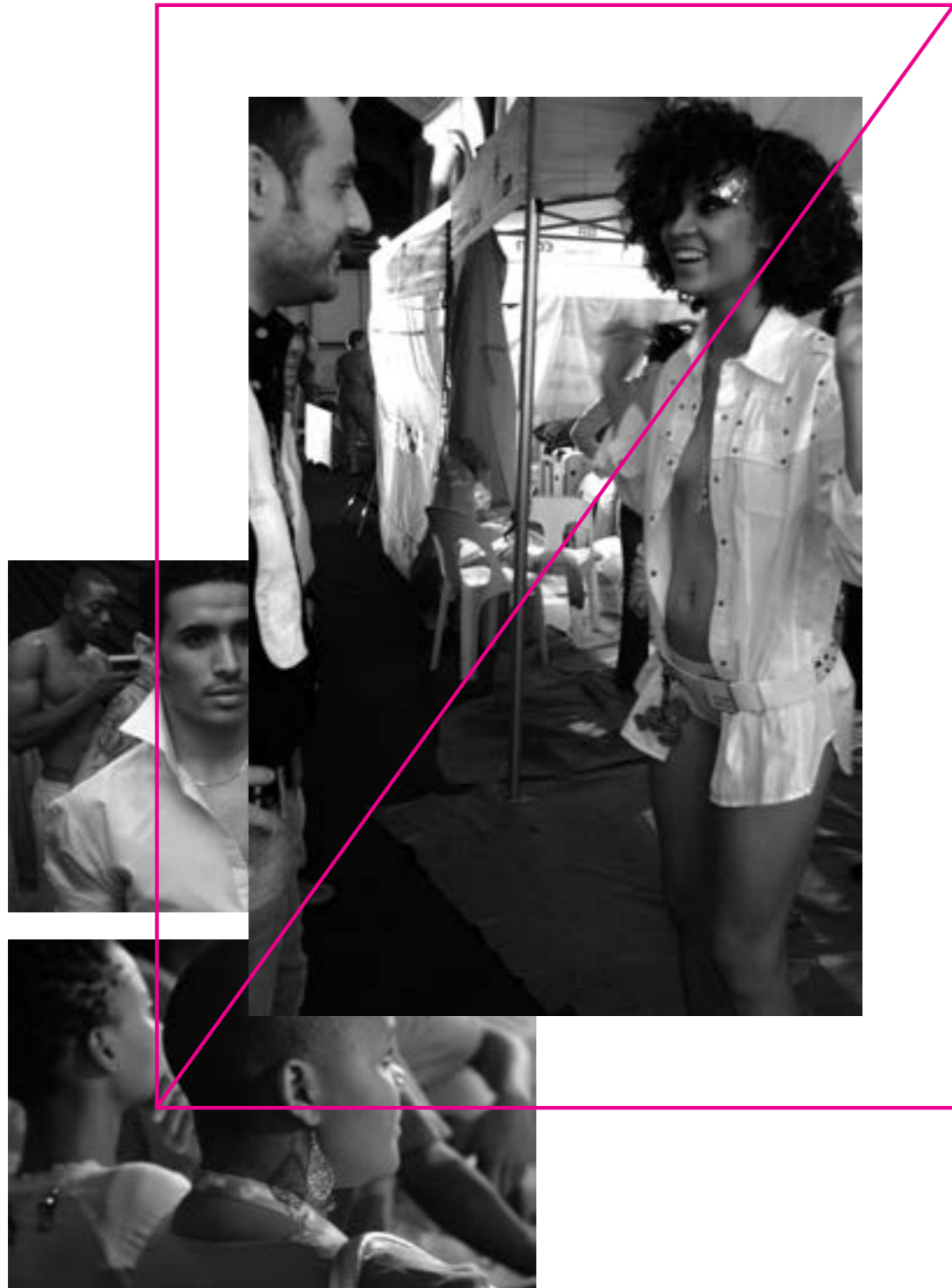
externo, através da imaginação e da persistência, o único capital dos países periféricos.

Uma das suas proas mais sólidas continua a ser Nuno Gama, *designer* conhecido pela apropriação e reinvenção de elementos tradicionais que remetem para certo imaginário da "Portugalidade". Esse culto levou-o, aliás, a ter por emblema a estilização da cruz templária, ícone sacro que as naus dos Descobrimientos – como a *São Gabriel* com que o outro Gama, o marinheiro chamado Vasco, aportou na "terra da boa gente" – traziam nas velas enfunadas. Também Nuno a levou para Maputo, inscrita nos cintos, nos sapatos e t-shirts da sua lavra.

E, porque há um fio invisível que tudo liga, Gama veio por mão de um Vasco, mas de apelido Rocha e Director Geral da DDB que, nesse Fevereiro havia regressado ao Porto natal. Ali, recebeu o prémio Empreendedor Moda, junto com personalidades africanas notáveis (como

o músico cabo-verdiano Tito Paris e a fadista luso-moçambicana Mariza) na *Gala Porto's Africa*, aproveitando a estadia para contactos. O *designer* Gama confessa que, ao chegar-lhe o convite para participar na MFW, embora 2006 tivesse sido particularmente intenso (na véspera de celebrar os 20 anos de etiqueta), não hesitou: "Aceitei imediatamente. Finalmente, ia conhecer Moçambique, contactar com a cultura e, também, fazer umas férias".

E, mais do que mergulhar no azul-turquesa de Vilankulos, imergiu no sistema da moda local, averbando fãs confessos entre os seus pares locais, como Taibo Bacar, Feliciano da Câmara e a família Tique. Adoraram a colecção, já exibida na *ModaLisboa*, inspirada em Corto Maltese, marinheiro de Hugo Pratt. No termo da sua incursão Moçambicana, Gama manifestou-se genuinamente satisfeito pela simpatia indígena e surpreendido com "a versatilidade do evento na sua capacidade



de transformação permanente", destacando o *suis generis* comboio *fashion*.

Das largas avenidas debruadas por acácias, Nuno Gama levou a nostalgia – "um dia, se poder escolher, deixem-me passar a minha eternidade em Moçambique; e, se não deixarem, vou-me imaginar lá, junto a uma praia, feliz a sorrir muito..." –; colheu a inspiração para a colecção da temporada seguinte (t-shirts reproduzindo os *Big Five* da savana – elefante, rinoceronte, búfalo, leão e leopardo – estampados nas notas de rand e metical); e deixou a promessa de voltar à MFW 2008. Não cumpriu, tolhido por uma cirurgia de emergência ao joelho.

Outros viriam, porém. Não só de Portugal, mas da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP), com Angola assídua e a grande potência sul-americana, o Brasil, a chegar mais tarde e com o estrondo positivo que caracteriza o reino do Carnaval.

Luso-tropicalismo *fashion*

Através da DDB, a Lusofonia adquiriu, assim, uma outra gramática: necessariamente cosmopolita, profusamente colorida e muito sofisticada – mais *fashion*. Os Angolanos

fizeram-se representar, no ano seguinte, com três modelos e a costureira Carla Silva, encarregue da novidade Moda Noivas – segmento pouco explorado, por exigir tecidos mais onerosos – num desfile arrepiante.

Por um lado, dada a ousadia da paleta cromática, longe da nível tradição local: "Abandonei a grinalda e procurei trazer ao MFW 2008 coroas, luvas, o véu e as novas cores que agora se usam a nível internacional, como o café, o marfim e o rosa. Não introduzi o vermelho porque ainda é um bocado complicado. Mas, aos poucos, as noivas vão-se habituando às novas tendências", explicou Silva. Por outro lado, os nubentes provisórios desfilaram na mais extensa passarela da MFW, e numa só passagem. No tempo desse excursão, as raparigas casadoiras levitaram, por certo, nas asas do desejo e até os celibatários mais empedernidos terão vacilado nas suas opções face à magia dos vestidos em trânsito.

Angola voltou a Moçambique, em Dezembro de 2009, com o casal de modelos Dennis da Fonseca e Marisa Gonsalves, integrados no lote de manequins estrangeiros, aos quais a lusofonia acrescentou o português Ricardo Cruz e a estreia absoluta do Brasil

Paulo Vaz

« CITAÇÃO »

"O Mozambique Fashion Week tem tido um papel determinante para congregar os talentos, organizar o meio e promover interna e externamente a moda Moçambicana, de forma profissional, ombreando com o melhor que se faz no mundo nesta área, realizando desfiles de grande nível e de irrepreensível produção, acrescentando-lhe a indispensável vertente social e festiva, que comunica com eficácia todos os objetivos do evento. Sem o MFW estou certo de que a moda Moçambicana continuaria desconhecida para o Mundo; com o MFW, é o mais interessante segredo em revelação no panorama Africano da moda".



no MFW com o charme másculo de Schneider. Na edição seguinte, o acanhamento anterior da presença lusófona seria compensado com o reencontro em Maputo de Cruz e Fred.

Este modelo veio de Angola na companhia das *designers* Nadir Tati e Carla Silva, que trocaram impressões, receitas e segredos com os congéneres locais na dupla língua que lhes é comum: o Português e a Moda.

Na sexta mostra, da área da costura, Lisboa não enviou ninguém, mas Portugal estaria representado por uma imigrante radicada em Tete, Carla Pinto, dona da "Ideias a Metro" fundada em 2005. De certo modo, foi ela que abriu a MFW 2010, ao vestir a apresentadora, Anabela Adrianopoulos, no lançamento da edição...

Mas, em 2011, Portugal retratou-se, não só pela repetição de Carla Pinto, acabadinha de desembarcar dos EUA, para onde seguiu e aprofundou competências, mas pela sua

delegação de costureiros, num intercâmbio negociado com o *Portugal Fashion*. Nuno Vidigal exibiu roupa de gala em tons de rosa, azul e amarelo debruados por brilhantes, fechando a mostra com um vestido de noiva, de espartilho e saia rodada de tule, que levantou a plateia.

Os aplausos prolongaram-se com o veterano José António Tenente, cujo desfile inaugural da série que o levou a sobejas capitais mundo fora, desde os EUA a Xangai, remonta a 1986. *Designer* com loja própria, em Lisboa, e o seu perfume *Amor Perfeito* na bagagem, aterrou em Moçambique trazendo a sobriedade que lhe caracteriza o traço (adoçado pela arquitectura que não chegou a exercer), na roupa de acabamentos impolutos e tecidos de qualidade superior, perlada por rutilâncias discretas e talhe assimétrico.

"O jogo reside na sobreposição de planos, mantendo a silhueta do corpo. Encaixes,

Fátima Lopes

« CITAÇÃO »

"Tenho tido a sorte, ao longo destes 20 anos, de desfilar um bocadinho em todo o Mundo – em praticamente todos os continentes. E é sempre um desafio, principalmente quando não conheço, como é o caso. Mas tive a sorte de conhecer. Porque, por detrás do evento, há uma excelente equipa de profissionais, muito competentes, e não tenho que me preocupar nada porque está tudo muito bem organizado".



cortes e contraste de materiais realçam as formas. Diferentes texturas e pesos para os tecidos numa mesma peça; *mousselines* de seda coordenam com lantejoulas, lantejoulas com algodões, algodões com *mousselines* de seda, num jogo circular. Areia, pedra, chocolate, cobalto, negro e ouro, são os tons desta paleta minimal, que serve uma colecção levemente inspirada nos 'loucos anos 20", explicou o criador, que, tal como entrara, saiu da passarela sob estrondo da ovação.

Pela primeira vez em Moçambique, Tenente confessou-se "muito surpreendido com a quantidade e a vitalidade da criatividade. Com tanta energia e vontade, nomeadamente, pela grande quantidade de *young designers*", e referiu a pedra angular do evento e o Norte dos seus mentores: "A grande aposta terá que passar, forçosamente, pela formação". Passou. Sempre.

Carla Silva e Mia Mendes foram as outras embaixadoras lusófonas, Angolanas no lote Pan-Africano. A primeira, após o triunfo das suas noivas, mesclou tecidos europeus e panos africanos para confeccionar vestidos de gala e de noite; a segunda, contabilizando à época uma década no activo e sediada em Luanda, arrebatou os favores do público com os tecidos finíssimos, sedas quase todos, flanando padrões das samacacas do Sul de Angola (a sua principal inspiração, de resto) pintados à mão, como é seu timbre. Impressionou.

Redes que a Moda Tece

Mas não tanto quanto havia impressionado os *media* internacionais, em 2000, a estilista portuguesa convidada para participar no MFW 2012, não só por ter palmilhado ela própria a sagrada passarela de Paris, mas pelo impacto da obra com que fechou esse



memorável desfile: no seu corpo bem tonificado, trouxe um biquíni, preciosíssimo, todo em ouro e diamantes, avaliado em 1097 355 euros – o mais valioso do Mundo...

A ousadia compensou; a *griffe* Fátima Lopes adquiriu outra cintilância e ascendeu ao Olimpo da moda internacional, franqueando-lhe as simpatias da mais antiga, e selecta, capital da moda mundial – Paris. Ao fim de oito anos de carreira, a estilista natural da Ilha da Madeira tinha alcançado o topo, e foi nessa condição que chegou a Maputo. Para reinar no Polana Serena Hotel, onde celebrou aniversário especial. Em grande. "Como nunca tinha estado em Moçambique e comemoro 20 anos de carreira, achei que devia fazer algo diferente e que fazia sentido trazer não uma colecção, mas um miúdo do melhor dos últimos 20 anos". Os afortunados que sobrelotaram o Hotel Polana, nessa edição mais ousada do que nunca, também.

Fátima Lopes encontrou nas gentes de Moçambique "a simpatia e o gosto pela moda, que existe, é real, e faz deste país um país muito especial", disse, acrescentando rasgado elogio ao esforço da DDB: "Tenho tido a sorte, ao longo destes 20 anos, de desfilar um bocadinho em todo o Mundo – em praticamente

todos os continentes. E é sempre um desafio, principalmente quando não conheço, como é o caso. Mas tive a sorte de conhecer", sublinhou, referindo-se ao MFW 2012. E justificou: "Porque por detrás do evento há uma excelente equipa de profissionais, muito competentes, e não tenho que me preocupar nada porque está tudo muito bem organizado".

Redescoberta Mútua

Se a presença de Fátima Lopes projectou fortemente a MFW 2012 através dos *media* internacionais da especialidade, atraídos pela retrospectiva de uma senhora algo excêntrica da moda internacional, no ano seguinte a reportagem foi massiva. E multiplicou-se pelas redes sociais. Dos órgãos portugueses, o interesse já tinha sido manifesto na cobertura da prestação dos três estilistas Moçambicanos, Telma Orlando, Alexandre Tique Alexandre e Taússe Daniel, que haviam mostrado as colecções, em Outubro, na maior *catwalk* do país, o *Portugal Fashion*; mas foi exponenciado quando a mais vasta delegação Portuguesa de sempre rumou a Maputo, juntando-se à residente Carla Pinto e em resposta ao intercâmbio protocolado pela DDB e a Associação Selectiva Moda (ASM).

Um intercâmbio que traduz, segundo Paulo Vaz, da ASM, "a colaboração entre a moda Portuguesa e Moçambicana, feita de um primeiro conhecimento mútuo, de intercâmbio de participações entre estilistas dos dois países nos seus principais eventos de moda. Trata-se de um construir um caminho, com todas as suas etapas, mas também com um destino perfeitamente definido", afirma o também Director-Geral da Associação Têxtil e Vestuário de Portugal (ATP). Enquanto responsável institucional da Indústria de Moda Portuguesa, Paulo Vaz exalta a "enorme satisfação em colaborar com a MFW e ter a oportunidade de conhecer melhor a moda que os designers e estilistas Moçambicanos estão a produzir".

A surpresa que confessa terá sido tão grande como agradável: "Vi jovens criadores que, apesar dos seus limitados meios materiais, possuíam criatividade extraordinária, capazes de conjugar com equilíbrio o indispensável conhecimento técnico com as influências estéticas e culturais endógenas e as grandes tendências internacionais, sem cair nunca na etnografia ou no folclore redutor e com o necessário distanciamento para, aproveitando o melhor que o mundo nos oferece,





não derivarem para a replicação, sempre menor, dos grandes estilistas mundiais", referiu, com o cuidado diplomático de omitir os favoritos.

Não obstante, para Paulo Vaz, a esmagadora maioria dos criadores Moçambicanos partilha características muito atractivas num Mundo que, quanto mais global, mais valoriza o local. O futuro, afirma, será risonho: "Personalidade, distinção, respeito pela própria identidade e cultura, mas cosmopolita, esta é uma forma de ver a moda Moçambicana actual, o caminho dos seus criadores, mas, sobretudo, ter presente que o potencial que encerra é realmente extraordinário, pois, se com base em tão pouco se consegue fazer tanto, o incremento de meios e oportunidades, que fatalmente acontecerá, terá um efeito multiplicador que poderá transformar Moçambique num caso sério de criatividade na moda, à escala internacional, sobretudo quando as atenções se começam a virar, também neste domínio, de forma consistente para África".

Como é o caso de Portugal e da própria Associação Selectiva Moda (ASM).

Rita Superstar

E todas as atenções se concentraram também, nesse Dezembro de 2013, na actriz celeberrima e *sex symbol* de Portugal – Rita Pereira –, que viajou a convite da sua estilista favorita, Micaela Oliveira. Rita passeou a beleza pelos mercados informais e a Reserva de Elefantes de Maputo, produzindo ensaios fotográficos inesquecíveis, tanto para as revistas mundanas de grande circulação como para o catálogo de Micaela da colecção *African Beauty*. Título deveras apropriado, e que fez circular, pelas redes sociais, nas revistas e nos jornais, imagens de grande impacto com as maravilhas Moçambicanas por fundo.

Belezas Africanas não faltaram na noite dos criadores internacionais, envergando as obras de Katty Xiomara, Luís Buchinho e Júlio Torcato num desfile que encheu por completo, repleto de notáveis e de expatriados Portugueses, com o Cônsul-Geral do País, Gonçalo Teles Gomes, abancado na primeira fila. Após Xiomara abrir a noite, sucedida pelas cores quentes, matizando o talhe geométrico, das roupas de Buchinho e dos *shorts* irreverentes, acolitados por *blazers*, de Júlio Torcato, a plateia explode à vista de Rita Pereira.

Flutuando sobre os aplausos, sorridente e majestática, passeou um vestido *nude* com turbante em capulana de Moçambique.

O apontamento simpático aos nativos tornou-se ainda mais emocionante e abrangente com a surpresa no termo do desfile, quando Micaela e Rita desfraldaram uma capulana com o rosto de Nelson Mandela, o grande libertador continental casado com a Moçambicana Graça Machel e que chegou a viver em Maputo. A plateia, perpassada por uma comoção indescritível, acometida desse *mysteryum fascinans* das experiências místicas mais intensas, foi incapaz de suster lágrimas de redenção. E, nessa noite húmida de Dezembro de 2013, sob a copiosa chuva tropical que caiu em Maputo, aconteceu magia na tenda que a capulana converteu, por instantes, num relicário de paz e reconciliação com o Mundo.

—
Como desejaria Madiba.

{ EN }

The train of *Mozambique Fashion Week* (MFW) would never again leave the rails on the following editions; instead, the runway would board the wagons full steam ahead and adding passengers on every new journey of glamor and textile fantasy. Similarly, the imposing three-domed building of the CFM Station in Maputo was used more times, which hosted all the shows in 2007, between 10 and 15 December. Both interior and exterior spaces.

Antônio Libombo, at the time the Director of CFM's Communication Office, justified the company's support due to the importance it gave to the event: "The profile, in terms of production, will be kept as it is interesting to associate our image, of the CFM's landmark building, and our means, to fashion. We are a traditional company, with over one hundred years, and we are grateful to have been chosen to be part of this family of fashion", he said, noting also: "We have supported various events, but this one, the MFW, has a national and international impact."

This external impact stemmed from the railroad surprise but also from the bridges established in the previous year with the

greatest representatives in the fashion scene of some African countries, especially the neighboring and continental leader, South Africa. These bridges, in fact, allowed designers heralded in the 2006 edition of MFW to evolve, both technically and creatively, due to the access provided to them by DDB to workshops held in Cape Town.

Marinela Rodrigues, the young designer chosen in the previous year, has never forgotten the opportunity nor the significance it had on her career. Among the more technical and pragmatic aspects related to the business, it taught her the importance of simplicity. "In South Africa, we had a one-week workshop with buyers, designers and people related to the culture and there was a designer whose brand consisted of only one line – a scratch! And he showed us that with only a line he could make the shape of a woman, a man, or homes... and it was a simple thing. It was very interesting to see how simplicity can work out."

Keep it simple! The maxim in the case of Marinela resulted so well that, in 2007, she participate again as a young designer – along with repeaters Ísis Mbagá, Ester Tique and

Vanda Tique, and new talents like Shaazia Adam, who was only 17 at the time, presenting a casual clothing collection. Striving for the simplicity and consistency, both technical and narrative, of the collection, she reaped the preference of the jury again... For DDB, training that could raise the quality standards of the MFW's leading protagonists remained a priority. Consistently, it anticipated and expanded the workshops to prepare the designers, it demanded rigor – moreover, imposing a fee, even if symbolic, a deterrent for laziness and half-heartedness... Candidates began their work in July with the Bernina's support (the Swiss brand of sewing machines has a training center headed by Rosa Maria Jorge) and under the direction of experts, domestic and foreign, in the construction techniques of wearable textiles. The student designers, beginners and relapses, reviewed the entire craftsmanship, from designing the molds to the operation of machines and needles. Including the simplest stitch or tiny darning.

Nothing escaped

Out of the depth and time invested in learning, young designer Mbire draws the greatest benefit, winning the *Vodacom Fashion Show* award, displaying combinations whose aesthetic and technical quality thrilled the onlookers. Out of the old designers, there was a new consecration, greeted with euphoria by the joint venture of the Tique family clan. More than the prize money, both would win a trip in the company of Marinela, to the prestigious *Old Mutual Vukani! Fashion Awards*, a deference that wrote mother Adélia and daughter Sheila in the firmament of national fashion through the Missaia label. Together they have today in the studio a collection of over 500 original sketches. It's major work.

Also noteworthy were the bonds that DDB nurtured. Reiterating the celebration of African ties with Jackeline Kakesse (Democratic Republic of Congo), Mho Kuaho (Botswana), Mustafa Hassanali (Tanzania), Sylvia Oworu (Uganda) and Sun Goddess (South Africa), answering positively to the call, DDB went further, and coupled part of the Lusophone World to the MFW's train.



The Sewing of Language

The Lusophone World arrived from abroad through suitable ambassadors. Out of the West African coast traveled to Maputo Angolan designer José Rui Lopes. Trained in Harare, he proved in the MFW's Pan-African runway to deserve the legacy of his father, a prestigious tailor in the 1980s. The most glittering star in the Lusophone firmament of MFW 2007 came, however, from other latitudes, where the Atlantic ends and Europe begins: Portugal. With a large tradition in the textile and clothing sector, it spawned from the 1980s onwards a group of stylists that conquered their ground abroad through imagination and persistence, the only capital of the peripheral countries.

One of its strongest pioneers is still Nuno Gama, a designer known for the appropriation and reinvention of traditional elements that refer to a particular image of "Portugality". This cult led him, in fact, to herald as his emblem the stylized version of the Templar cross, a sacred icon that the ships of the Discoveries – like in *São Gabriel*, in which another Gama, a sailor named Vasco, landed in "the land of good people" – carried in their full sails. Nuno also carried it to Maputo,

inscribed on the belts, the shoes and t-shirts that he created.

And because there is an invisible thread that connects everything, Gama came by the hand of a Vasco, but with the surname Rocha and DDB's Managing Director, that in that February had returned to its native Oporto. There he received the *Fashion Entrepreneur Award*, together with prominent African personalities (like the Cape Verdean musician Tito Paris and the Luso-Mozambican fado singer Mariza) in *Gala Porto's Africa*, using the opportunity for some networking. Designer Gama confesses that, when invited to participate in the MFW, although 2006 had been particularly intense (on the eve of celebrating 20 years of the label), he did not hesitate: "I accepted immediately. Finally, I would get to know Mozambique, contact the culture and also go on holidays."

And, more than diving in turquoise Vilankulos, he immersed himself in the local fashion system, gaining avowed fans among his local peers, like Taibo Bacar, Feliciano da Câmara and the Tique family. They loved the collection, already displayed in *ModaLisboa*, inspired by Corto Maltese, Hugo Pratt's sailor. At the end of his foray into Mozambique,



Gama was genuinely please with the indigenous kindness and surprised by the "the versatility of the event, with its ability to transform itself permanently", highlighting the suis generis fashion train.

Of the broad avenues edged by acacias, Nuno Gama took with him the nostalgia – "one day, if I can choose, let me spend my eternity in Mozambique, and, if not, I will imagine myself there, beside the beach, happy and smiling a lot..." – he reaped the inspiration for the next season's collection (t-shirts reproducing the Big Five of the savannah – the elephant, rhino, buffalo, lion and leopard – printed in the rand and metical bills); and left a promise to return to the MFW 2008. He could not fulfill it, hampered by an emergency surgery to the knee.

Others would come, though. Not only from Portugal but from the Community of Portuguese Language Countries (CPLP), with Angola taking parte and the great South American power, Brazil, arriving later and with the positive boom that characterized the kingdom of *Carnaval*.

Hip Luso-tropicalism

Through DDB, the Lusophone World thus acquired another grammar: necessarily cosmopolitan, richly colored and very sophisticated – more hip. Angolans were represented in the following year with three models and the seamstress Carla Silva, in charge of the new Bridal Fashion – an unexplored segment, because it demands more expensive fabrics – in a spine-tingling show.

On one hand, given the boldness of the color pallet, distinct from the snowy local tradition: "I abandoned the wreath and sought to bring to the MFW 2008 crowns, gloves, the veil and the new colors that are now used internationally, such as coffee, ivory and pink. I didn't introduce red because it is still a bit tricky. But gradually, the brides will become accustomed to the new trends", said Silva. On the other hand, the provisional betrotheds strutted in the longest MFW runway, and in a single pass. At the time of this excursion, the marriageable girls surely levitated on the wings of desire and even the most hardened bachelors must have wavered in their choices due to the magic of the dresses in transit.

Angola returned to Mozambique in

December 2009, with the model couple Dennis da Fonseca and Marisa Gonçalves, included on the lot of foreign models, to which the Lusophone World added the Portuguese Ricardo Cruz and the premiere of Brazil in the MFW with the manly charm of Schneider. In the following edition, the previous timidity of the Lusophone presence would be compensated with the reunion in Maputo of Cruz and Fred. This model came from Angola in the company of designers Nadir Tati and Carla Silva, who exchanged ideas, recipes and secrets with local counterparts in the dual language which is common to them: Portuguese and Fashion.

On the sixth show Lisbon did not send any designer, but Portugal was represented by an immigrant based in Tete, Carla Pinto, owner of "Ideas a Metro", established in 2005. In a way, she was the one who opened the MFW 2010, wearing the presenter

Anabela Adrianopoulos at the launch of the edition...

But, in 2011, Portugal made up on lost time not only trough repeater Carla Pinto, freshly landed from the USA, to where she travelled and deepened skills, but also its delegation of couturiers, in an exchange negotiated with

Portugal Fashion. Nuno Vidigal showcased gala clothing in shades of pink, blue and yellow ringed by rhinestones, closing the show with a wedding dress, with a corset and a full skirt of tulle, which lifted the crowd.

The applause continued with veteran José António Tenente, whose inaugural show that led to well-known capitals around the world, from the USA to Shanghai, dates back to 1986. A designer with his own store in Lisbon and his perfume *Amor Perfeito* in his portfolio, he landed in Mozambique bringing the sobriety that characterizes his lines (sweetened by the architecture degree which he never used), the unsoiled clothing finishes and top quality fabrics, beaded by discrete splendor and asymmetrical cuts. "The game relies on overlaid planes, keeping the silhouette of the body. Recesses, cuts and contrasting materials high light the shapes. Different textures and weights of the fabrics in a single piece; silk mousselines coordinate with sequins, sequins with cottons, cottons with silk mousselines, in a circular game. Sand, stone, chocolate, cobalt, gold and black are the colors of this minimalistic palette, which serves a collection slightly inspired by the 'roaring 20s'", explained the creator,

Fátima Lopes

« QUOTE »

"I have been fortunate, over these 20 years, to display my collections a little all over the world, in almost all continents. And it's always a challenge, especially when I am unfamiliar to the place, as is the case. But I had the good fortune to get to know". "Because behind the event there is an excellent team of professionals, who are highly competent, and I don't have to worry about anything because everything is very well organized."

that, as he had entered, left the runway with a bustling ovation.

For the first time in Mozambique, Tenente confessed he was "very surprised with the quantity and vitality of the creativity. With so much energy and will, in particular due to the large number of young designers", and mentioned the cornerstone of the event and the North of his mentors: "The main focus will surely have to be training." And it was. Always.

Carla Silva and Mia Mendes were the

other Lusophone ambassadors, Angolans in the Pan-African lot. The former, after the triumph of her brides, blended European fabrics and African cloths to make ball and evening gowns; the latter, at the time active for a decade and based in Luanda, snatched the favor of the public with very fine fabrics, almost all silks, lingering patterns of Southern Angola hand painted samacacas (her main inspiration), as is usually her tone. She made an impression.



Networks that Fashion Weaves

But not as much as the Portuguese fashion designer who had impressed the international media in 2000, invited to participate in the MFW 2012, not only for having herself graced the sacred Paris runway, but due to the impact of the work that closed this memorable show: in her well-toned body, she wore a precious bikini, all made of gold and diamonds, valued at 1.097.355 euros – the most valuable in the World...

The boldness paid off. The Fátima Lopes label acquired another shine and ascended to the Olympus of international fashion, granting her the sympathies of the oldest, and refined, fashion capital of the world – Paris. After an eight-year career, the designer born in Madeira had reached the top, and it was under this cloud that she arrived in Maputo. To reign in the Polana Serena Hotel, where she celebrated a special birthday. At large. "Since I



Paulo Vaz

« QUOTE »

"The Mozambique Fashion Week has played a key role in bringing together talent, organizing the context and promoting inside and outside Mozambican fashion, professionally, side by side with the best that is made in the world in this area, holding high level shows with irreproachable production, adding the necessary social and festive aspect that effectively communicates all of the objectives of the event. Without the MFW, I am sure that Mozambican fashion would still be unknown to the world. With MFW, it is the most interesting secret being revealed in the African fashion scene".



had never been in Mozambique and I celebrate 20 years of career, I thought I should do something different and it made sense not to bring a collection, but a mix of the best of the last 20 years." The lucky ones that overcrowded the Polana Hotel in this bolder than ever edition thought so too.

Fátima Lopes found in the people of Mozambique "the kindness and love of fashion, which is real, and makes this country a very special country", she said, adding enormous praise to DDB's effort: "I have been fortunate, over these 20 years, to display my collections a little all over the world, in almost all continents. And it's always a challenge, especially when I am unfamiliar to the place, as is the case. But I had the good fortune to get to know", she said, referring to the MFW 2012. And she justified her statement: "Because behind the event there is an excellent team of professionals, who are highly competent,

and I don't have to worry about anything because everything is very well organized."

Mutual Rediscovery

If the presence of Fátima Lopes projected the MFW 2012 strongly through the specialized international media, attracted by the foresight of a somewhat eccentric lady in international fashion, the following year the buzz was massive. And multiplied through the social networks. In terms of the Portuguese media, interest had already been shown in the coverage provided to the three Mozambicans designers, Telma Orlando, Alexandre Tique Alexandre and Taússe Daniel, who had shown collections in October in the biggest runway in the country, *Portugal Fashion*; but enhanced by the widest- ever Portuguese delegation headed to Maputo, joining the resident Carla Pinto and following an exchange set by DDB



and Associação Selectiva Moda (ASM).

An exchange that translates, according to Paul Vaz, from ASM, "a collaboration between Portuguese and Mozambican fashion, made out of a first mutual understanding, of an exchange of participations between designers from both countries in their main fashion events. It's about building a path, with all its steps, but with a clearly defined destination", he states, also the Managing Director of the Associação Têxtil e Vestuário de Portugal (ATP). As the institutional head of the Portuguese Fashion Industry, Paulo Vaz praises the "great satisfaction in working with the MFW and to have the opportunity to learn about the fashion that Mozambican designers and stylists are producing."

The state of surprise he shows might have been as great as it is pleasant: "I saw young artists who, despite their limited material resources possessed extraordinary creativity,

able to balance the necessary technical knowledge with endogenous aesthetic and cultural influences and major international trends, without ever falling into ethnography and diminishing folklore, and with the required distance to, while enjoying the best the world has to offer, not go for replication, always a lesser quality, of major global designers", he said, with diplomatic care to omit the favorites.

Nevertheless, for Paul Vaz, the overwhelming majority of Mozambicans creators share very attractive features in a World that, as it becomes more global, values more what is local. The future, he says, will be bright: "Personality, distinction, respect for your own identity and culture, but cosmopolitan. This is a way to see the current Mozambican fashion, the way of their creators, but, above all, to keep in mind that the potential it holds is really extraordinary, because if with so little



you can do so much, the increase of means and opportunities which inevitably will happen will have a multiplier effect that can transform Mozambique into a serious case of creativity in fashion internationally, especially when attention is beginning to turn, also in this area, consistently towards Africa."

As is the case with Portugal and Associação Selectiva Moda (ASM).

Rita Superstar

And all the attention was also focused, that December 2013, to the very famous actress and Portuguese sex symbol, Rita Pereira, who traveled at the invitation of her favorite stylist, Micaela Oliveira. Rita strolled her beauty through informal markets and the Maputo Elephant Reserve, producing unforgettable photographic essays, both for mundane mass-circulation magazines as



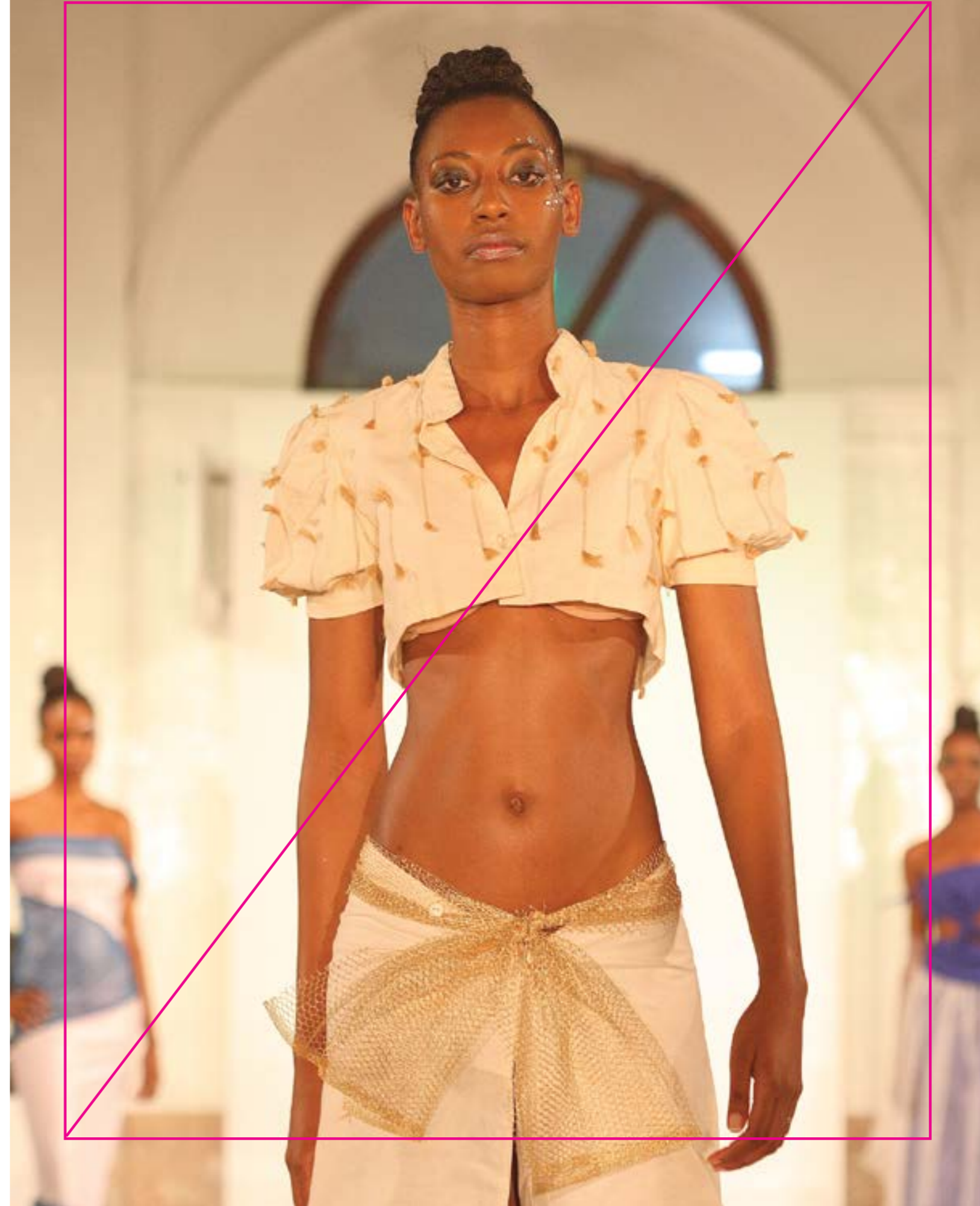
well as for the catalog of Micaela's Collection, *African Beauty*. An appropriate title indeed, and that has circulated through social networks, in magazines and newspapers, impactful images of Mozambican wonders in the background.

African Beauties were not lacking on the international creators night, wearing the designs of Katty Xiomara, Luís Buchinho and Júlio Torcato, in a packed show, full of famous people and Portuguese expats, with the Consul-General of Portugal, Gonçalo Teles Gomes, sitting in the front row. After Xiomara opened the night, succeeded by the warm colors, tinting the geometric cut of the clothes designed by Buchinho and the irreverent shorts, accompanied by blazers, by Júlio Torcato, the audience explodes in sight of Rita Pereira. Floating over the applause, smiling and majestic, she strutted a nude dress with a Mozambican capulana turban.

The sympathetic nod to the native people

became even more exciting and comprehensive with the surprise at the end of the show, when Rita and Micaela unfurled a capulana with the face of Nelson Mandela, the great continental liberator married with Mozambican Graça Machel and who lived for a time in Maputo. The audience, pervaded by an indescribable commotion, affected by the *misteryum fascinans* of the most intense mystical experiences, was unable to sustain tears of redemption. And in this wet night of December 2013, under the copious tropical rain that befell on Maputo, magic happened in that tent in which capulana became, briefly, a shrine of peace and reconciliation with the world.

—
As Madiba would wish for.





— *Internacionalização
e Altruísmo*



— *Internationalization
and Altruism*

{ PT }

A costura, paciente e longe dos holofotes, empreendida por Vasco Rocha e a DDB visando criar laços entre os núcleos criativos de Portugal e Moçambique, fundando uma espécie de luso-tropicalismo da moda ao qual acresce Angola, não se quedou pela comunidade linguística. Se a colaboração intensa com África do Sul e países vizinhos remontava já a Inhambane, era ainda demasiado pouco para as ambições da DDB: mais do que amarrar ao projecto MFW a maior potência da moda no plano continental, almejava ampliar a rede e chegar aos expoentes da moda universal. Itália, por exemplo.

Fazia todo o sentido. No firmamento da indústria global da moda, Milão figura como um dos seus quatro pilares principais, com Paris, Londres e Nova Iorque. Dali saem algumas das *griffes* mais entusiasmantes (e valiosas) da cena *fashion* contemporânea, e as colecções exibidas na passarela milanesa ditam as tendências da temporada. Qualquer costureiro ambicioso sonha com o convite para a mostra que ocorre, desde 1958, na capital da Lombardia duas vezes por ano.

E, embora Itália nunca tenha sido grande potência colonial – integrou apenas, por pouco tempo, a Líbia e o Corno de África

(Etiópia, Eritreia e Somália) –, a sua diplomacia tem desempenhado um papel crucial na História recente de Moçambique. Para lá dos donativos públicos e investimentos privados, foi graças aos bons ofícios transalpinos que o presidente da República de então, Joaquim Chissano, e o líder da *Renamo*, Afonso Dhlakama, se encontraram em Roma para rubricar o Acordo Geral de Paz de 4 de Outubro de 1992. Proeza repetida quando a Embaixada Italiana tornou a pacificar o País ao resgatar Dhlakama do seu refúgio na Gorongosa, processo que culminou com o abraço entre o líder da *Renamo* e o presidente da República, Armando Guebuza, no palácio da Ponta Vermelha. Gesto que tornou possível o sufrágio de 2014.

Ora, os contactos iniciais entre a DDB e a Embaixada de Itália em Maputo ocorreram em 2008. E tiveram os primeiros resultados, ainda que tíbios, no termo da 4.ª edição do certame, entre 12 e 20 de Dezembro, coroando de êxito a estratégia de crescimento da MFW. Cujas edições, nesse ano, revelou um estilista que, a prazo, seria a estrela da moda nacional, e, mais importante, estabeleceu o compromisso da MFW com uma causa maior – a luta contra o cancro da mama. Dura até hoje.

Estrela no Tapete

A semana abriu com o desfile de 14 jovens talentos nas escadarias do edifício CMCM. Não se tratou de mera revisitação ao local onde a MFW fora tão feliz, mas sim de um aprofundar da relação de confiança entre Edilidade e organização. O próprio presidente do Conselho Municipal de Maputo celebra as virtudes desse conúbio, porque "Maputo, apesar de ser já uma senhora idosa, tendo em conta os seus 127 anos, é também muito moderna e cosmopolita. É dentro deste espírito que a cidade é aberta a novos desafios, como é o caso do MFW, evento de moda reconhecido nacional e internacionalmente, e que prestigia a nossa bela Cidade das Acácias", diz David Simango.

Deixa vez, a Autarquia franqueou as portas à passadeira vermelha da DDB, que trepou as escadas exteriores e continuou pelos mármoreos internos, numa invasão elegante encabeçada pela mascote do estilismo nacional, a precoce Shaazia Adam. Dos presentes, venceu a *young designer* Mamma Africa (Maria de Lurdes Simione Macie). E fechou com 15 estilistas estrangeiros, todos do continente – África do Sul, Angola, Botswana,



Maria da Luz Guebuza

« CITAÇÃO »

"Todas as acções desenvolvidas com ou no intuito de consciencializar a sociedade sobre uma determinada causa, exige naturalmente que várias plataformas de ensinamento e divulgação sejam usadas. No caso vertente temos o MFW, não haja dúvidas de que é mais uma via educativa que reforça todo o investimento que fazemos nesta grande luta. A exposição mediática do evento, combinada ao público-alvo maioritariamente feminino que normalmente adere a estas iniciativas, pode ser aproveitada para contribuir para que mais mulheres adiram às campanhas de prevenção dos cancros da mama e do colo do útero. Por isso, sentimos sim que o movimento desencadeado pelo MFW tem surtido efeito positivo por quanto aumenta o interesse por parte dos cidadãos em compreender melhor essa questão do Cancro".



Congo, Etiópia, Namíbia, Nigéria e Uganda –, a bordo do comboio disponibilizado, mais uma vez, pelos CFM na Estação de Maputo.

Sobre carris deslizaram exuberantes criações do contingente Africano, com a presença especial das vencedoras do *Vukani* desse ano (Natasha de Morais e Tozama Dyanryi) e do ano anterior (Mosa Mokuena). Foi, aliás, um encerramento prenhe de consagrados. Passageiras desse comboio foram também a *Face of Africa* eleita pouco antes, a modelo ganesa Kate, que desfilou a par de Percina Manjate, a melhor manequim do MFW 2007, regressada de África do Sul após dois meses de

aprendizagem numa das agências mais conceituadas daquele país, a *Model Africa*.

Não obstante, a virtude do evento de 2008 estaria no desfile do meio, com a entrada fulgurante de Taibo Bacar no acervo MFW. A sua colecção, ousadíssima porque monocromática, de um negro profundo – e que o estilista dedicaria a Fafá –, arrebatou a unanimidade do júri. Dos outros setes estabelecidos Moçambicanos que estiveram nos corredores da CFM, houve ainda grande simpatia pelos trabalhos de Cigarra Perrin e de Marinela Rodrigues. Mas nenhum se comparou à qualidade dos atavios de Bacar.

A deferência do júri não premiou apenas o trabalho explícito no desenho e acabamento dos vestidos, mas antes a maturação de um processo que não visava senão afirmar a diferença pela exigência. Cerebral, metódico, Taibo tinha-se preparado para o momento. Eventualmente, desde que nascera, em Maputo, rodeado de vestidos feitos pela mãe costureira; seguramente, desde que participara, como camareiro, no MFW 2005. "Quando chegamos a Inhambane, percebi que talvez estivesse numa posição invertida, que não era na produção que queria estar, mas sim na passarela". Demorou três anos. Por opção. "Sabia que não bastava querer participar; havia que criar recursos para fazê-lo como deve de ser. Então, quando me senti preparado, contactei a DDB e voltei ao MFW. Foi um sucesso, e foi esse prémio que me abriu as portas para conseguir entrar em outros mercados", recorda.

Desde logo, no Sul-Africano pela oportunidade, inclusa no prémio MFW, de exibir a colecção no *Old Mutual Vukani! Fashion Awards* e um curso de 14 dias com monitor exclusivo. A formação foi fundamental: "Aprendi que a moda não é um desfile – se calhar, acaba por nem ser o mais importante –, mas sim um longo processo criativo

e produtivo, um negócio complexo com vários passos", confessou. Voltou de Cape Town mais maduro, mais seguro, é certo, mas não menos irreverente.

No ano seguinte, transforma a sua colecção num manifesto em favor dos direitos da mulher. As modelos desfilaram, na Fortaleza de Maputo, levando nas mão gaiolas vazias e no corpo tecidos finos, cada qual de uma só cor, que o tapavam por completo. O efeito foi evocativo dos códigos do trajar feminino que subsistem em certos países orientais, cujo objectivo é anular qualquer réstia de sensualidade, ocultando as formas anatómicas e os traços do rosto. Taibo chamou-lhe *colecção árabe* e, nessa semana, tornou-se objecto de conversa geral. Outra vez.

Em 2010 chegaria, porém, a Taibo Bacar e, em certa medida, à própria MFW, o bilhete de saída para os territórios mais exigentes do Universo *fashion*.

Tragédia e Altruísmo

"Entraste em mim
sem que eu por ti chamasse
Queres roubar a minha vida
Toda a minha esperança
O meu mundo feminino que não conheces
Queres privar-me de amamentar uma nova vida
Transformar-me numa dor contínua
Queres tirar-me o direito de ser
inspiração de homens e mulheres.
Que desespere de medo em perder toda a minha
beleza
Queres roubar a minha dignidade
Os meus seios onde habita todo o meu prazer
Queres apagar toda a luz mágica
Do reflexo que vejo ao espelho
Ferir-me a carne
Amputar-me o corpo
Para que viva com vergonha
Queres tornar os meus filhos órfãos do meu amor
Porque sou menina, mulher, mãe
Queres ser eu
Dividir a minha essência
Maldito sejas tu
Maldito
Sejas tu"

Poderoso, profundo, belo na forma e terrível na mensagem, o poema de Sónia Sultuane é o estandarte, o grito de guerra que abre as edições da MFW, renovando a cada ano o empenho da DDB no combate a uma doença trágica que, não sendo exclusiva das mulheres, é a elas que mais afecta: o cancro da mama. Inserida no âmbito da responsabilidade social da DDB, a iniciativa partiu de Vasco Rocha. Após assistir aos efeitos devastadores da doença oncológica sobre um familiar próximo, sujeito a um sofrimento excruciante e fatal, tomou por missão pessoal o combate ao cruel fenómeno. A DDB ainda organizou uma festa de fim de ano, com palhaços e brinquedos, na ala pediátrica do Serviço de Oncologia do Hospital Central de Maputo (HCM) "para levar alguma alegria e conforto às crianças internadas", diz Vasco. Mas pareceu-lhe pouco, e pouco eficaz porque circunscrito. Percebeu então que a MFW poderia ser uma excelente plataforma de divulgação e, das formas que o cancro assumia, o da mama seria o mais aflitivo para o público-alvo do evento de moda. Foi por aí.

No arranque da campanha de prevenção de tumores malignos no tecido mamário – cuja ocorrência orçava, nesse ano, dez novos casos mensais só no Hospital Central

de Maputo –, a MFW 2008 contou com o alto patrocínio da Primeira-Dama. A militância contra o cancro de Maria da Luz Guebuza é assinalável e, provavelmente, o seu maior legado enquanto esposa do Chefe de Estado Moçambicano. Nessa qualidade organizou, aliás, a 7.ª Conferência Africana Sobre o Cancro, que reuniu em Maputo duas mil pessoas – entre as quais 15 Primeiras-Damas, governantes e deputados do continente –, de 21 a 23 de Julho de 2013.

Para essa magna assembleia de especialistas e decisores, contribuiu a Associação de Luta Contra o Cancro (ALCC), uma organização vocacionada para o trabalho no terreno. Criada em 2001 com o objectivo de "minimizar o sofrimento do doente oncológico e promover a divulgação e sensibilização através de marchas, palestras e outras actividades nas empresas, escolas, bairros e junto do Governo", conforme explica Celisa Quelhas, a colaboração com a DDB partiu da sua iniciativa. "Fui à DDB em busca de apoio para a nossa Feira da Saúde de Outubro. Acharam que seríamos óptimos parceiros para levar mais longe as suas actividades de sensibilização. Como ia decorrer a MFW em Dezembro, convidaram-nos para fazer algo em comum", contou a vice-presidente da ALCC.



Juntos e ao tempo da 7.^a edição da MFW, lançaram as campanhas mais impactantes alguma vez vistas em Moçambique, que galgaram fronteiras e colheram encómios e bastos prémios nos fóruns da especialidade e concursos internacionais. Os materiais, apresentados ao longo da semana, oscilaram entre a subtilidade da mensagem e a violência necessária para despertar consciências.

Toques virais

A própria Primeira-Dama seria surpreendida com a oferta, na noite do primeiro desfile dos *Young Designers*, de um brinde às mulheres que chegavam ao desfile. Lá dentro, o inusitado gerava o espanto, primeiro, depois a repulsa e, por fim, a reflexão introspectiva face ao soutien com uma só copa – evocativo da amputação do seio –, cuja etiqueta dizia: "Não deixe o cancro da mama virar moda. Faça o auto-exame e previna-se".

O impacto maior, pela controversa originalidade, ocorreria nos dois dias seguintes. No Centro de Conferências Joaquim Chissano e antes dos desfiles dos Estabelecidos, em zona de acesso feminino exclusivo, as mulheres deparavam-se com o primeiro cartaz *top less*



do planeta. Uma caixa preta à escala humana incitava-as à experiência inédita: "Toque para saber se é real, o cancro da mama é real". Hesitantes, ridentes e envergonhadas, as mais afoitas foram tocando, sob o olhar expectante das outras, nos seios reais que assomavam de dois orifícios à altura do peito. Ao contacto, saía de uma ranhura um folheto explicativo do processo de auto-exame e da mamografia. No termo da campanha, quase 500 mulheres tinham-se atrevido. E ficado esclarecidas. Alertas. Para Quelhas, não obstante o cariz bizarro – ou talvez por isso –, a eficácia do cartaz glandular foi grande: "Várias pessoas sentem-se inibidas até em tocar o próprio corpo. É uma batalha que temos, nas acções da ALCC, quando a apalpação é muito importante para detectar tumores. Então a intenção do cartaz foi naturalizar esse gesto fundamental", diz. Recorrendo à experiência no terreno e no seu círculo social, Quelhas salientou a

acção que lhe foi mais grata: a campanha "Heroínas". Nela, a artista Maísa Chaves, com ilustrações soberbas, recrutou para a guerra anti-cancerígena personagens do universo *Marvel* e *DC Comics* – Tempestade e as Mulheres-Gato, Maravilha e Hulk – em pleno auto-exame mamário. Ninguém, nem mesmo as mulheres mais poderosas, estão imunes ao mal... A campanha foi um êxito absoluto, o seu impacto prolongou-se muito para lá da MFW. Além da divulgação mediática durante o evento, tornou-se num fenómeno viral das redes sociais, com mais de 40 mil partilhas numa só semana, figurando nos principais sites e blogues da área de Publicidade e Comunicação. A inovação e criatividade foram reconhecidas no *AfriCannes Awards 2011*, com quatro medalhas de ouro, e arrecadou a Prata, em Abril de 2013, no *African Crystal Festival*, em Abidjan, Costa do Marfim. O prémio mais importante, porém, foi o reconhecimento da ALCC e do público em

geral. "Cada uma das campanhas trouxe a sua mensagem. De formas diferentes, mas todas elas foram importantes. E eficazes", garante Quelhas. "Sabemos porque tivemos bancas na MFW, a dar prospectos e informações, e muitas pessoas vieram ter connosco para saber mais sobre a prevenção e a detecção precoce do cancro da mama. Ficaram a conhecer melhor esta doença e outras, até, aquilo que nem sequer sabiam ou que nunca se preocuparam em saber".

Desconheciam, entre outras coisas, a dimensão mórbida da doença no país, segundo dados oficiais: oito em cada 100 novos casos de todos os cancros femininos são do foro mamário e, só em 2008, calcula-se que tenham ocorrido 945 novos casos deste tipo de cancro, do qual resultaram 512 mortes – mais de metade das Moçambicanas diagnosticadas. Demasiado para ignorar.

E porque demasiado pequenas para se protegerem, e porque também ignoradas e desvalidas, a MFW acrescentou às suas acções de responsabilidade social a denuncia do tráfico de crianças através de ilustrações sugestivas.



{ EN }

The stitching, patient and away from the spotlight, performed by Vasco Rocha and DDB, aiming to create links between the creative core of Portugal and Mozambique, founding a kind of luso-tropicalism fashion, to which is added Angola, did not stop at the linguistic community. If the intense collaboration with South Africa and neighboring countries already went back to Inhambane, it was still too little for DDB's ambitions:

More than tying the MFW project to the greatest power in fashion in the continental panorama, it aimed to expand the network and reach the heights of universal fashion. Italy, for example.

It made perfect sense. In the firmament of the global fashion industry, Milan ranks as one of its four main pillars, with Paris, London and New York. Out of it arise some of the most exciting (and valuable) labels in the contemporary fashion scene, and the collections displayed at the Milan runway set the trends of the season. Any ambitious fashion designer dreams of the invitation to the show that takes place since 1958 in the capital of Lombardy, twice a year.

And, although Italy has never been a great colonial power – it included only for a

short time Libya and the Horn of Africa (Ethiopia, Eritrea and Somalia) – its diplomacy has played a crucial role in the recent history of Mozambique. Beyond the public donations and private investments, it was thanks to the transalpine goodwill that the then president Joaquim Chissano and Renamo leader Afonso Dhlakama met in Rome to sign the General Peace Agreement of 4 October 1992. A feat that was repeated when the Italian Embassy pacified the country by rescuing Dhlakama from his refuge in Gorongosa, a process that culminated in the embrace between the Renamo leader and the president Armando Guebuza in the Ponta Vermelha palace. A gesture that made possible the 2014 elections.

The initial contacts between DDB and the Embassy of Italy in Maputo occurred in 2008. And they produced the first results, albeit tepid, at the end of the 4th edition of the event, between 12 and 20 December, crowning the successful growth strategy of the MFW, whose edition, that year, presented a designer who would eventually be the star of domestic fashion, and more importantly, established the commitment of the MFW with a greater cause – the fight against breast cancer. It lasts to this day.

Star on the Carpet

The week opened with a show by 14 young talents on the steps of the CMCM building.

It was not merely a revisiting of the place where the MFW was so happy before, but a deepening of the relationship of trust between the local authority and the organization. The president of the Municipal Council of Maputo itself celebrates the virtues of this relationship, because "Maputo, despite being an old lady, taking into account its 127 years, is also very modern and cosmopolitan. It is in this spirit that the city is open to new challenges, such as the MFW, a fashion event recognized nationally and internationally, and that honors our beautiful City of Acacias", says David Simango.

This time, the Municipality opened the doors to DDB's red carpet, which climbed the outside stairs and continued through its internal marble stone, in a stylish invasion spearheaded by the national fashion mascot, the precocious Shaazia Adam. Out of those present, the young designer Mamma Africa won (Maria de Lurdes Simione Macie). And it closed with 15 foreign designers, all from the continent – South Africa, Angola, Botswana,



Maria da Luz Guebuza

« QUOTE »

"All actions taken in order to make society aware about a particular cause, naturally requires that multiple platforms be used to teach and disseminate. In this case we have the MFW. Let there be no doubt that it is one more educational path that enhances any investment we make in this big fight. The media coverage of the event, combined with the mostly female audience that normally adheres to these initiatives, can be harnessed to make more women join prevention of breast and cervical cancer campaigns. So yes, we feel that the movement launched by the MFW is achieving positive effect as it increases the interest of citizens in better understanding this issue of cancer."



Congo, Ethiopia, Namibia, Nigeria and Uganda – aboard the train made available, once again, by CFM in Maputo Station.

On rails were displayed exuberant creations of the African contingent, with the special presence of the winners of that year's (Natasha de Morais and Tozama Dyanryi) and the year before (Mosa Mokuena) *Vukani*. It was indeed a closing ceremony filled with award winners. Passengers on that train were also recent *Face of Africa* winner, the Ghanaian model Kate, who walked alongside Percina Manjate, the best model at the MFW 2007, returned from South Africa after two months of learning at one of the most reputable agencies in that country, *Model Africa*.

Nevertheless, the highlight of the 2008 event would be in the middle part of the show, with the dazzling entrance of Taibo Bacar in the MFW collection. His collection, extremely bold because of its monochromatic style, made

of deep black – and that the designer would dedicate to Fafá – snatched an unanimous jury. Of the other seven established Mozambicans present in CFM's corridors, there was still great sympathy for the work of Cigarra Perrin and Marinela Rodrigues. ~~But none compared to the quality of Bacar's attires.~~

The deference of the jury not only awarded the explicit work on the design and finish of the dresses, but mostly the maturation of a process that only intended to assert difference through requirement. Cerebral, methodical, Taibo had prepared for the moment. Eventually, since he was born in Maputo, surrounded by dresses made by a seamstress mother; surely, since he participated as an assistant in the MFW 2005. "When we arrived at Inhambane, I realized that maybe I was in an inverted position, that it wasn't in production that I wanted to be, but on the runway." It took three years. By choice. "I knew that it wasn't enough

to want to participate. I had to create resources to do it as it should be done. So when I felt ready, I contacted DDB and returned to the MFW. It was a success, and this award was what opened me the door to gain entry into other markets", he recalls.

From the start, the South African market due to the opportunity, included in the MFW award, to display the collection at the *Old Mutual Vukani! Fashion Awards* and a 14-day course with an exclusive monitor. The training was essential: "I learned that fashion is not a parade – it maybe ends up not being what's most important – but a long creative and productive process, a complex multi-step business", he said. He returned from Cape Town more mature, more sure of himself, but no less irreverent.

The following year he transform his collection in a manifesto about women's rights. The models paraded in the Fortress of Maputo, taking in their hands empty cages and in their bodies fine fabrics, each in a single color, the covered it altogether. The effect was reminiscent of the codes of female dressing that remain in certain Eastern countries, whose aim is to eliminate any shred of sensuality,

hiding anatomical shapes and facial features. Taibo called it Arabic collection and, that week, he became the general subject of conversation. Again.

In 2010, however, Taibo Bacar and, to some extent the MFW itself, would get the ticket to the most demanding territories of the fashion universe.

Tragedy and Altruism

"You went inside me without being called
 You want to steal my life
 All my hope
 My feminine world you do not know
 You want to deprive me of breastfeeding a
 new life
 Turn me into a continuous pain
 You want to take the right for me to be
 inspiration for men and women.
 That I despair of fear of losing all my beauty
 You want to steal my dignity
 My breasts where all my pleasure lies
 You want to erase all the magic light
 Of the reflection that I see in the mirror
 Hurt my flesh
 Amputate my body
 So that I live with shame
 You want to make my children orphan of my
 love
 Because I am a girl, a woman, a mother
 You want to be me
 Divide my essence
 Damn you
 Damn you"

Powerful, deep, beautiful in structure and terrible in message, Sónia Sultuane's poem is the banner, the battle cry that opens the MFW's editions, renewing every year DDB's commitment in fighting a tragic disease that, while not unique to women, it's them it affects more: breast cancer. Inserted within DDB's social responsibility, the initiative came from Vasco Rocha. After seeing the devastating effects of cancer on a close family member, subject to excruciating and fatal suffering, he took as his personal mission to fight the cruel phenomenon.

DDB also organized a year-end party with clowns and toys in the pediatric ward of the Department of Oncology at Maputo Central Hospital (HCM) "to bring some joy and comfort to the children", says Vasco. But it seemed too little to him, and not very effective because it was circumscribed. He then realized that the MFW could be an excellent platform for dissemination and, of all the shapes cancer takes, breast cancer would be the most distressing to the target audience of the fashion event. That was the road he took.

At the inception of the prevention of malignant tumors in breast tissue campaign – whose occurrence that year amounted to ten new cases per month just at the

Maputo Central Hospital – the MFW 2008 had the patronage of the First Lady. Maria da Luz Guebuza’s militancy against cancer is remarkable and probably her greatest legacy as wife of the Head of State of Mozambique. In that capacity she even organized the 7th African Conference on Cancer, which convened in Maputo two thousand people – including 15 First Ladies, rulers and members of parliament in the continent – from 21 to 23 July 2013.

The Associação de Luta Contra o Cancro (ALCC) contributed to this grand meeting of experts and decision makers, an organization dedicated to fieldwork. Established in 2001 with the aim of "minimizing the suffering of cancer patients and promote dissemination and awareness through marches, lectures and other activities in companies, schools, and neighborhoods, together with the Government", as explained by Celisa Quelhas, the collaboration with DDB was her initiative. "I went to DDB in search for support for our October Health Fair. They thought that we would be great partners to bring further their awareness activities. Because the MFW would be held in December, they invited us to do something that we had in common", the vice-president of ALCC recalled.

Together and in the time for the 7th edition of the MFW, they launched the most impactful campaigns ever seen in Mozambique, which crossed borders and gathered several awards and prizes in international competitions and specialty forums. The materials presented throughout the week ranged from the subtlety of the message to the violence needed to raise awareness.

Viral touches

The First Lady herself was very surprised with the offer, on the night of the first show of the Young Designers, of a toast to the women who came to the show. Inside, the unusual generated astonishment first, then revulsion and ultimately introspective reflection over the bra with just one cup – evocative of a mastectomy – whose tag read: "Do not let breast cancer become fashionable. Do the self-examination and prevent it." The biggest impact, due to its controversial originality, would occur in the following two days. At the Joaquim Chissano Conference Center and before the shows of the Established designers, in an area of exclusively female access, women faced the first topless poster on the planet.



A black box on a human scale incited them to an unprecedented experience: "Touch to know if it is real, breast cancer is real." Hesitant, giggly and embarrassed, the most reckless touched, under the expectant gaze of the others, the actual breasts presenting two holes at chest height. When touched a leaflet would come out of a slot explaining the process of self-examination and mammography.

At the end of the campaign, nearly 500 women had dared. And made aware. Alert.

To Quelhas, despite the bizarre nature – or perhaps because of it – the effectiveness of the glandular poster was great: "Many people feel inhibited about touching even their own bodies. It is a battle we have at ALCC's activities, when probing is very important to detect tumors. So the intent of the poster was to make this fundamental gesture become natural", she says. Drawing on experience in the field and in her social circle, Quelhas stressed

the action that made her most grateful: the "Heroines" campaign.

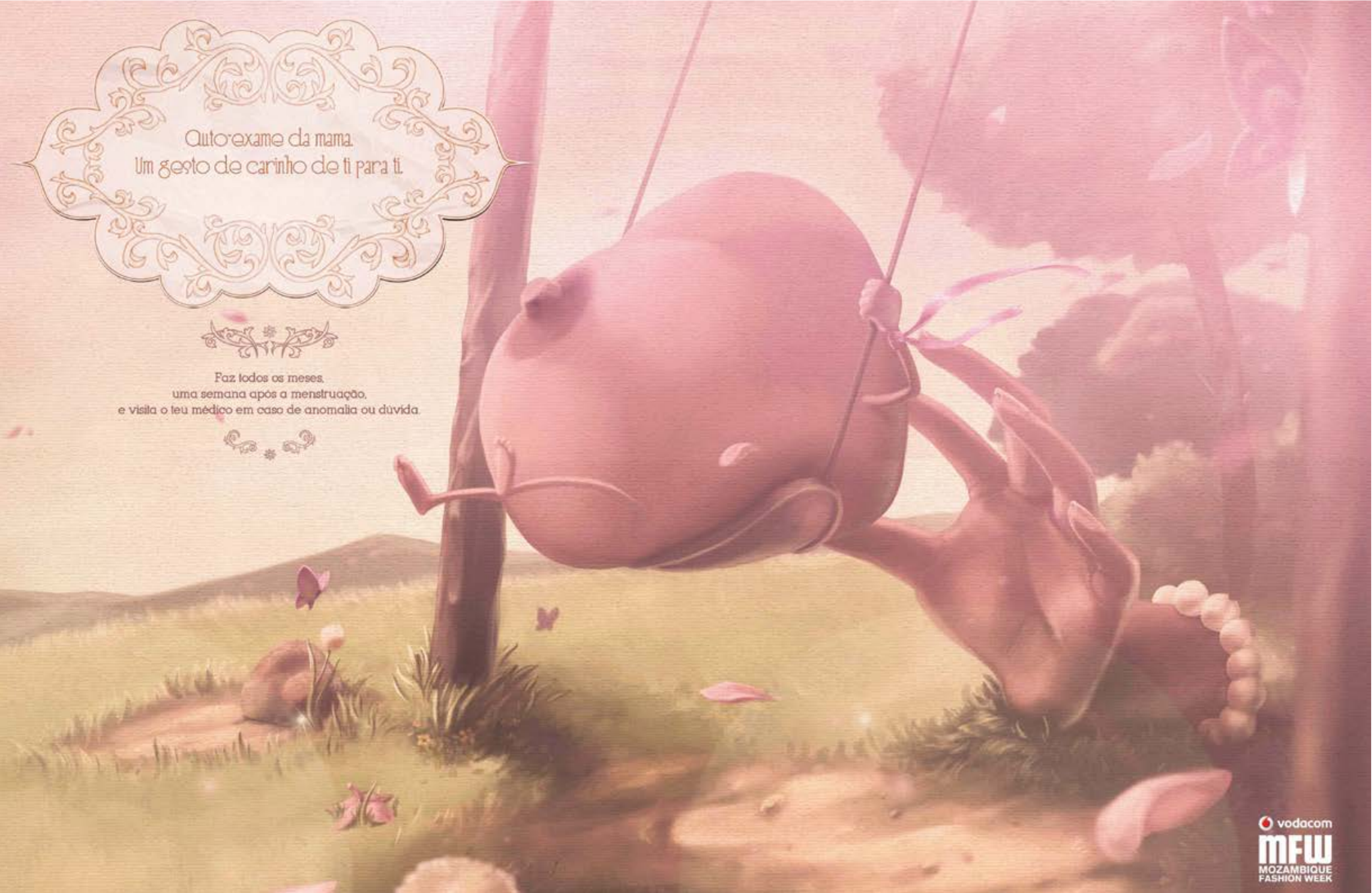
In it, artist Maísa Chaves, using superb illustrations, recruited for the anti-cancer war characters from the *Marvel* and *DC Comics* universe – Storm and Catwoman, Wonderwoman and She-Hulk – right in the middle of self-examining their breasts.

Nobody, not even the most powerful women, is immune to evil... The campaign was a resounding success, with its impact lasting far beyond the MFW. Besides the media coverage of the event, it became a viral phenomenon of social networking, with more than 40.000 shares in one week, appearing on major Advertising and Communication websites and blogs. The innovation and creativity have been recognized at the *AfriCannes Awards 2011*, with four gold medals, and earned a silver medal in April 2013, at the *African Cristal Festival*, in Abidjan, Ivory Coast.

The most important award, however, was the recognition by ALCC and the general public. "Each of the campaigns brought its own message. In different ways, but all of them were important. And effective", guarantees Quelhas. "We know because we've had stands at the MFW, handing out brochures and information, and many people came to us to learn more about prevention and early detection of breast cancer. They were able to better understand this disease and even others, what did not even know or what they never bothered to learn."

They were unaware of, among other things, the morbid aspects of the disease in the country, according to official figures: eight out of 100 new cases of all female cancers are breast related, and in 2008 alone, it is estimated that 945 new cases of this type cancer have occurred, which resulted in 512 deaths – more than half of Mozambican women who were diagnosed. Too much to ignore.

And because they are too small to protect themselves, and also because they are ignored and helpless, the MFW added to their corporate social responsibility portfolio the initiative to denounce the trafficking of children through evocative illustrations.



Autoexame da mama.
Um gesto de carinho de ti para ti.

Faz todos os meses,
uma semana após a menstruação,
e visita o teu médico em caso de anomalia ou dúvida.

— *Maturidade
e Afirmação
das Raízes*



— *Maturity
and Affirmation
of the Roots*

{ PT }

Ao quinto ano de vigência, a MFW atingiu a maioridade. Tudo nela cresceu, tanto em quantidade, como em qualidade e variedade. Entre 7 e 12 de Dezembro de 2009, 51 estilistas e pelo menos 21 modelos Moçambicanos protagonizaram os desfiles em quatro concursos; aos locais das passarelas foi acrescentado edifício de vulto, a fortaleza de Maputo; e mesmo os carris da Estação CFM, com colunas e cúpulas de ferro, máquinas antigas e amplos átrios convertidos em cenário cativo da Semana da Moda, acolheram não um, mas dois comboios em manobras de *glamour*. Dias cheios, com o contributo da nata nacional da música pop e a pintura de quadros, desenvolvida em concomitância com e nos desfiles, além da gastronomia local e das *after parties* diárias, constituíram uma verdadeira celebração da cultura nacional, cuja promoção através de batiques acentuou. Um verdadeiro festival.

Inspirado em África, Inspirado em Você.

Glamour Fortificado Sobre Carris

A semana abria com os *Young Designers*. A selecção entre dezenas de candidatas deixou, nas escadarias neoclássicas do CMCM, as criações de 25 finalistas, exibidas durante dois dias. No final, a jovem estudante de Arquitectura e Urbanismo, Taússe Daniel, foi a distinguida pelo júri, formado pelos reputados estilistas David Tlale, Sonwabile Mdamasse (ambos da África do Sul) e Ade Bakare (da Nigéria). Taússe apresentou uma colecção "inspirada no pavão (a tradução do seu nome), usando capulanas do Quénia talhadas num estilo oriental", explicou-se.

A edição acrescentou mais dois desafios ao usual: sob o tema "Visão da Moda em 2050", participaram no concurso mCel 14 estilistas. Recorrendo ao verde e amarelo, cores da empresa, deram azo aos delírios distópicos, ganhando a dupla Feliciano da Câmara e Dama do Bling. Também Alexandre e Sheila Tique venceram os 60 mil meticais do desafio dos CFM, com peças sofisticadas nos materiais e recorte discreto e a estrita observância da imposição cromática do patrocinador: verde e cinza suave.

O concurso dos estilistas Estabelecidos – ganhou pela gravidíssima Marinela Rodrigues – decorreu próximo do Porto de Pesca, na Praça 25 de Junho, num os mais antigos edifícios de Maputo: a Fortaleza de Nossa Senhora da Conceição. Para receber nove *designers*, o edificado militar de planta quadrangular em alvenaria de pedra vermelha, resultante da reconstrução, em 1946, do forte que ali havia e datado do século XVII, foi sujeito a modificações. Designadamente, no acesso às ameias, obrigando a produção a esforço suplementar.

"Os modelos sentem sempre muita dificuldade em desfilarem lá; não há escadas, apenas umas rampas, pelo que tivemos de montar escadas, fazer com que lhes fosse fácil subir e descer aquelas rampas", disse Fafá, acrescentando: "Todos os locais apresentam certo nível de dificuldade, mas as coisas são analisadas com tempo, e o material é todo construído para que fique adaptado ao local. Claro que, para quem estava a trabalhar no projecto, a utilização de tantos sítios é um bocadinho pesado, porque são horas e horas de trabalho e têm pouco descanso. Mas foi tudo bem coordenado – cada um sabia onde e a que horas estar".



Forna

« CITAÇÃO »

"A Sónia perguntou-me se seria capaz de pintar ao vivo naquele ambiente, no meio de muita gente e música muito alta. Não tenho palavras para agradecer a atitude dela e da DDB. Afinal, foi a primeira vez que pinte ao vivo, três telas, e têm lá de tudo – homem, mulher, músicos, dançarinos... tudo aquilo que vi. E tive muitos motivos para me inspirar... Acho que a MFW é uma ótima entrada para a pintura ser conhecida lá fora – a pintura, a escultura, a cerâmica, e quem sabe o que virá mais".



Essa coordenação revelou-se exímia na noite de encerramento do certame, na Estação dos CFM. Meia hora antes dos desfiles, já não havia espaço entre a plateia, entregue ao trivial. De súbito, no meio do murmúrio, soa a buzina de um comboio, que chega com manequins a bordo da plataforma rolante, como já havia acontecido noutros anos; agora, porém, volvidos 15 minutos surge outro comboio, com ainda mais manequins e as criações dos 13 estilistas que encerraram, com o público extasiado sob rosáceas de fogo rasgando o céu limpo, a sessão Pan Africana, representando o Congo, Angola, Quênia, Egipto, África do Sul, Etiópia, Tanzânia e Nigéria.

Festival de Cultura

O africanismo da festa de encerramento da MFW 2009 reforçou a Moçambicanidade inscrita já nos próprios meios de divulgação do evento, dominados por batiques de cores vivas com o slogan *Inspirado em África, Inspirado em Você*. O conceito resultou da troca de experiência entre *designers* da DDB e artistas locais da tradição, cuja raiz se presume javanesa, do tingimento de tecidos de algodão com tinta e cera que mostram

a cultura indígena em traços originais e cores fortes. Comungou dessas características a coleção de magníficos batiques, elaborada pelos artistas Moçambicanos Muzima, Mang e Hambro. Foi um êxito instantâneo, arrecadando prémios logo nesse ano em diversos festivais de publicidade, como a medalha de ouro no *AfriCannes*, e a inscrição no livro *200 Best Illustrators Worldwide*, da Lurzer's Special Archive.

O recurso ao batique constituiu o prolongamento lógico da presença permanente, desde Inhambane, das artes Moçambicanas na MFW. E a sua característica mais distintiva (a par das *after parties* diárias...) das demais semanas da moda, dedicadas em exclusivo à roupa e acessórios. Porque Moçambique também é diferente. As artes, principalmente a música, estão-lhe inscritas na genética. Tal como a escultura e a pintura, cuja prática se inscreve na própria paisagem urbana de Maputo, por exemplo, nas peças de artesanato e nos quadros e batiques expostos à curiosidade turística nas ruas mais cosmopolitas da capital.

Mas o que sobeja em qualquer artéria de Moçambique, do Maputo ao Rovuma, por recôndita e obscura, é a música que há no ar.

Nas casas, nos carros, nas pessoas que dançam numa roda, à vista de todos, se o tempo estiver de feição e a cerveja fresca... Tal preponderância reflectiu-se também na MFW, pelo que a chegada de Lizha James, popular cantora Moçambicana de R&B, pandza e marrabenta, ao Pan-Africano de 2009 a bordo de uma limusina, rendendo no palco Stewart Sukuma, não terá sido excesso egocêntrico da artista nacional mais premiada e requisitada pela indústria discográfica fora de portas; foi, outrossim, o reconhecimento do lugar nuclear da música no certame. Ela irrompe passarela adentro, intercalando desfiles e conferindo dinâmica ao evento, mantendo o interesse de um público que não está ali apenas para ver roupa a passar, mas para celebrar a cultura de que é herdeiro e autor. Na música e nas performances dos grupos etnográficos locais. Aliás, a relação entre a música e a moda é estreita em Moçambique: Taibo Bacar, por

exemplo, começou a carreira vestindo Neyma e Lizha James; Sukuma tem a sua própria linha de artigos de marroquinaria e a Dama do Bling, a rainha do Hip Hop nacional, é o exemplo da fusão dos dois mundos, já tendo actuado, na mesma edição do MFW, na dupla condição de música e costureira.

Quadros performativos

Quem entra nas instalações da DDB, num emblemático prédio da Baixa de Maputo, encontra na recepção um estranho vestido costurado por pedaços de madeira, peças resgatadas ao desperdício e unidas por tiras de cabedal; mais adiante, à esquerda, um quadro enorme, povoado por figuras que remetem imediatamente para as semanas da moda, domina a sala de reuniões. Tanto a bizarra escultura como a vasta pintura são produto da expressão artística que se realiza nas MFW.

Evoluindo enquanto decorrem, participando delas como um todo orgânico.

Na MFW 2009, a pintura esteve lá nessa dupla faceta artística: enquanto expressão plástica, claro, mas também performativa. Tal como havia feito Naguib em 2007, o pintor Ulisses Oviedo combateu, discreto, o vazio das telas no mesmo compasso das modelos que iam desfilando na passarela junto de si, musas belíssimas em movimentos constantes de forma e cor. "Fixava pedaços, e tentava transferir para a tela. Sempre que via alguma transparência, a cor da pele, as próprias capulanas, pegava determinados elementos, os espaços entre um modelo e o outro, o espaço à volta, e comecei a transferir aquilo tudo para a tela. Passava pela minha emoção e do braço para a tela", explicou Oviedo, confessando: "Foi um desafio um pouco difícil, porque pintar em público, ao vivo, não é a mesma coisa que pintar num *atelier*".

Não será, mas é a diferença que orienta a selecção dos artistas que participam na MFW, empreendida desde 2008 pela sua curadora, a artista plástica e poetisa Sónia Sultuane. "Vou acompanhando a cena artística Moçambicana e vejo o que é feito, discretamente, desde fotógrafos até pintores e escultores.

E gosto muito de artistas que têm essa capacidade de se desafiarem a si próprios, seja em que área for. Porque a arte tem sempre de nos provocar alguma reacção, boa ou má. Assim, como curadora da MFW, defino um tema com a DDB e, depois, proponho-o aos artistas que me parecem mais arrojados e capazes de correr riscos".

O pintor Forna foi um dos eleitos por Sultuane e coube-lhe, em 2011, montar o cavalete na periferia da passarela: "A Sónia perguntou-me se seria capaz de pintar ao vivo naquele ambiente, no meio de muita gente e música muito alta. Não tenho palavras para agradecer a atitude dela e da DDB. Afinal, foi a primeira vez que pinte ao vivo, três telas, e têm lá de tudo – homem, mulher, músicos, dançarinos... tudo aquilo que vi. E tive muitos motivos para me inspirar... Acho que a MFW é uma óptima entrada para a pintura ser conhecida lá fora – a pintura, a escultura, a cerâmica, e quem sabe o que virá mais", disse Forna, após uma semana de trabalho intenso. Mas gratificante.

Para aplacar a sua dúvida, virá o que a imaginação ditar, garante Sultuane. Mas fica o espólio do já feito, que não é pequeno, graças ao contributo de nomes relevantes da arte

nacional, como Naguib. Ou Malangatana: o artista de renome internacional, nascido em Marracuene e falecido em 2011, que acrescentou valor à terceira edição do MFW mostrando algumas sangrias e aguarelas na CFM (tendo, aliás, a grandeza de partilhar o espaço com obras de alunos da Escola Nacional de Artes Visuais); na *Vodacom* MFW de 2013, o universo da moda Moçambicana prestou-lhe sentida homenagem, exibindo no mesmo lugar o quadro "Italiana".

Interessa, isso sim, que o trabalho dos artistas convidados transpire Moçambicanidade. Para mostrá-la aos outros. É essa a exigência maior, a condição que satisfaz os princípios enunciados por Vasco Rocha para a Semana da Moda de Maputo:

"Vestir Moçambique não é só enrolar uma capulana ao corpo, mas sim encaixarmos o País em nós mesmos, assumirmos a Moçambicanidade tal como ela é! Ou seja: na roupa, na arte, na hospitalidade, na história, na gastronomia... e mostrar isso perante o Mundo".



{ EN }

On its fifth year the MFW came of age. Everything in it has grown, both in quantity and in quality and variety. Between 7 and 12 December 2009, at least Mozambican 51 designers and 21 models graced the runway in four contests. To the locations of the runways was added a major building, the fortress of Maputo; and even the railways of CFM station, with iron columns and domes, old machinery and large atriums converted into a captive scenario for the Fashion Week, hosted not one, but two trains operating glamor maneuvers. Days filled with the contribution of the national cream of the crop in the pop music and painting world, developed in tandem with and in the shows, plus local cuisine and daily after parties, amounted to a true celebration of national culture, which stressed its promotion through batiks. A true festival.

—
Inspired by Africa, Inspired by You.

Glamor Fortified Over Rails

The week would open with the Young Designers. The selection among dozens of candidates left, in the neoclassical steps of the CMCM, the creations of 25 finalists, displayed for two days. In the end, the young Architecture and Urbanism student, Taússe Daniel, was distinguished by the jury, formed by renowned designers David Tlale, Sonwabile Mdamasse (both from South Africa) and Ade Bakare (from Nigeria). Taússe presented a collection "inspired by the peacock (the translation of his name), using capulanas from Kenya tailored in an oriental style", he explained himself.

The edition added two more challenges to the usual set: under the theme "Vision of Fashion in 2050", 14 designers entered the mCel contest. Using green and yellow, the colors of the company, they gave life to dystopian delusions, with Feliciano da Câmara and Dama do Bling winning it in the end. Alexandre and Sheila Tique also won the 60.000 meticais CFM challenge, with sophisticated pieces in terms of materials and a discreet cut and the strict observance of the chromatic imposition of the sponsor: green-vand soft gray.

The contest of Established designers – won by the very pregnant Marinela Rodrigues – ran near the Fishing Harbor, on the Praça 25 de Junho (June 25 Square), in one of the oldest buildings in Maputo: the Fortress of Nossa Senhora da Conceição. To host nine designers, the military quadrangular red stone building, resulting from the reconstruction in 1946 of the fort that existed there and dated from the seventeenth century, it was subject to changes. Namely, regarding the access to the battlements, forcing the production to an added effort.

"The models always feel lots of difficulties in walking there. There are no stairs, only ramps, so we had to build the stairs, to make it easy for them to go up and down those ramps", Fafá said, adding: "All sites have some level of difficulty, but things are analyzed beforehand, and the materials is all built in a way that it adapts to the site. Of course, for those who were working on the project, the use of so many sites is a bit cumbersome, because it's hours and hours of work and they have little time to rest. But everything was well coordinated – each one knew where and at what time to show up."

This coordination reached its peak at the closing night of the event, at the CFM station.

Half an hour before the shows, there was no space among the audience, lingering in the trivial. Suddenly, amid the murmur sounds the horn of a train, which arrives with models aboard the moving platform, as had already happened in other years. But now, after 15 minutes another train comes with even more models and the creations of 13 designers that closed, under the ecstatic rosette fireworks tearing the clear sky, the Pan-African session, representing the Congo, Angola, Kenya, Egypt, South Africa, Ethiopia, Tanzania and Nigeria.

Festival of Culture

The Africanism of the closing ceremony of the MFW 2009 reinforced the Mozambicanity already inscribed in the very means of publicizing the event, dominated by brightly colored batiks with the slogan *Inspired by Africa, Inspired by You*. The concept resulted from the exchange of experience between DDB designers and local traditional artists, whose root is assumed to be Javanese, the dyeing of cotton fabric with paint and wax to show the indigenous culture in unique features and strong colors. Also sharing these features were the magnificent collection of

batiks made by Mozambican artists Muzima, Mang and Hambro. It was an instant success, winning awards that same year in several advertising festivals such as the gold medal in *AfriCannes*, and an inscription in the book *200 Best Illustrators Worldwide*, by the Lurzer's Special Archive.

The use of batik was the logical extension of the permanent presence, since Inhambane, of the Mozambican arts at the MFW. And its most distinctive feature (along with the daily after parties...) from the other fashion weeks dedicated exclusively to clothing and accessories. Because Mozambique is also different. The arts, especially music, are engraved in its genetics. Like sculpture and painting, whose practice falls in the urban landscape of Maputo itself, for example, in handicrafts and paintings and batiks exposed to tourist curiosity in the most cosmopolitan streets of the capital.

But what abounds in any artery of Mozambique, from the Rovuma to the Maputo, because it is hidden and obscure, is that there is music in the air. In homes, cars, in people dancing in a circle, in plain sight, if the weather is good and the beer cold... Such dominance was also reflected in the MFW. Thus, the arrival of Lizha James, the popular Mozambican singer of R&B, pandza and

marrabenta, at the Pan-African 2009 aboard a limousine, following Stewart Sukuma on the stage, was not egocentric excess on the part of the most awarded and most requested national artist abroad. It was the recognition of the central place music has in the event.

It is present in the runway, between shows and gives momentum to the event, keeping the interest of an audience that is not there just to see the clothes, but to celebrate the culture to which it is heir and author. In the music and in the performances of local ethnographic groups. Indeed, the relationship between music and fashion is close in Mozambique: Taibo Bacar, for example, began his career wearing Neyma and Lizha James. Sukuma has its own line of leather goods and Dama do Bling, the queen of national Hip Hop, is an example of the merging of two worlds, having already acted in the same edition of the MFW in the double condition of musician and seamstress.

Performative Canvas

Who enters DDB's premises, in an emblematic building in downtown Maputo, finds in the reception a strange dress sewn by pieces of wood, pieces reclaimed from



68)



waste and held together by strips of leather. Ahead, to the left, a huge painting, populated by figures that refer immediately to the fashion weeks, dominating the meeting room. Both the bizarre sculpture as well as the vast painting are products of the artistic expression that takes place at the MFW. Evolving as they progress, attending them as an organic whole.

At the MFW 2009, painting was present in that double artistic side: as artistic expression, of course, but also as performance art. As Naguib had done in 2007, painter Ulisses Oviedo discretely fought the empty canvases on the same beat of the models that were walking down the runway next to him, beautiful muses in constant movements of form and color. "I fixed pieces, and tried to transfer them to the canvas. Whenever I saw any transparency, the skin color, their own capulanas, I took certain elements, the spaces between one model and another, the space

around and started to transfer it all to the canvas. It crossed my emotion and my arm to the canvas", explained Oviedo, confessing: "It was a quite difficult challenge, because painting in public, live, is not the same as painting in a studio."

It must not be, but the difference that guides the selection of artists participating in the MFW, undertaken since 2008 by its curator, artist and poet Sónia Sultuane. "I keep following the Mozambican art scene and watch what is done, discreetly, from photographers to painters and sculptors. And I very much like artists who have this ability to challenge themselves, whichever area they represent. Because art must always cause a reaction in us, good or bad. Thus, as curator of the MFW, I set a theme with DDB, then I propose it to the artists who seem bolder and more able to take risks." Painter Forna was one of those chosen by Sultuane and it fell to him in 2011

(169)

Forna

« QUOTE »

"Sonia asked me if I would be able to paint live in that environment, in the midst of many people and loud music. I have no words to thank her attitude and DDB. After all, it was the first time I painted live, three canvases, and there is everything there – men, women, musicians, dancers... everything I saw. And I had many motifs to inspire me... I believe that the MFW is a great door for painting to become known out there – painting, sculpture, ceramics, and who knows what else will come".

to set the easel on the edge of the runway: "Sonia asked me if I would be able to paint live in that environment, in the midst of many people and loud music. I have no words to thank her attitude and DDB. After all, it was the first time I painted live, three canvases, and there is everything there – men, women, musicians, dancers... everything I saw. And I had many motifs to inspire me... I believe that the MFW is a great door for painting to become known out there – painting, sculpture, ceramics, and who knows what else will come", Forna said, after a week of intense work. But rewarding.

To placate his doubt, what will come is what the imagination will dictate, ensures Sultuane. But for now there is what is already done, which is not a small collection, thanks to the contribution of relevant names in national art, like Naguib. Or Malangatana: the internationally renowned artist, born in Maracuene and who died in 2011, which added

value to the third edition of the MFW showing some blood red strikes and watercolors in CFM (who, incidentally, had the greatness of sharing the space with works by students of the National School of Visual Arts). At Vodacom MFW 2013, the universe of Mozambican fashion paid him a heartfelt tribute by displaying in the same setting the piece "Italiana".

Rather, what is required is that the work of invited artists transpires Mozambicanity. To show it to others. This is the biggest requirement, the condition that satisfies the principles enunciated by Vasco Rocha for the *Mozambique Fashion Week*:

"Dressing Mozambique is not only wrapping a capulana around the body, but fitting the Country in ourselves, owning Mozambicanity as it is! That is: clothing, art, hospitality, history, gastronomy... and show it to the World."



— *Malhas
Transalpinas*



— *Transalpine
Knitwear*





Na dobragem da década que a *Vodacom* MFW já leva, o evento tornou a crescer com o fermento de 54 estilistas. Um recorde, inflacionado pelo número de aspirantes à carreira da costura criativa, que subiu para 28 candidatas, confirmando as expectativas de Vasco Rocha na apresentação do certame aos *media*: "Este tipo de exposição valida a criatividade. Mais importante, este evento cria novos heróis. Ao verem os resultados do seu esforço, outros podem perceber que, com trabalho árduo, podem conquistar tudo", disse, referindo-se aos 12 estabelecidos que volveram àquela edição.

A qual deu o passo mais promissor rumo à internacionalização efectiva. Desde logo, porque intercontinental; depois, porque pela primeira vez na História da moda Moçambicana – ainda tão jovem, afinal... –, um estilista pisou uma das passarelas mais apetecidas do planeta: Milão. Embora sem sequela, o episódio permitiu à DDB firmar as relações com a Embaixada de Itália e, por essa via, chegar a um parceiro com o qual forjou um elo profícuo que acabaria no registo notarial em 2013: a CNA – Federmoda.

Apelos Glandulares

A semana de 6 a 11 de Dezembro começou, porém, de forma inesperada, deixando boquiaberto o público que acorreu em massa à CFM para a abertura do MFW 2010. Na passarela entraram modelos de idade avançada e sobejamente conhecidas da plateia; todavia, de outros palcos, como Anabela Andrianopoulos, Glória Muianga, Sónia Sultuane e Maria José Sacur. Tais senhoras emprestavam o seu prestígio à luta contra o cancro da mama, e os vestidos que exibiram foram depois vendidos num leilão cuja receita reverteu para a ALCC. A Primeira-Dama, Maria da Luz Guebuza, fechou esse desfile inaugural discorrendo sobre o mal oncológico e concluindo com rasgados elogios ao *Vodacom* MFW que, segundo ela, "já tem o seu lugar marcado no calendário da moda africana". Um eufemismo institucional porque, em boa verdade, a moda Moçambicana era ainda, e só, a *Vodacom* MFW...

E aquela, após a tradicional dança do Mapiko, característica do povo Maconde de Cabo Delgado, chegou com os *Young Designers*. Dos concorrentes à 6.ª edição, destacaram-se Mama África, pela colecção mais inovadora, cheia de rendas, capulana e missangas, e a

irreverência simples das criações de Wacelia Zacarias, que venceu o concurso à segunda tentativa. A Primeira-Dama, afirmando-se "maravilhada com o trabalho que estão a fazer", deixou os parabéns. Os estabelecidos também não desmereceram. Nem as demais edições da MFW, como faria questão de frisar: "Em cada uma das edições encontramos um toque diferente, onde a inovação e a criatividade se entrelaçam numa verdadeira combinação harmoniosa e daí resultar a cor, a alegria e a emoção. Mas tudo com igual sentido de Missão Bem realizada, onde está sempre subjacente a elevação da nossa auto-estima, da consciencia patriótica e da Moçambicanidade", declarou Maria da Luz Guebuza.

Ponte transalpina

Laranja, bege, azul, branco, vermelho e a cor base, o preto, em casacos grossos, extemporâneos. A colecção Paris, de Taibo Bacar, exibida a 8 de Dezembro no Polana Serena Hotel que acolheu os estilistas estabelecidos de Moçambique, terá sido "a mais invernal e comercial na *Vodacom* MFW", confessa o estilista. Mas também a mais determinante. Porque anónimo entre a multidão estava um representante da *Milan Fashion Week*, fruto

dos contactos entre DDB e Embaixada de Itália através de um adido cultural que, em 2009, já tinha levado a Maputo os *designers* Cristiano Burani e Leitmotiv.

Os italianos, aliás, habituados a outros andamentos nas passarelas de um dos quatro pilares do firmamento da moda internacional, foram os que deram mais trabalho à produção da MFW, como confessaria Fafá: "Foi um bocadinho difícil porque temos de lidar com eles, ver o horário deles, são estilistas que estão sempre muito ocupados". Diferentes, com outras perspectivas e exigências. Como convinha, aliás. "A ideia inicial", recorda o Director Geral da DDB, "era poder gerar um intercâmbio, mantendo os princípios que estão nas raízes da *Vodacom* MFW – trazer estrangeiros para que os locais possam interagir e aprender qualquer coisa com eles".

"A Embaixada começou a fazer contactos com organizações e estilistas para tentar trazer um *designer* de peso. E falou à *Milan Fashion Week*". Aquele certame reserva um espaço para as perspectivas exóticas, recrutadas por todo o planeta, susceptíveis de injectar, num sistema de moda tão voraz como o italiano, novas abordagens, cores e texturas. Em 2010, Moçambique foi terreno de prospecção, e a *Vodacom* MFW a única montra para o efeito.

No termo da semana, a milanesa concordou, ainda que sem entusiasmos, em levar um costureiro local à Lombardia. A escolha, por acordo entre DDB e Embaixada de Itália, recaiu sobre Taibo Bacar e, no Setembro seguinte, o jovem exultante que um dia acentara à multidão na Estação CFM levando pelo braço a musa e modelo favorita, Tatiana Esmael, chegou finalmente à catwalk da *Milan Fashion Week – Moda Donna*. O que foi um salto gigantesco para Bacar, para a *Vodacom MFW* seria o primeiro passo rumo aos grandes palcos.

Mas o bilhete milanês era único, e faltava-lhe uma dimensão fundamental: a formação. Assim, houve que procurar alternativa no território transalpino. E foi, ainda em 2010, que a ligação à CNA – Federmoda, associação que representa mais de 25 mil pequenas e médias empresas do sector têxtil, de vestuário, calçado, curtumes e costura na região da Emília-Romagna, em Itália, foi estabelecida.

Troca Exótica

Não obstante (ou talvez por isso...) o desenvolvimento industrial da Emília-Romagna, a filosofia operacional da CNA-Federmoda é, em larga medida, similar à definida pela DDB em relação aos objectivos primários

Antonio Franceschini

« CITAÇÃO »

"Os jovens estilistas de Moçambique que vieram à Riccione Moda Italia nos últimos anos contribuíram para o crescimento cultural dos designers Italianos e, na minha opinião, deram uma imagem extremamente positiva de Moçambique".

da *Vodacom MFW*. Assim, no âmbito do festival de moda que aquela agremiação organiza todos os anos na cidade balnear de Riccione, denominada *Riccione Moda Italia* (RMI), a formação é nuclear, no âmbito do evento para jovens *designers* que organiza em Julho. Durante uma semana, a cidade transforma-se numa incubadora de talentos, com *workshops* intensivos ministrados pelos mestres da moda num país que a exporta e respira.

O intercâmbio foi estabelecido em 2010, "através dos bons ofícios da Embaixada Italiana em Maputo. Contactaram a CNA-Federmoda sabendo da nossa intensa actividade nos

mercados internacionais e da nossa cooperação com outras organizações Africanas no sector da moda. Logo consideramos a possibilidade de parceria visto acreditarmos em iniciativas que visam a troca de *know-how* e de especialização e nas trocas culturais", diz Antonio Franceschini, responsável pela Federmoda.

Itália fez-se representar com dois *designers* na Fortaleza de Maputo que acolheu a noite dos internacionais – a par do brasileiro Luíz DeLaja, que trouxe até rainhas do samba emplumadas; da venezuelana Sorayma Terán e os seus vestidos de noiva espectaculares, e do Alemão Kilian Kerner, desfilaram as colecções

do estilista italiano Simone Mazulli e da conterrânea Angela Corsani, que apresentou vestidos longos de organza, tafetá e seda com técnicas de costura artesanal contemporâneas.

No espírito do intercâmbio acordado entre a DDB e a CNA – Federmoda, em Julho do ano seguinte Wacelia Zacarias rumou à costa Ocidental do Mar Adriático para participar na sessão *Fashion From the World* do 21.º RMI. O que acrescentou o novo, pela via do exótico, ao certame italiano. Como era, de resto, a intenção: "A moda vive da elaboração contínua. É por isso que é extremamente importante observar e apreender o que ocorre em outras latitudes e longitudes do planeta de modo a continuar a crescer e a desenvolver. Só poderemos aprender e melhor através da troca e do confronto. Moçambique, em particular, traz o fermento de muitos jovens *designers*, a sua vontade de combinar a tradição com a inovação, que pode oferecer aos

estilistas italianos muitos incentivos criativos", afirma Franceschini.

E de Itália, cinco meses depois, para a *Vodacom* MFW o *designer* Gabriel Uzimano, com uma colecção pequena e de tons escuros, e Sara Oliani. Esta estilista gerou alguma convulsão na plateia do Centro de Conferências Joaquim Chissano, à vista da ousadia das suas peças de *lingerie* – a ala masculina exultou quando a modelo Moçambicana Percina passeou as roupinhas íntimas; as mulheres foram, apesar de tudo, mais discretas na apreciação dos manequins em trajes minimalistas...

Matrimónio Consumado

A participação da RMI, através das estilistas Giulia Tesortcre e Paola Frani, na *Vodacom* MFW 2012 foi mais serena, senão até um bocadinho ofuscada pelo brilho intenso do biquíni de diamantes de Fátima Lopes, ainda





cintilante no imaginário do público que acorreu ao Polana Serena Hotel. A colaboração entre a CNA Federmoda e a *Vodacom* MFW contou, em 2013, com Gaia Toscano, vencedora absoluta da RMI desse ano, à qual se juntaram as marcas Ascot Mascagni, Berfini e Fuzzi com uma selecção de peças da colecção Primavera-Verão 2014. Toscano trouxe a Maputo uma colecção inspirada nos trajes do folclore húngaro mesclados num look Hip-Hop.

Em troca, Alexandre Tique Alexandre teve oportunidade de interagir com o secular saber Italiano nas coisas da costura e de passar o charme Moçambicano nas margens do Adriático com roupa feminina e duas peças para homem. Juntou-se, assim, a Marinela Rodrigues e Taússe Daniel na oportunidade soberana de visitar um poderoso mercado Europeu, receber formação visando soluções viáveis na indústria da moda e de conhecer as tendências da época. E deixar algo da Moçambicanidade. "Os jovens estilistas de Moçambique que vieram a RMI nos últimos anos contribuíram para o crescimento cultural dos *designers* Italianos e, na minha opinião, deram uma imagem extremamente positiva de Moçambique", garante Franceschini.

E foi na presença dele que, em Maio de 2013, a união de facto entre a *Vodacom* MFW e a RMI, cujo intercâmbio somava já cinco estilistas Moçambicanos, foi formalizada contratualmente, com a rubrica de um *Memo-rando de Entendimento* pelo representante da Federmoda, Antonio Franceschini, e o Director Geral da DDB, Vasco Rocha. Este compromisso e a colaboração, também já firmada, da Associação Selectiva Moda, que levou à *catwalk* do *Portugal Fashion*, em Outubro de 2013, Telma Orlando, Alexandre Tique e Taússe Daniel (muito celebrada pela Imprensa local...), consubstanciam a estratégia de internacionalização da *Vodacom* MFW.

Além da incontornável África do Sul, aquela é assente no tripé Moçambique, Portugal, Itália, e a DDB cogita a possibilidade de conseguir levar para a Europa não só estilistas Moçambicanos da *Vodacom* MFW, mas o próprio certame e tudo o que ele comporta – uma montra privilegiada para mostrar este Moçambique que se agiganta, belo e jovial, numa África que está na moda.



On the turn of the decade old *Vodacom* MFW, the event rose with the yeast of 54 designers. A record, inflated by the number of aspiring artists to the career of creative sewing, which rose to 28 candidates, confirming the expectations of Vasco Rocha when presenting the event to the media: "This kind of exposure validates creativity. More importantly, this event creates new heroes. Upon seeing the results of their efforts, others may realize that with hard work they can conquer it all", he said, referring to the 12 established designers that returned to that edition.

Which took the most promising step towards effective internationalization. Firstly, because it became intercontinental; and then because for the first time in the history of Mozambican fashion – still so young after all... – a designer stepped on one of the most desired runways of the world: Milan. Although without any sequel, the episode allowed DDB to establish a strong relationship with the Embassy of Italy and, through this, to reach a partner with whom it forged a fruitful link that would eventually end up in the registrar in 2013: CNA – Federmoda.

Glandular Appeals

The week of 6 to 11 December began, however, unexpectedly, leaving the audience in awe, who flocked en masse to the CFM Station for the opening of the MFW 2010. Down the runway came older and well-known models, however from other stages, such as Anabela Adrianopoulos, Glória Muianga, Sónia Sultuane and Maria José Sacur. Such ladies lent their prestige to the fight against breast cancer, and the dresses they displayed were later sold in an auction whose revenue reverted to the ALCC. The First Lady, Maria da Luz Guebuza, closed this inaugural show by making a speech about this oncological evil and concluding with praise to the *Vodacom* MFW that, according to her, "already has its place in the calendar of African fashion." An institutional euphemism because, in truth, Mozambican fashion was still, and only, the *Vodacom* MFW...

And it arrived, after a display of mapiko traditional dancing, typical of the Makonde people of Cabo Delgado, with the Young Designers. Out of the 6th edition competitors stood out Mama Africa, due to her groundbreaking collection, full of lace, capulana and beads, and the irreverent and simple creations

of Wacelia Zacarias, who won the competition on her second attempt. The First Lady, stating that she was "amazed by the work they are doing", congratulated them. The established designers did not fall behind. Neither the other editions of the MFW, as she would be keen to stress: "In each edition we find a different touch, where innovation and creativity intertwine in a true harmonious combination, resulting in color, joy and excitement. But all with the same sense of mission accomplished, which is always marked by the elevation of our self-esteem, patriotic consciousness and Mozambicanity", said Maria da Luz Guebuza.

Transalpine Bridge

Orange, beige, blue, white, red and the base color, black, on thick, extemporaneous coats. The *Paris* collection, by Taibo Bacar, displayed on December 8 at the Polana Serena Hotel, which hosted Mozambique's established designers, must have been "the most wintry and commercial at the *Vodacom* MFW", confesses the designer. But also the most crucial. Because anonymous among the crowd was a representative of the *Milan Fashion Week*,

the outcome of contacts between DDB and the Embassy of Italy through a cultural attaché that, in 2009, had already led to Maputo designers Cristiano Burani and Leitmotiv.

The Italians, in fact, used to another level on the runways of one of the four pillars of the firmament of international fashion, were the ones who made the production

team of the MFW work the hardest, as Fafá confessed: "It was a little difficult because we have to deal with them, see their schedule. They are designers who are always very busy." Different, with other perspectives and requirements. As it was befitting, indeed. "The original idea", DDB's Managing Director recalls, "was to be able to generate an exchange while maintaining the principles that are at the base of the *Vodacom* MFW – bring foreigners so that the locals can interact and learn something from them."

"The embassy started making contacts with organizations and designers to try to bring an important designer. And he spoke to *Milan Fashion Week*." That event holds a space for the exotic prospects, recruited all over the planet, capable of injecting in a fashion





system so voracious as the Italian system, new approaches, colors and textures. In 2010, Mozambique was a prospecting ground and the *Vodacom* MFW the only showcase for said objective.

At the end of the week, the Milanese agreed, though without enthusiasm, to bring a local designer to Lombardy. The choice, by agreement between DDB and the Italian Embassy, befell on Taibo Bacar and the following month of September the jubilant youngster that one day waved to the crowd at the CFM Station, leading by his arm his muse and favorite model, Tatiana Ismael, finally reached

the runway of the *Milan Fashion Week – Moda Donna*. What was a giant leap for Bacar would be the first step towards the big stage for the *Vodacom* MFW.

But the Milanese ticket was just the one, and it lacked a fundamental dimension: training. Hence, an alternative had to be found in the transalpine territory. And it was also in 2010 that the link to CNA – Federmoda, an association that represents more than 25,000 small and medium companies in the textile, clothing, footwear, leather and stitching sectors in the Emilia-Romagna region of Italy, was established.

Antonio Franceschini

« CITAÇÃO »

"The young designers from Mozambique who came to Riccione Moda Italia in recent years contributed to the cultural growth of Italian designers and, in my opinion, gave an extremely positive image of Mozambique".

Exotic Exchange

Notwithstanding (or perhaps because of this...) the industrial development of Emilia-Romagna, the operating philosophy of CNA-Federmoda is largely similar to the one defined by DDB in relation to the primary objectives of the *Vodacom* MFW. Thus, within the fashion festival that this association organizes every year in the seaside town of Riccione, entitled *Riccione Moda Italia* (RMI), training is core, as part of the event for young designers held in July. For a week, the city becomes a talent incubator, with intensive workshops

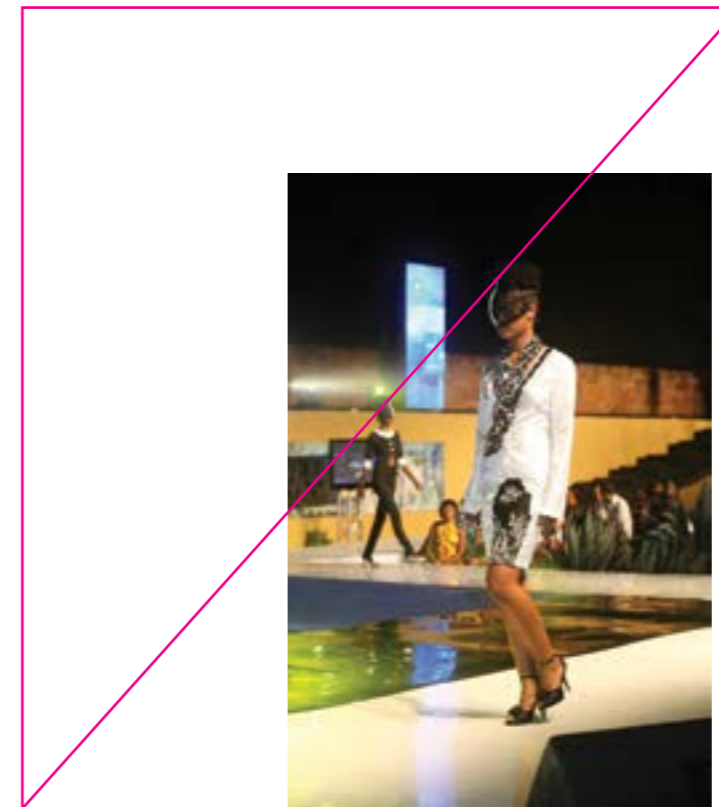
taught by the masters of fashion in a country that exports and breathes it.

The exchange was established in 2010 "through the goodwill of the Italian Embassy in Maputo. They contacted CNA-Federmoda knowing of our intense activity in international markets and our cooperation with other African organizations in the fashion sector. We soon considered the possibility of partnership because we believe in initiatives aimed at exchanging know-how and expertise and cultural exchanges", says Antonio Franceschini, responsible for Federmoda.



Italy was represented by two designers in the Fortress of Maputo which hosted the international night – side by side with Brazilian Luiz DeLaja, who even brought with him feathered samba queens; Venezuelan Sorayma Terán and her spectacular bridal gowns, and German Kilian Kerner, marched the collections of Italian designer Simone Mazulli and compatriot Angela Corsani, who displayed long organza, taffeta and silk dresses, with contemporary handcrafted sewing techniques.

In the spirit of the exchange agreed between DDB and CNA – Federmoda, in July of the following year, Wacelia Zacarais headed to the West coast of the Adriatic Sea to take part in the *Fashion From the World* session of the 21st RMI. Which added the new and the exotic to the Italian event. As it was, moreover, intended: "Fashion thrives on continuous development. That is why it is extremely important to observe and learn what happens



in other latitudes and longitudes of the planet, in order to continue to grow and develop. We can only learn and become better through exchange and confrontation. Mozambique, in particular, brings the yeast of many young designers, their willingness to combine tradition with innovation, which can offer Italian designer many creative incentives", says Franceschini.

And from Italy, five months later, for the *Vodacom MFW*, designer Gabriel Uzimano, with a small, dark-hued collection, and Sara Oliani. This designer created some upheaval in the audience at the Joaquim Chissano Conference Center, in sight of the boldness of his lingerie pieces – the male side rejoiced when the Mozambican model Percina walked intimate outfits. The women were, after all, more discreet in assessing the models in minimal costumes...

Consummate Marriage

The participation of RMI, through designers Giulia Tesortcre and Paola Frani at the *Vodacom* MFW 2012 was quieter, even a little overshadowed by the intense glare of the diamond bikini by Fátima Lopes, still shimmering in the imagination of the public who flocked to the Polana Serena Hotel. The collaboration between CNA – Federmoda and the *Vodacom* MFW accounted for, in 2013, Gaia Toscano, overall winner of that year's RMI, which joined the labels Ascot Mascagni, Berfini and Fuzzi with a selection of pieces from the Spring-Summer 2014 collection. Toscano brought to Maputo a collection inspired by the costumes of the Hungarian folklore mixed with a Hip-Hop look.

In exchange, Alexandre Tique Alexandre had the opportunity to interact with the century old Italian know-how of sewing things,

and to walk the Mozambican charm on the shores of the Adriatic with women's clothing and two pieces of men's wear. He thus joined Marinela Rodrigues and Taússe Daniel in the golden opportunity to visit a powerful European market, receiving training aimed at viable solutions in the fashion industry and getting to know the trends of the time. And to leave something about Mozambicanity.

"The young designers from Mozambique who came to RMI in recent years contributed to the cultural growth of Italian designers and, in my opinion, gave an extremely positive image of Mozambique", ensures Franceschini.

And it was in his presence that, in May 2013, the de facto union between *Vodacom* MFW and RMI, whose exchange already accounted for the presence of five Mozambican designers, was contractually formalized, with the signature of a Memorandum of Understanding by the representative of Federmoda,

Antonio Franceschini, and DDB's Managing Director, Vasco Rocha. This commitment and the collaboration, also already established, of the Associação Selectiva Moda, which led Telma Orlando, Alexandre Tique and Taússe Daniel to the *Portugal Fashion* runway, in October 2013 (much celebrated by the local press...), embody the internationalization strategy of the *Vodacom* MFW.

Besides the unavoidable South Africa, it is based on the tripod Mozambique, Portugal, Italy, and DDB is considering the possibility of getting to Europe not only Mozambican designers from the *Vodacom* MFW, but the event itself and all that it entails – one prime showcase to show that Mozambique looms large, beautiful and youthful, in an Africa that is fashionable.



— *Crisma
e Refundação*



— *Confirmation
and Rebuilding*



{ PT }

Inovação e formação. Os dois grandes pólos orientadores da MFW afirmaram-se plenos na 7.ª edição, perfilhada definitivamente pela operadora de telemóvel *Vodacom*, que assumiu a ligação umbilical que vinha já desde 2005 pela atribuição do seu nome ao evento. Para a empresa, "os benefícios são muitos: garantir e aumentar a visibilidade da marca através dos meios de comunicação; aumentar o nível de vendas dos produtos *Vodacom*; criar uma plataforma de contacto com o cliente através das diversas activações realizadas no período do MFW", explica Cláudia Chirindza, Directora do Departamento de Marketing da *Vodacom*.

Mas não só, com o seu patrocínio, a *Vodacom* também visa cumprir a sua Responsabilidade Social, ao "ser um promotor da cultura Moçambicana através da moda, dar oportunidade aos estilistas (profissionais, amadores, estudantes, etc), de desenvolver e mostrar o seu talento; promover a música com as diversas actuações dos artistas, concursos de DJs que são promovidos ao longo do ano como parte do MFW. Com tudo isto, significa que a marca *Vodacom* fica e está associada a diferentes acções do MFW que alcança públicos

diversos e, conseqüentemente, aumenta a notoriedade da marca", realçou Chirindza.

Rebaptizado de *Vodacom Mozambique Fashion Week* (MFW), a mostra incorreu, sob o mantra *Vește Moçambique*, num salutar paradoxo: mais adulta, rejuvenesceu e abriu as portas aos estudantes de liceus e universidades de Maputo. Foi a semana mais longa e preenchida na vida do evento, que contabilizou oito dias efectivos de desfiles exibindo criações de 65 estilistas – meia centena dos quais Moçambicanos. Num ano em que a capital se fez rio pelas chuvas tropicais cuja persistência testou a capacidade da DDB, obrigada a transferir a maioria do programa da *Vodacom* MFW para o Centro de Conferências Joaquim Chissano (CCJC), a organização não se saiu mal.

Sonhos Precoces

Inédito, o lançamento do concurso MFW School visou captar eventuais valores nos bancos das escolas e nos recantos das universidades da área urbana de Maputo e arrabaldes. O seu principal objectivo era descobrir talentos ocultos na área do *design* de moda, proporcionar-lhes a aprendizagem técnico-profissional e, no termo dessa caminhada formativa, conceder-lhes um palco para exibirem uma peça da sua criação. Das candidaturas provindas de 76 instituições de ensino, sobraram 58 aspirantes a estilistas, sujeitos à formação, no mês de Novembro, no Maputo Shopping, ministrada por veteranos como Adélia Tique, Marinela Rodrigues, Ísis Mbagá, Taússe Daniel, Taibo Bacar e Alexandre Alexandre, entre outros. A 8 de Dezembro, o contingente escolar estava pronto para desfilar, e destilar nervosismo, no CCJC, lotado por familiares e amigos dos participantes.

O trabalho do júri, composto por Rosa Maria Jorge e Annaliese Le-Breton, não foi fácil, ao ser "surpreendido com o alto potencial de qualidade. Por isso, decidimos atribuir 5 menções honrosas para além do vencedor", diria Rosa Maria. Le-Breton confirmou a inconfidência: "O nível de qualidade das peças

apresentadas foi incrivelmente bom, sobretudo para jovens estudantes sem qualquer formação em *design*. O nível está mesmo muito elevado, e eles são os potenciais futuros jovens *designers* de Moçambique e gostaria de os ver na MFW dos próximos anos".

Não tardou muito; a dupla composta por Fázia Chembeze e por Sheila Faiana, estudantes do Instituto Superior de Ciências e Tecnologia de Moçambique (ISCTEM), além de receberem um cheque atribuído pelo *Standard Bank* – que, no âmbito da sua política de responsabilidade social, ofereceu ainda 5000 dólares em livros à biblioteca académica –, também conquistaram espaço na noite inaugural do certame e na passarela dos *Young Designers*, instalada na sede daquele banco em Maputo.

Promessa primaveril

A franquia das portas douradas do edifício coube a Maria da Luz Guebuza, que formulou um desejo que ia ao encontro da divisa da DDB:

"Que cada um de nós tenha cada vez mais orgulho na combinação perfeita ao vestir Moçambique". A vaidade nacionalista foi superiormente nutrida pelas propostas que, durante dois dias, encheram de *glamour*

Domingas Loforte

« CITAÇÃO »

"A minha primeira experiência na Vodacom MFW foi muito intensa, uma sensação do sonho realizado. Correu bem, a recepção foi fantástica. Este evento representa a oportunidade ímpar de apresentar o meu trabalho mesmo sem ter tido ensino formal".

o prédio ao estilo latino-americano – com seis colunas iónicas e dois andares amplos –, concebido pelos arquitectos Ing e Jackson, de Durban, e concluído em Agosto de 1930. Local que, pela sua natureza, costuma estar vedado ao escrutínio público. Não agora. Para a instituição com 120 anos de História, tratou-se de "uma experiência memorável e que 'quebrou' o mito de que os Bancos são locais sagrados, que não se podem abrir a eventos mais ousados como um desfile de moda".

Tal como no concurso MFW School, um júri dubitativo deliberou atribuir o prémio

da melhor colecção a Taússe Daniel, que recebeu uma máquina Bernina e o convite para participar no programa RMI de Julho seguinte; o prémio de criatividade ficou com Alberto Penga, dono de uma *Bernina* e do bilhete para integrar a *Swahili Fashion Week* de Novembro; e, por fim, a menção honrosa a Domingas Loforte, jovem voluntariosa que havia estagiado com Taibo Bacar no ano anterior.

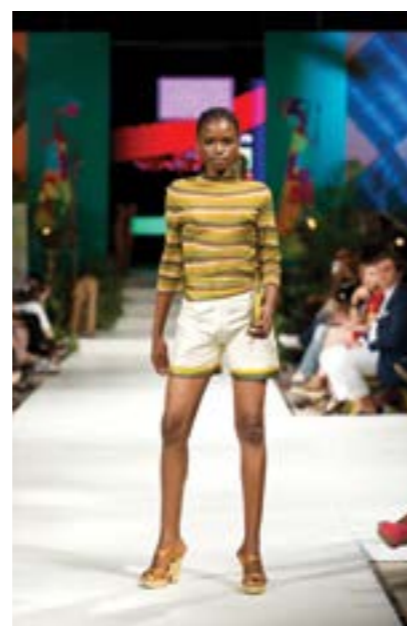
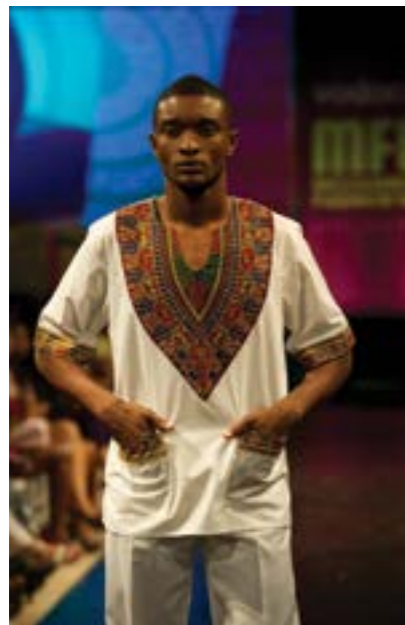
"A minha primeira experiência na *Vodacom MFW* foi muito intensa, uma sensação do sonho realizado. Foi difícil porque eu tinha sofrido um acidente, estava com a perna magoada,



e tive de costurar com a outra para terminar a colecção a tempo. E correu bem, a recepção foi fantástica. Este evento representa a oportunidade ímpar de apresentar o meu trabalho mesmo sem ter tido ensino formal", disse então Loforte, cujo prémio, à margem da competição, acabaria por ser essa oportunidade formativa. Uma aposta pessoal de Vasco Rocha, tal como havia feito com Shaazia Adam, que vislumbrava nela um potencial que seria criminoso desperdiçar.

A colecção de Domingas Loforte chamava-se *Spring Affair*, e a apresentadora Tânia Abreu teve o bom gosto de abrir um desfile com uma

das suas peças. "A escolha das cores, dos tecidos, foi como uma história que eu criei baseada em factos da minha vida. E foi o que saiu". E saiu bem – com o colorido primaveril, Loforte ganhou uma bolsa de estudo, negociada pela própria DDB, para o curso de *design* de moda em Stellenbosch, África do Sul. Domingas seguiu para Cape Town onde ficou três anos até obter o diploma, em Agosto deste ano, na *Academy of Fashion Design Elizabeth Galloway*. Porque há sonhos que merecem cumprir-se.



Capulana Rules

Oníricas foram também algumas das propostas dos estilistas nacionais com mais de três anos de carreira que se perfilaram, por duas noites, no CCJC repleto de público e vasta falange jornalística. Desde logo, o imaginário Moçambicano, bastante representado pelo recurso profuso à capulana, adquiriu outra espessura quando Lucinda Mocumbi colocou na passarela matulões de arco e flecha, numa colecção algo "despida", que apodou como sendo "pura Moçambicana", toda em capulana e só para homens. Feliciano da Câmara também propôs conjuntos musculados, contando com o grupo Sweet Boys para sugerir uma estátuária prateada velando pelos manequins vestidos por ébano e marfim. Para Cigarra Perrin, que nunca falhou uma edição MFW, foi o seu melhor desfile de sempre. Estando na véspera do 20.º aniversário dos acordos rubricados em Roma por Chissano e Dhlakama, elaborou uma colecção de apelo à Paz, dominada pelo branco com apontamentos em capulana tradicional – a dos régulos e curandeiros. A sua noiva trazia inscrita no peito a palavra PAZ. Assim, em maiúsculas, do tamanho do desejo da esmagadora maioria dos Moçambicanos.

A capulana esteve evidente ainda na colecção, muito estival, de Jabulani, nas bolsas enormes com que Wacélia Zacarias acolitou as suas propostas para homens e mulheres e a cem por cento nos combinados de Carla Pinto. A companhia de dança Ludance e as cantoras Dama do Bling, Liloca e Lizha James animaram a festa da veterania.

Genética Pouco Modelar

A edição do *Vodacom MFW* 2012 inscreveu, entre os 58 modelos que suportaram oito dias consecutivos de desfiles, a manequim mais bem sucedida de Moçambique, Percina Manjate. A sua carreira sofreu grande impulso quando, lavada em lágrimas, foi eleita a melhor modelo da MFW 2007, recebendo um curso de moda numa das melhores agências de África do Sul, a *Africa Model*. Dois anos depois, era a primeira Moçambicana a participar na *Milan Fashion Week*, em Itália. Tal pioneirismo constituiu, a um só tempo, uma dupla proeza. Genética e patriótica.

Na primeira circunstância, o triunfo das modelos africanas no panorama internacional é ainda raro. Por uma questão de melanina, presume-se, face ao predomínio esmagador

da opção caucasiana. De resto, a primeira das cinderelas mestiças surgiu só em 1946, com China Machado, filha de pai português e mãe chinesa. Machado foi capa da mais influente revista de moda norte-americana, a *Harper's Bazaar*, em Fevereiro de 1959, contemporânea da primeira agência de modelos negros, *Grace Del Marco*. Nessa altura, a afro-americana Dorothea Towles Church, do Texas, percorria a *catwalk* parisiense a convite de Christian Dior.

Com os ventos liberais a soprarem forte nos EUA da década de 1960, a edição de Janeiro de 1965 da *Harper's Bazaar* trazia na capa, pela primeira vez, uma modelo negra, Donyale Luna; mas foi preciso esperar 20 anos, com a "Era Barbie" e as supermodelos milionárias, para irromper a primeira *top model* negra, a britânica Naomi Campbell, que finalmente franqueia as capas das "bíblis" da moda ao *look afro* – *Elle* (1986) e *Vogue* (1987) Britânicas; e as *Vogue* Francesa (1988) e Americana (1989). Houve quem celebrasse uma indústria pós-racial.

Não obstante a caminhada tortuosa e o êxito de Campbell, África continua arredada dos grandes palcos. "Figurar na capa de uma revista é o que deseja qualquer modelo; todavia, o número de Africanos que o consegue ainda é francamente escasso – na verdade,

não são só modelos Africanos; reflecte-se nos negros como um todo e é um fenómeno global", afirma Le-Breton, com a autoridade dos castings para mais de 700 desfiles. "Os únicos Africanos capa de revista tinham tido exposição em grandes concurso como o *Face of Africa*. A modelo Oluchi, dos subúrbios de Lagos, Nigéria, ganhou-o aos 17 anos, e obteve um contrato na Agência Nova-Iorque *Elite Model* que a catapultou para a supermodelo que é hoje", diz. E a sudanesa Alek Wek – negra que foi capa, pela primeira vez, da *Elle* Sul-Africana em 2010 (!) – "estava no lugar certo à hora certa": Londres.

Laurentina aos molhos

Neste âmbito, a geografia de Maputo é pouco auspiciosa. Le-Breton, responsável pela selecção e treino dos modelos da MFW desde 2006, embora afirme que "tem sido muito compensador ver as melhorias dos modelos, tanto femininos como masculinos, de um ano para outro", e acredite "que os modelos Moçambicanos têm hipóteses de conseguirem o '*big prize*'", admite que há grandes problemas. Na disciplina e na educação. Principalmente nesta.

Já em 2008, o Director Geral da DDB alertava para a gravidade dessa lacuna. Se é verdade que em Moçambique há rapaziada cujo corpo se equipara ao dos verdadeiros modelos, o desinteresse pela escola aborta as perspectivas de uma carreira profissional: "A falta de escola não ajuda aos nossos modelos", alertou então Vasco Rocha. Hoje, Le-Breton explica porquê: "Precisam de ter um bom domínio da língua Inglesa, uma vez que é a língua geral de comunicação nesta indústria. A menos que consigam trabalho no Brasil ou em Portugal...", refere. Será esse o caso de Guilhermina Zandamela, bastante assídua no *Portugal Fashion*. Mas é único. E agenciado em Angola.

Taibo Bacar, embora reconhecendo o papel da DDB na formação possível dos modelos nacionais, advoga a necessidade de uma agência específica, que faça prospecção de valores onde eles estão, nos escaninhos do país imenso que existe para lá da cidade de Maputo.

"Geralmente, a mulher Moçambicana tem rabo grande, anca grande, peito grande, e cintura muito fina – é a mulher 'Laurentina Preta': é boa! Mas não para as passarelas... Ora, eu acredito que elas existem – muitas; temos de descobri-las. Mas ninguém faz esse

trabalho de prospecção, ninguém procura. As modelos descobertas cá foram-no pelo projecto *Elite Models*. Que é Angolano".

Para lá da *Elite Models*, opera em Moçambique a agência Elegance Models desde o final de 2008, fundada pela modelo internacional Melina Muhai Bossel, que começou a carreira a desfilas na MFW de Inhambane. No entanto, também essa agência, que forma os candidatos durante cinco meses, findos os quais integram o portfolio da instituição como estagiários, está praticamente circunscrita a Maputo, pouco contribuindo, assim, para fomentar a prospecção necessária ao lançamento de novos valores. Sobra, apesar de tudo, a DDB e o seu esforço em remediar as dores no calcanhar de Aquiles da moda nacional.

{ EN }

Innovation and training. The two main guiding poles of the MFW asserted themselves in full on the 7th edition, definitely sponsored by mobile service provider *Vodacom*, which assumed the umbilical connection that had already been growing since 2005, by awarding its name to the event. For the company, "the benefits are many: to ensure and increase brand visibility through the media, increase the level of sales of *Vodacom* products, creating a platform for customer contact through various activations in the MFW phase", explains Cláudia Chirindza, the Director of the Marketing Department at *Vodacom*.

But not only with its sponsorship, *Vodacom* also aims to fulfill its social responsibility, "to be a promoter of Mozambican culture through fashion, to provide an opportunity for designers (professionals, amateurs, students, etc.) to develop and show their talent, to promote music with performances by various artists, DJ contests, which are promoted throughout the year as part of the MFW. All this means that the *Vodacom* brand is and will be associated with the various activities of the MFW, reaching diverse audiences and, consequently, increasing brand awareness", Chirindza highlights.

Renamed the *Vodacom Mozambique Fashion Week* (MFW), the show has incurred, under the mantra of Wear Mozambique, a healthy paradox: more adult, it rejuvenated and opened its doors to students from high schools and universities in

Maputo. It was the longest and most filled week in the life of the event, which accounted for eight actual days of shows displaying creations by 65 designers – fifty of which Mozambican. In a year in which the capital became a river due to tropical rains, whose persistence tested DDB's ability, forced to transfer most of the the *Vodacom* MFW program for the Joaquim Chissano Conference Center (CCJC), the organization did not do badly.



Precocious Dreams

Unprecedented, the launch of the MFW School contest aimed to capture value from the school benches and in the corners of the universities in the urban area and suburbs of Maputo. Its main objective was to discover hidden talents in the fashion design field, providing them with technical and professional learning and, at the end of this formative process, giving them a stage to showcase a piece they created.

Out of the applications stemmed from 76 educational institutions remained 58 aspiring designers, subject to training in November at the Maputo Shopping Mall, delivered by veterans like Adélia Tique, Marinela Rodrigues, Ísis Mbagá, Taússe Daniel, Taibo Bacar and Alexandre Alexandre, among others. On December 8, the school contingent was ready to showcase their creations, and distill nervousness at the CCJC, crowded by the family and friends of the participants.

The work of the jury, composed of Rosa Maria Jorge and Annaliese Le-Breton, was not easy, becoming "surprised at the high quality potential. So, we decided to award 5 honorable mentions in addition to the winner", says Rosa

Maria. Le-Breton confirmed the little secret: "The quality level of the pieces presented was incredibly good, especially for young students with no background in design. The level is really high, and they are Mozambique's future potential young designers and I would like to see them at the MFW in the coming years."

It wasn't long. The duo composed of Fázia Chembeze and Sheila Faiana, students of the Instituto Superior de Ciências e Tecnologia de Moçambique (ISCTEM), in addition to receiving a check awarded by *Standard Bank* – which, as part of its social responsibility policy, also offered 5,000 dollars in books for the academic library – also gained ground in the opening night of the exhibition and on the Young Designers runway, set up in that bank's headquarters, in Maputo.

Spring Promise

The opening of the golden doors of the building fell to Maria da Luz Guebuza, who formulated a desire that met DDB's motto:

"May each one of us be ever prouder of the perfect combination, wearing Mozambique."

The nationalist vanity was superiorly nurtured by proposals that, during two days, filled with





glamor the Latin American style building – with six Ionic columns and two large floors – designed by architects Ing and Jackson, from Durban, and completed in August 1930. A location that, by its nature, tends to be closed to public scrutiny. Not now. For the 120-year-old institution it was about "a memorable experience, that "broke" the myth that banks are sacred places, which can not be opened to the boldest events such as a fashion show."

Like the MFW School contest, one jury filled with doubt decided to award the prize for the best collection to Taússe Daniel, who received a Bernina machine and the invitation to take part in the RMI program the following July. The creativity award was given to Alberto Penga, owner of a Bernina and ticket to join the *Swahili Fashion Week* in November; and finally, an honorable mention to Domingas Loforte, a headstrong young woman who had interned with Taibo Bacar in the previous year.

"My first experience at the *Vodacom MFW* was very intense, a feeling of a fulfilled dream. It was difficult because I had an accident, my leg was hurt and I had to sew with the other one to finish the collection in time. And it went well, the reception was fantastic. This event represents a unique opportunity to present my work even without having had formal education", said Loforte then, whose prize after the competition would eventually be a training opportunity. A personal bet of Vasco Rocha, as he had made before with Shaazia Adam, who saw in her a potential that would be silly to waste.

The collection by Domingas Loforte was called *Spring Affair*, and presenter Tânia Abreu had the good taste to open a show with one of her pieces. "The choice of colors, fabrics, it was like a story that I created based on the facts of my life. And that's what came out." And it came out well. With the spring colors Loforte

won a scholarship, negotiated by DDB itself to a fashion design degree in Stellenbosch, South Africa. Domingas went to Cape Town where she stayed for three years until getting the degree in August of that year, at the *Academy of Fashion Design Elizabeth Galloway*. Because there are dreams that deserve to be fulfilled.

Capulana Rules

Oneiric were also some of the proposals from national designers with careers spanning more than three years that were displayed, for two nights, at the CCJC, to a packed audience and a vast journalistic phalanx. From the onset, the Mozambican imaginary, fairly represented by a very profuse use of capulana, acquired another thickness when Lucinda Mocumbi placed heavyset archers on the runway, a somewhat "naked" collection, which she characterized as "pure Mozambican", all in capulana and for men only. Feliciano da Câmara also proposed muscled sets, counting on the Sweet Boys group to suggest silver statues watching over the models dressed in ebony and ivory.

To Cigarra Perrin, who never missed an edition of the MFW, this was her best show

ever. Being on the eve of the 20th anniversary of the agreements signed in Rome by Chissano and Dhlakama, she compiled a collection calling for peace, dominated by white with traditional capulana notes – those of the traditional chiefs and healers. Her bride wore on her chest the word PEACE. Just like that, in capital letters, with the size of the desire of the overwhelming majority of Mozambicans.

The capulana was still evident in the very summery collection by Jabulani, in the huge bags that Wacelia Zacaria added to her proposals for both men and women, and one hundred percent in the combinations by Carla Pinto. The dance company Ludance and singers Dama do Bling, Liloa and Lizha James livened up the party of veterans.

Insufficient Modeling Genetics

The edition of the *Vodacom MFW 2012* held, among 58 models who endured eight consecutive days of shows, the most successful Mozambican model, Percina Manjate. Her career suffered a major boost when, in tears, she was voted best model of the MFW 2007, receiving a fashion course in one of the best agencies in South Africa, *Africa Model*.

Domingas Loforte

« QUOTE »

"My first experience at the Vodacom MFW was very intense, a feeling of a fulfilled dream. It went well, the reception was fantastic. This event represents a unique opportunity to present my work even without having had formal education".

Two years later, she was the first Mozambican to be present at the *Milan Fashion Week*, in Italy. Such pioneering constituted, at the same time, a double feat. Genetic and patriotic.

Under the first circumstance, the triumph of African models in the international arena is still rare. As a matter of melanin, presumably, given the overwhelming predominance of the Caucasian option. Moreover, the first of the mixed race Cinderellas emerged only in 1946, with China Machado, daughter of a Portuguese father and a Chinese mother. Machado was the cover of the most influential magazine in US fashion, *Harper's Bazaar*, in February 1959, a contemporary of the first

agency with black models, *Grace Del Marco*. At that time, the African-American Dorothea Towles Church, from Texas, ran the Parisian runway at the invitation of Christian Dior.

With liberal winds blowing strong in the USA of the 1960s, the January 1965 edition of *Harper's Bazaar* featured on the cover, for the first time, a black model, Donyale Luna; but we had to wait 20 years, with the "Barbie Age" and millionaire supermodels, to present the first black supermodel, British Naomi Campbell, who finally graces the covers of the fashion "bibles", with the African look – British *Elle* (1986) and *Vogue* (1987); and French (1988) and American (1989) *Vogue*. There were some who celebrated a post-racial industry.

Despite the circuitous walk and Campbell's, Africa continues off the big stage. "Being on the cover of a magazine is what any model wants; however, the number of Africans that can achieve is still scarce – in fact, it's not only African models, it reflects in blacks as a whole and is a global phenomenon", said Le-Breton, with the authority of someone who held castings for more than 700 shows. "The only Africans on magazine covers had been exposed in major competitions such as the *Face of Africa*. Model Oluchi, from the suburbs of Lagos, Nigeria, won it at 17, and earned a contract with the New York Agency *Elite Model*, who catapulted her to the super-model status she has today", she says. And Sudanese Alek Wek – a black woman who was on the cover, for the first time, of the South African *Elle* in 2010 (!!) – "was in the right place at the right time": London.

A bunch of Laurentina

In this context, Maputo's geography is inauspicious. Le-Breton, responsible for the selection and training of models at the MFW since 2006, although stating that "it has been very rewarding to see the improvements of the models, both male and female, from one year to another", and believing "that Mozambicans models have chances of achieving the 'big prize'", she admits that there are major problems. In terms of discipline and education. Mostly the latter.

Back in 2008, DDB's Managing Director warned of the seriousness of this gap. If it is true that in Mozambique there are guys whose body equates to the true models, the lack of interest for school aborts the prospects of a career: "The lack of schooling does not help our models", Vasco Rocha warned at the time.



Nowadays, Le-Breton explains why: "They need to have a good command of the English language, as it is the general communication language in this industry. Unless they can work in Brazil or Portugal...", he says. That might be the case of Guilhermina Zandamela, a constant presence at *Portugal Fashion*. But that is the only case. And her agency is in Angola.

Taibo Bacar, while recognizing DDB's role in the training of national models, advocates the need for a specific agency, which explores value where it is, in the corners of the immense country that exists beyond the city of Maputo. "Generally, the Mozambican woman has a big butt, big hips, big bust and a very thin waist – she is the 'Laurentina Black' woman: she's hot! But not for the runways... I happen to believe that they exist – many of them. We just have to discover them. But nobody helps that exploration work, nobody

is looking. The models that were discovered here were by the *Elite Models* projects. Which is Angolan."

Beyond *Elite Models*, the Mozambican agency *Elegance Models* operates since late 2008, founded by international model Melina Muhai Bossel, who started her career in Inhambane's MFW runway. However, this agency, which trains candidates for five months, adding them to the portfolio of the institution as trainees, is also virtually confined to Maputo, with little contribution to encourage the prospecting needed to launch new assets. In the end, what is left is DDB and its effort to alleviate the pain in the Achilles heel of national fashion.

— *Para lá
do Horizonte*



— *Beyond
the Horizon*



{ PT }

A *Vodacom Mozambique Fashion Week* tornou a surpreender o mundo da moda e da produção de eventos ao demonstrar que o céu não seria, de modo algum, o limite. Pelo contrário, a edição de 2012 homenageou a poesia que os estilistas instilam no têxtil, e deu, literalmente, asas aos sonhos dos *designers* africanos que encerraram o certame. Com a envergadura de um avião comercial *Embraer 190*.

Terá sido o maior teste de sempre à capacidade de produção da *Vodacom MFW*, e um acontecimento épico na história dos eventos de moda. E o fecho em glória de uma semana repleta de desfiles, em cinco locais diferentes de Maputo, com 42 modelos nacionais e quatro estrangeiros a exibirem as propostas de 54 estilistas – 15 Moçambicanos estabelecidos, 24 jovens *designers*, 12 africanos e três europeus. Sem contar com aspirantes das escolas e universidades... e os modelos de palmo e meio que acrescentaram à programação a moda para crianças. Uma edição de ouro.

Reino as Crianças

Depois do pré-aquecimento, dedicado aos biquínis da Verde D'Água, a Semana da Moda de 2012 arrancou com o desfile MFW School no edifício *Vodacom*, ao final da tarde de 7 de Dezembro, com 34 participantes. A vencedora, Yunara Zaqueu, hoje a estudar Arquitectura na cidade do Porto, em Portugal, provou que Moçambique pode contar com a geração que aí vem. Quando amadurecer. Para o início do processo de maturação contribuiu, no caso, a viagem a Joanesburgo para conhecer o mais célebre estilista Africano, David Tlale, com o patrocínio das *Linhas Aéreas de Moçambique* (LAM) e do *Standard Bank*. Esta instituição patrocinou, ainda, com 5000 dólares em livros, o reforço da biblioteca da Escola Portuguesa e Moçambique, onde Yunara estudava, e ofereceu um cheque à jovem promessa.

Mais novinha do que Yunara e colegas foi a criança que invadiu o CCJC na tarde de Domingo para desfilarem por um dia, com 62 petizes a envergarem peças de cinco marcas, duas das quais lançadas ali mesmo: uma da célebre cantora Neyma, completamente vocacionada para o público infantil; outra, perfilhando o *target*, chamada "Rosinha" e



Jhony Fragoles

« CITAÇÃO »

"Esta noite foi um espectáculo muito fora do comum, e até comentei que este foi o camarim mais caro de sempre usado por modelos. É algo que não se vê em aeroportos internacionais. Moçambique, mais uma vez, estabeleceu uma fasquia alta".

concebida pela *Bernina*, de Rosa Maria Jorge. Os manequins em miniatura, nada desajeitados, foram muito celebrados por familiares e amigos que lotaram a plateia. À excepção da primeira fila, ocupada por crianças do Orfanato Madre Santa Clara de Lhanguene, instituição que acolhe órfãos dos 4 aos 18 anos. No fim, uns e outros deliciaram-se com palhaços e um pequeno apontamento musical de Neyma e lançaram-se, na maior algazarra, sobre os insufláveis multicolores e as pipocas disponíveis. Para Sónia Sultuane, foi o desfile que mais apreciou. "Aquilo foi mesmo arte – a roupinha, com os seus detalhes... isso sim".

A arte dos *Young Designers* também aconteceu pelos desfiles no CCJC que assinalaram

a abertura oficial do *Vodacom MFW 2012* sob o olhar atento de Fátima Lopes. E de Antonio Franceschini, responsável pela *CNA-Fenermoda*, que não perdeu uma passarela do certame. Ao fim das duas sessões de análise à roupa original, o júri louvou o trabalho da estilista Telma Orlando, reconhecida à segunda tentativa no *Vodacom MFW* com trabalhos em capulana. "Usem muito a capulana. É uma coisa natural, é uma coisa nossa", diria, convicta. Levou para casa uma máquina *Bernina* e no horizonte uma viagem ao *Portugal Fashion 2013*, edição de Outubro. Um primeiro passo, talvez para realizar "o sonho de um dia ver a *Fashion Week* de Paris e em



Itália", confessou. Dezasseis profissionais da costura nacional desfilaram no CCJC nos dias seguintes, com o público mais esclarecido a fazer uma espécie de compasso para a gala internacional do Polana Serena Hotel que acolheu a retrospectiva de Fátima Lopes, e ansioso pelo desfile mais complexo dos anais da *Vodacom WMF*, no Aeroporto Internacional de Maputo. Neste contexto expectante, calhou bem a iniciativa promocional da *Jameson*, que instalou um *lounge* em todos os desfiles, no qual o público podia fazer a prova do *whisky* irlandês. E o público fez. Várias vezes, até.

Asas da Imaginação

Os privilegiados que abancaram nessa noite memorável na zona de atracagem do Aeroporto Internacional de Maputo estavam impacientes, talvez até desconfortáveis, com o atraso de 25 minutos, completamente nos antípodas da tradição *Vodacom MFW*, do

início do desfile Pan-Africano. Havia ainda essa ansiedade suplementar de ignorarem o que lá viria – moda, tal como a entendiam, seria pouco provável num sítio assim, sem passarela. Mas ela veio: a bordo de um avião comercial das LAM. O pasmo foi geral.

A plateia silenciou, reverente, vigiando a sua-vidade e precisão cirúrgica com que os pilotos manobram a colossal máquina, crismada de *Chiloane*, deixando-a estacionada, dócil e disponível, mesmo à sua frente.

O estupor logo deu lugar ao frenesim tecnológico, com cada qual a procurar o melhor ângulo para gravar, nos telemóveis, o pequeno milagre que via acontecer à sua frente, e poder prová-lo, depois, aos cépticos que duvidariam da sua sanidade quanto relatasse o sucedido. Mesmo com a televisão a transmitir em directo...

Sob os holofotes, aberta a porta no dorso do avião, a tripulação desceu a escadaria móvel estreando o novo uniforme das LAM,



desenhado por Alexandre Tique Alexandre, com as cores da companhia – azul, vermelho e branco – num primeiro apontamento de vera elegância. Seguiram-se outros, com os manequins a passear as criações dos 12 estilistas africanos que fecharam a 8.ª edição da *Vodacom* MFW, tendo por cenário a nave de onde promanavam um por um.

Jhony Fragoles, representante da *Jameson*, na ressaca do que testemunhara, sublinhou o inusitado. "Esta noite foi um espetáculo muito fora do comum, e até comentei que este foi o camarim mais caro de sempre usado por modelos. É algo que não se vê em aeroportos internacionais. Moçambique, mais uma vez, estabeleceu uma fasquia alta".

Não o teria conseguido sem o empenho da equipa DDB, claro, mas também da própria firma aeronáutica: "A LAM é a companhia aérea de bandeira nacional. Fazia todo o sentido colaborar no maior evento de moda ao

nível de Moçambique", justificou Adil Gina-bay, representante da empresa. No entanto, aquela foi muito mais longe do que o solicitado e, na verdade, o arrojo da produção só foi possível pela sua disponibilidade total. "Na altura, era para se fazer o desfile num hangar da LAM, aproveitando para cenário o primeiro avião que voou em Lourenço Marques", recorda Vasco Rocha. "Mas, dois dias antes do desfile, a LAM decidiu fazê-lo na placa do aeroporto, e ceder um avião operacional da frota da companhia".

Além dos Limites

A produção agarrou a ideia, e começou a corrida contra ao tempo para montar um evento daquela envergadura, completamente original e prenhe de condicionantes ignotas. "Durante a montagem, havia aviões a levantar,

aterrar e pousar; depois, não teve ensaios e, como seria para transmitir em directo, houve que planejar tudo ao pormenor. Andamos na internet a ver as medidas dos aparelhos, a envergadura das asas... todas as condicionantes relativas a dimensões e manobras. O piloto resolveu o problema do efeito de sucção gerado pelos motores ao trabalhar apenas com o do lado oposto ao do público. Avançamos".

E bem; no termo da aventura aeronáutica, uma espectadora, eufórica e sorridente, resumiria para a televisão o sentimento colectivo: "Foi algo incrível, diferente, nunca visto. Só Moçambique, mesmo!". Até hoje, mantém-se essa exclusividade.

Annaliese Le-Breton, com a propriedade do currículo que ostenta mais de 700 produções de espectáculos de moda, sublinhou a singularidade, não do momento, mas da filosofia geral do evento: "Ultrapassar os limites é o que torna a *Vodacom* MFW excitante e não convencional. As mostras da *Vodacom* MFW não são os desfiles normais de cidades internacionais como Londres, Paris, Milão ou Nova Iorque; onde mais é que poderíamos ter um desfile num comboio na principal estação ferroviária da capital, dentro de um forte histórico ou na pista de um aeroporto



internacional com aviões a aterrarem como pano de fundo?!? Estas localizações são muito desafiantes, mas é isso que torna o nosso trabalho tão interessante e mantém a *Vodacom* MFW na vanguarda da inovação".

Os *media* exultaram com esse encerramento, absolutamente fantástico, da *Vodacom* MFW 2012. Tinham testemunhado um evento que cumpria todos os critérios de noticiabilidade e com um cariz positivo, coisa rara no jornalismo, cuja regra implícita determina que "*good news are no news*". Acrescia ainda a oportunidade para o louvor da inventiva doméstica e a exaltação da Moçambicanidade. Do orgulho nacional num produto com o selo *Made In Mozambique*.

Estética Mediática

A relevância dos *media*, para um evento com a natureza da *Vodacom* MFW, é fundamental. É o complexo mediático que projecta os eventos com a difusão para lá da cena circunstancial, tornando-os acontecimento de grande expressão. A *Vodacom* MFW logrou parcerias nesse campo graças à harmonia de interesses, principalmente com as televisões – o evento gera conteúdos relevantes, com um

nível de produção muito superior ao usual em Moçambique – e à conjugação, pela sua espectacularidade e relevância, do interesse público com o interesse do público. Equação difícil resolvida a contento pela *Vodacom* MFW.

Foi essa, aliás, a leitura de dois dos principais *media* partner, a *RTP África* e a *Televisão de Moçambique* (TVM), parceiras desde a primeira edição: "Eventos como este, que enaltecem os nossos valores, merecem da nossa parte um carinho especial, isto é, obrigamo-nos a dar a melhor cobertura possível. São assuntos que nos dizem respeito e carregam a energia positiva deste País, que se veste, que se ornamenta e se decora. É gratificante poder levar ao telespectador esta paisagem que, durante uma semana, a MFW oferece à nossa capital", justificava, em 2008, Simão Anguilaze, Presidente do Conselho de Administração da TVM.

Outras cadeias televisivas juntaram-se entretanto à *poole* catódica, designadamente da África do Sul (MNET e SABC), acrescentando o número de potenciais telespectadores aos 300 milhões estimados pela organização da MFW já na edição de Inhambane. De lá para cá, tais cálculos exponenciaram com o acréscimo de canais, *media partners* e órgãos



(223)

Anneliese Le-Breton

« CITAÇÃO »

"Ultrapassar os limites é o que torna a MFW excitante e não convencional. As mostras da MFW não são os desfiles normais de cidades internacionais como Londres, Paris, Milão ou Nova Iorque; onde mais é que poderíamos ter um desfile num comboio na principal estação ferroviária da capital, dentro de um forte histórico ou na pista de um aeroporto internacional com aviões a aterrarem como pano de fundo?!? Estas localizações são muito desafiadoras, mas é isso que torna o nosso trabalho tão interessante e mantém a MFW na vanguarda da inovação".



de comunicação de toda a sorte interessados na cobertura do *hype* cultural Moçambicano. No início de 2012, as notícias positivas veiculadas de forma gratuita nas televisões, rádios, revistas e jornais a nível mundial equivaliam já a um *budget* superior a 3 milhões de dólares...

Por outro lado, os media impressos nacionais, se ausentes de Inhambane, desde então inscrevem a VMFW nas agendas de Dezembro como ocorrência programada de cobertura incontornável. As revistas, tradicionalmente o suporte de maior divulgação da moda – vide a *Harpers's Bazaar* ou a *Vogue*, que definem tendências – também sublinharam, com tonalidades positivas, o evento. Exemplos foram a *MozCeleb*, com a divulgação exaustiva da colecção Against the Racism da jovem Shaazia Adam, e o dossier da revista *Capital*, salientando a importância económica e cultural da MFW.

O Director Geral da DDB cedo reconheceu o papel dos *media*, agradecendo-lhes

publicamente no lançamento da edição de 2009: "A exposição que o MFW ganhou, no ano passado, nos *media* internacionais é elevada. Este ano temos muitos media e agradeço essa atenção dos media Moçambicanos para este esforço que está a ser feito". A presença mediática foi proporcional ao vigor da DDB e, em 2011, por exemplo, a semana da moda foi reportada por 104 jornalistas nacionais e 13 estrangeiros.

Mas também revistas de grande projecção internacional, como a *Sawbona*, a bordo da *South Africa Airways*, tem dado bom destaque ao MFW, realçando Moçambique como destino a visitar. E seria ociosos citar as bastas páginas publicadas em magazines de grande circulação dos países Africanos, de Itália e Portugal em função do desempenho dos seus estilistas nas passeiras da MFW. Acresce a multiplicação de referências, com profusas fotos e vídeos, na Web 2.0, designadamente na blogosfera e redes sociais, que dão à *Vodacom*

MFW uma cidadania global que nenhum outro evento Moçambicano conseguiu.

Com um parque editorial ainda muito limitado para lá dos jornais generalistas (de cariz doutrinário quase todos), e escassa oferta televisiva de qualidade, falta em Moçambique um jornalismo especializado na cena *fashion* local, que reporte as suas dinâmicas e preocupações. O sistema de moda nacional carece de uma *infomoda*.

Ciente da ausência desse elo fundamental à cadeia de valor da Indústria de Moda, a DDB, e mais uma vez, procurou preencher o vazio a expensas próprias, organizando um curso de especialização no âmbito da *Vodacom MFW 2012*, ministrado por um especialista Sul-Africano. Para o jornalismo Moçambicano aprender a gramática própria de um fenómeno social tão abrangente como a moda *Made in Mozambique*.



{ EN }

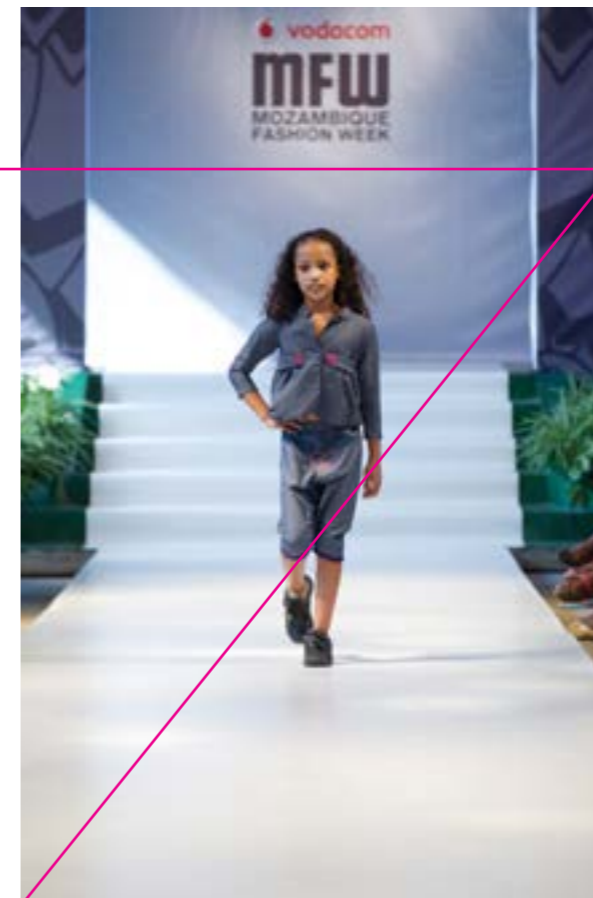
The *Vodacom Mozambique Fashion Week* again surprised the world of fashion and event production by demonstrating that the sky would be nowhere near the limit. Rather, the 2012 edition honored the poetry that the designers instill in the textile, and literally gave wings to the dreams of African designers that closed the event. With the wingspan of a *Embraer 190* commercial airliner.

It might have been the biggest test ever to the production capabilities of the *Vodacom MFW*, and an epic event in the history of fashion events. And the glorious end of a week full of shows, at five different locations in Maputo, with 42 domestic and 4 foreign models, displaying proposals by 54 designers – 15 established Mozambicans, 24 young designers, 12 Africans and three Europeans. Not taking into consideration aspiring designers from schools and universities... and children models that added kids fashion to the schedule. A gold edition.

Kingdom of Children

After the pre-show, dedicated to bikinis from Verde D'Água, the Fashion Week 2012 kicked off with the MFW School show at the *Vodacom* building, on the evening of December 7, with 34 participants. The winner, Yunara Zaqueu, currently studying architecture in the city of Oporto, in Portugal, proved that Mozambique can rely on the generation yet to come. When it matures. For the beginning of the maturation process contributed, in this case, the trip to Johannesburg to meet the most celebrated African designer, David Tlale, with the sponsorship of *Linhas Aéreas de Moçambique* (LAM) and *Standard Bank*. This institution also sponsored, with 5,000 dollars in books, the upgrade of the Escola Portuguesa de Moçambique's library, where Yunara studied, and offered a check to the promising young woman.

Younger than Yunara and her colleagues were the kids who invaded the CCJC on Sunday afternoon to walk down the runway for a day, with 62 little ones wearing pieces from five labels, two of which launched in that event: one from the famous singer Neyma,



completely dedicated to younger audiences; and another, sharing the same target, named "Rosinha" and designed by *Bernina*, by Rosa Maria Jorge. The miniature models, not in any way clumsy, were much celebrated by family and friends who packed the audience. Except for the first row, occupied by children of the Orphanage Madre Santa Clara, from Lhanguene, an institution hosting orphans aged 4 to 18. At the end, some delighted with clowns and a small musical number by Neyma and they went, in an uproar, for the multi-colored inflatables and popcorn that were available. To Sónia Sultuane, it was the show she enjoyed the most. "That was really art – the little outfits, with their details... that's the way to do it."

The art of the Young Designers also happened at the CCJC shows which marked the official opening of the *Vodacom MFW* 2012, under the watchful eyes of Fátima Lopes. And Antonio Franceschini's, in charge of CNA-Fenermoda, who didn't miss a show in the event. At the end of the two sessions reviewing the original clothing, the jury commended the work of designer Telma Orlando, recognized at her second attempt

at the *Vodacom* MFW, with works in capulana. "Use capulana a lot. It's a natural thing, it's our thing", she would staunchly say. She took home a Bernina machine and on the horizon a trip to *Portugal Fashion 2013*, October edition. A first step, perhaps to make "the dream of one day seeing the Paris and Italy Fashion Week", she confessed.

Sixteen national sewing professionals showcased at the CCJC in the following days, with the more enlightened public taking a sort of pause for the international gala at the Polana Serena Hotel, which hosted a Fátima Lopes retrospective, and eager for the most complex show in the annals of the *Vodacom* MFW, at Maputo International Airport. Under this expectant context, the promotional initiative by *Jameson* came in handy, which set up a lounge in all shows, in which the public could taste the Irish whiskey. And so the audience did. Several times even.

Wings of Imagination

The privileged who sat that memorable night in the aircraft parking area of the Maputo International Airport were impatient, maybe even uncomfortable with the 25 minute

delay, a complete antithesis of the *Vodacom* MFW tradition, in the beginning of the Pan-African fashion show. There was also that additional anxiety of ignoring what would come – fashion, as understood at the time, would be unlikely in a place like this, without a runway. But yet it came, aboard a LAM commercial airliner. There was general astonishment. The crowd hushed, reverent, watching the softness and surgical precision with which the pilots maneuvered the colossal machine, christened *Chiloane*, leaving it parked, docile and available, right in front of them.

The astonishment soon gave way to technological frenzy, with each one seeking the best angle to record on their mobile phones the little miracle they saw happening right in front of them, and to be able to prove it to the skeptics who would doubt their sanity when they recalled what happened. Even with the TV broadcasting live...

Under the spotlights, the door opened on the back of the plane, the crew descended the mobile staircase debuting the new LAM uniform, designed by Alexandre Tique Alexandre, with the company colors – blue, red and white – a first note of true elegance. Others followed,

Jhony Fragoles

« QUOTE »

"Tonight was a very unusual show, and I even commented that this was the most expensive dressing room used by models ever. It is something that is not seen at international airports. Mozambique, once again, set the bar high."

with the models walking the creations of 12 African designers who closed the 8th edition of the *Vodacom* MFW, using the aircraft out of where they came one by one as their setting.

Jhony Fragoles, *Jameson's* representative, still living what he had witnessed, emphasized how unusual it was. "Tonight was a very unusual show, and I even commented that this was the most expensive dressing room used by models ever. It is something that is not seen at international airports. Mozambique, once again, set the bar high."

It would not have been achieved without the commitment of DDB's team, of course,

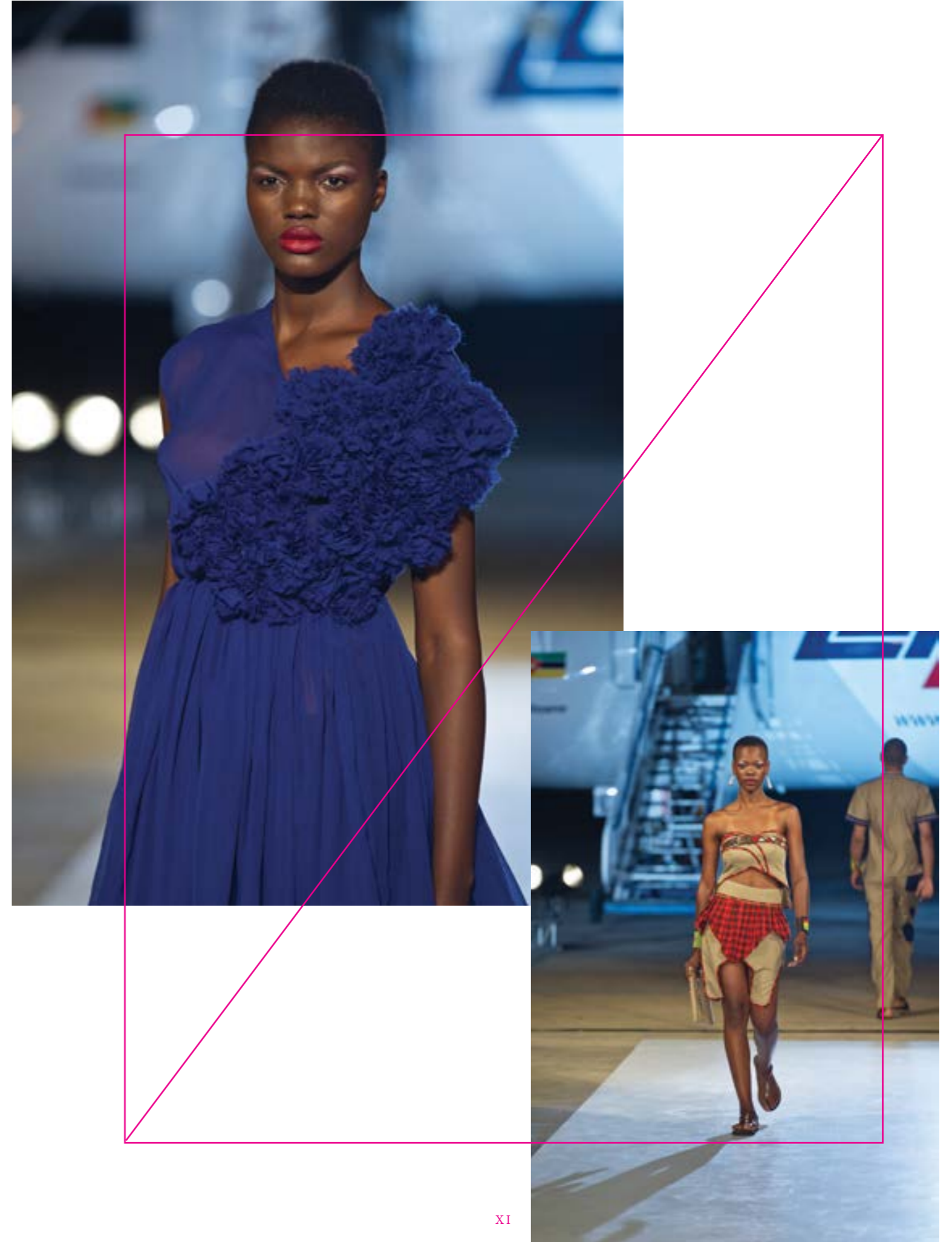
but also of the airline company itself: "LAM is the national airline. It made perfect sense to collaborate on the largest fashion event in Mozambique", explained Adil Ginabay, the company's representative. However, that went much further than requested and, indeed, the boldness of the production was made possible by its complete availability. "At the time, the show was to be held at a LAM hangar, using the first airplane that flew in Lourenço Marques as scenery", Vasco Rocha recalls. "But two days before the show LAM decided to do it on the airport platform and lend an operating plane from the company's fleet."

Beyond the Limits

The production grabbed the idea, and began to race against time to assemble such a sizeable event, completely original and filled with unknown constraints. "During assembly, there were aircrafts taking off, landing and parking. There were no test runs, and because it would be live covered we had to plan everything in detail. We browsed the Internet to get the measurements of the aircrafts, the wingspan... all the constraints concerning dimensions and maneuvering. The pilot solved the problem of the suction effect generated by the engines by only operating the engine on the opposite side of the public. We moved on."

And well. At the end of the aeronautical adventure, a spectator, euphoric and smiling, summed up the collective feeling on TV: "It was amazing, different, never seen. Only in Mozambique!" Even today, this exclusivity remains.

Annaliese Le-Breton, with an authority of someone that boasts over 700 fashion show productions, highlighted the uniqueness, not of the moment, but the general philosophy of the event: "Going beyond the limits is



what makes the *Vodacom* MFW exciting and unconventional. The *Vodacom* MFW shows are not normal shows from international cities like London, Paris, Milan or New York. Where else could we have a show on a train in the capital's main train station, in an historic fortress or on the track of an international airport with planes landing as a backdrop?!? These locations are very challenging, but that's what makes our job so interesting and keeps the *Vodacom* MFW at the forefront of innovation."

The media rejoiced with that closing event, absolutely fantastic, of the *Vodacom* MFW 2012. They had witnessed an event that met all the criteria for newsworthiness and with a positive nature, something rare in journalism, whose implicit rule determines that "no news is good news." It was also a chance to praise domestic inventiveness and the exaltation of Mozambicanity. Of national pride in a product with the label *Made In Mozambique*.

Media Aesthetic

The relevance of the media to an event like the *Vodacom* MFW is fundamental. It is the media that projects the events beyond the circumstantial scene, making it an event of great expression. The *Vodacom* MFW created

partnerships in this field thanks to the harmony of interests, especially with television – the event generates relevant content, with a production level much higher than usual in Mozambique – and the conjugation, due to its spectacular nature and relevance, of public interest with the interest of the public. A difficult equation solved satisfactorily by the *Vodacom* MFW. This was also the interpretation of the two major media partners, *RTP África* and *Televisão de Moçambique* (TVM), partners since the first edition: "Events like this, which underpin our values, deserve us special affection, that is, we make ourselves give it the best possible coverage. These are issues that concern us and carry the positive energy of this country, that dresses, adorns and decorates itself. It is gratifying to be able to take this landscape to the viewer, that for a week the MFW offers our capital", justified in 2008 Simão Anguilaze, Chairman of TVM's Board of Directors.

Meanwhile, other broadcasters have joined the catholic pool, namely from South Africa (MNET and SABC), adding to the number of 300 million potential viewers estimated by the MFW's team already in the Inhambane edition. Since then, such calculations increased

Anneliese Le-Breton

« QUOTE »

"Going beyond the limits is what makes the MFW exciting and unconventional. The MFW shows are not normal shows from international cities like London, Paris, Milan or New York. Where else could we have a show on a train in the capital's main train station, in an historic fortress or on the track of an international airport with planes landing as a backdrop?!? These locations are very challenging, but that's what makes our job so interesting and keeps the MFW at the forefront of innovation."

with the addition of channels, media partners and media of all sorts interested in covering the Mozambican cultural hype. In early 2012, the positive news broadcast for free on television, radio, magazines and newspapers worldwide have amounted to a budget over 3 million dollars...

On the other hand, the national print media, although absent in Inhambane, since then has booked the VMFW in their December agendas as a scheduled occurrence of unavoidable coverage. The magazines, traditionally the biggest medium for disseminating fashion – see *Harper's Bazaar* or *Vogue*, which

are trendsetters – also highlight the show with positive tones. Some examples consist of *MozCeleb*, with an exhaustive spread of the collection *Against Racism* by young Shazia Adam, and an article by *Capital* magazine, highlighting the economic and cultural importance of the MFW.

DDB's Managing Director soon recognized the role of the media, thanking them publicly at the launch of the 2009 edition: "The exposure that the MFW won last year in the international media is high. This year we have many more media outlets and we appreciate the Mozambican media attention regarding this effort." The media presence was proportional to DDB's force and, in 2011, for example, the fashion week was reported by 104 national and 13 foreign journalists.

But also magazines of great international projection, like *Sawubona*, aboard South African Airways, have given great prominence to the MFW, highlighting Mozambique as a destination to visit. And it would be impossible to name the many pages published in general circulation magazines from African countries, Italy and Portugal, due to the performance of their designers at the MFW's runways. Moreover, there is a multiplication

of references, photos and videos, on the Web 2.0, particularly in the blogosphere and the social networks, that give the Vodacom MFW a global citizenship that no other Mozambican event managed before.

With a still very limited publishing industry beyond the generalist journals (almost all of doctrinal nature), and sparse quality television offering, Mozambique lacks specialized journalism in the local fashion scene, reporting its dynamics and concerns. The national fashion system lacks *infofashion*.

Aware of the absence of the fundamental link to the Fashion Industry value chain, DDB, once again, sought to fill the void at its own expense, organizing a specialized course within the Vodacom MFW 2012, taught by a South African expert. So that Mozambican journalism could learn the very grammar of such a broad social phenomenon such as fashion *Made in Mozambique*.



— *Nave
Distópica*



— *Dystopian
Spaceship*



{ PT }

O final de Novembro amanheceu de estufa, anunciando um Verão particularmente agreste. E Maputo acordou intrigada, no dia 28 desse mês, com a estrutura oblonga, tubular e branca, de paredes transparentes, dominando o espaço fronteiro ao Conselho Municipal da Cidade de Maputo. Durou pouco, a surpresa – tratava-se, apenas, de um [R]encontro da urbe com o evento social mais aguardado do ano: a *Vodacom MFW 2013*. Das inovações que concorreram para a 9.^a temporada, a tenda gigante terá sido a mais notória – no rescaldo da edição em que a intempérie obrigou a Semana da Moda Moçambicana a ficar praticamente acantonada no Centro de Conferências Joaquim Chissano, em 2011, a DDB concluiu que a tradicional itinerância por lugares emblemáticos da capital já pouco acrescentava. E poucos restando, nenhum oferecia as condições da vasta tenda *Vodacom*...

Regresso ao Futuro

Com efeito, a tenda revelou-se de valia inestimável. Semelhante a uma grande nave transparente, sugeria um veículo para a *distopia* positiva, anunciada pelo visual futurista e o aparato tecnológico que alimentou de luz e som – de fantasia, enfim – uma mostra de moda que o sufrágio popular converteu na verdadeira semana cultural de Moçambique. E de esperança no futuro, bem expressa no vastíssimo programa de desfiles participado por 90 estilistas (31 da MFW School e 28 *Young Designers*).

E o futuro aconteceu logo na tarde de 30 de Novembro, com o contingente estudantil arrolado para o MFW Schools. As peças dos alunos das secundárias e universidades de Maputo, dos 60 que concorreram, foram exibidas no Edifício *Vodacom* sob o sugestivo título *Do Lápis à passarela – [R]encontra o teu sonho de criança*. Ora, mais do que o sonho, foram elas a dominar a tenda do *Vodacom MFW* no domingo. Ana Mota, Carla Parente, Cigarra Perrin e Patrícia Monteiro rubricaram as colecções para os *fashionistas* e modelos mais novos, que desfilaram sob a toada do DJ LC, prodígio de 7 anos na mistura de sons que têm conquistado fãs. Entre miúdos e graúdos.

Nova também, mas não tanto, a juventude aspirante à profissão de *fashion designer* esgrimiu argumentos estilizados, em dupla noite, no amplo átrio vestibular do edifício *Standard Bank*, instituição firme no apoio a um concurso que tem capitalizado para a moda nacional grandes alegrias. Por isso denominado, com toda a pertinência, *O Futuro da Moda Moçambicana*, e confirmado pela jovem vencedora de 2012, Yunara Zaqueu, ali recebida com caloroso aplauso do público. Sucedeu-lhe, nesse ano, um trio de criativos – Ilda Tembe, Emídio Vilanculos e Valter Matos. Arrecadaram um cheque oferecido pelo *Standard Bank*, uma máquina de costura Bernina e um curso de corte e costura ministrado por Rosa Maria Jorge.

Os mais antigos (mas também não muito...) da cena *fashion* doméstica desfilaram nos dias 4 e 5 de Dezembro, alguns com as propostas mais eróticas jamais vistas na *Vodacom MFW* em resposta ao mote Moçambique em Grande Estilo. O desafio de quarta-feira partia da *Jeitosa*, marca de preservativos femininos que sugeriu aos estilistas incorporarem o contraceptivo nas suas obras. Alguns alinharam, nem sempre com os melhores resultados nas aplicações dos artefactos preventivos à roupa de vestir. A plateia, essa, delirou com





a ousadia... O tom irreverente prosseguiu na entoação, pela Dama do Bling e suas bailarinas de ancas roliças, da música promocional da Jeitosa. A marca depositaria, no termo da análise das propostas dos 15 estabelecidos, um jeitoso cheque de 60 mil meticais nas mãos do *designer* Nivaldo Tierry.

O erotismo prolongou-se na sexta-feira, consagrada aos seis estilistas internacionais que prometiam *Um Mundo de Passarelas Sem Fronteiras*, com a insinuante performance da *belly dancer* Renata Kalile, rebolando sugestões na passarela do Polana Serena Hotel; todo o resto, pelo contrário, emanou sensualidade e sofisticação, num desfile elegante e apoteótico a um só tempo, desde o sax canoro do *jazzman* Moreira Chonguiça até à homenagem a Nelson Mandela, falecido na véspera.

Por fim, à semelhança do que vinha ocorrendo desde 2007, a derradeira gala da 9.ª edição da VMFW foi consagrada à celebração da criatividade Africana através de oito estilistas de seis países – África do Sul, Congo, Namíbia, Quênia, Zâmbia e Zimbabué. As colecções evoluíram na passarela ao compasso da *afro-house* do DJ Dino Moran. A 9.ª edição despediu-se de Maputo com o salutar caos controlado da *after party* "Perfect

Dino Moran

« CITAÇÃO »

"Foi muito importante não só projectar artistas e estilos locais de música, mas dar-lhes também uma forma singular e moderna, que fosse nova para Moçambique sem tentar copiar estilos. Os projectos foram arte extraordinariamente experimental, uma plataforma que nos permitiu, a todos, colaborar e produzir música sem fronteiras".

Sensation", alimentada pelo *whisky* irlandês *Jameson* e carburada pela dupla de DJs britânicos Copyright. Diz quem lá esteve que a tenda insuflou com a energia positiva que lotou o recinto na sessão inesquecível de música e dança, corolário da semana de festas diárias. Como de costume...

Festa capital

Se a organização da MFW, pelas condições em que nasceu e no contexto em que se desenvolveu e progride a cada ano, poderia ser considerada estóica, as *after parties* que,

remontando a Inhambane, o evento promove ao final de cada dia são já míticas. Com a MFW a decorrer, a movida de Maputo adquire outro andamento no núcleo urbano – mais veloz, mais participado e melhor ataviado. Para os analistas dos rituais que celebram a moda em quase todas as capitais do mundo razoável, são estas festas que constituem, afinal, o grande elemento diferenciador da Semana da Moda Moçambicana. "Os espetáculos MFW são sinónimo das fabulosas *after parties* com os melhores artistas internacionais. Enquanto que uma *fashion week*, nos outros sítios, organiza uma *after party* depois

do último desfile, a MFW consegue organizar *after parties* todas as noites e elevá-las a um nível tal que elas acabaram por se tornar tão importantes como as próprias mostras de moda", diz a produtora e coreógrafa Le-Breton. A retrospectiva de uma década festiva poderia constituir, tranquilamente, um roteiro assertivo dos lugares mais *trendy*, a cada ano, da diversão nocturna de Maputo.

Paula Matos, Administradora da Produtora *Music* e responsável pela organização das *after parties* da *Vodacom* MFW desde 2011, ano em que a DDB tomou as festas integralmente a seu cargo, concorda com Le-Breton. "Tudo acaba por se articular de forma perfeita: desfiles vs *after parties*. Cria-se uma sinergia entre os dois momentos, que é essencial para os potenciar ao máximo. Se um deles poderia existir sem o outro? Poder, podia, mas não era a mesma coisa", diz, realçando as virtudes dessa dialéctica: "O *glamour* dos desfiles, a magia que se estende do dia para a noite e vice-versa, a adrenalina do contra-relógio, o 'barulho das luzes', acaba por ser um *cocktail* de emoções a que poucos ficam indiferentes".

Essa abrangência talvez explique que o festivo da *Vodacom* MFW atraia sempre muito mais gente do que os desfiles – em

boa verdade, quando a moda acaba e a noite começa, é toda uma outra dinâmica que se gera. "Nas *after parties*, percebe-se que há um segmento a ir à *Vodacom* MFW completamente diferente do das festas normais que se vêm durante o ano na cidade. Há até pessoas que, normalmente, nem saem, ou raramente o fazem, e que estão ali", garante Vasco Rocha, confidenciando que, a cada ano, a demanda por convites cresce e antecipa-se. Tal como o interesse das marcas, principalmente de bebidas, que à vista das enchentes festivas buscam a colocação dos seus produtos. Como se viu em 2013: a cidra premium Core; os vinhos sul-africanos *Nederburg*; a vodca sueca *Absolut*; o *whisky* irlandês *Jameson* e o champanhe francês *Moët & Chandon* cativaram, cada qual, a sua *after party*.

E a ligação íntima entre a moda e a dança encontrou o paradigma no francês Willy Mofret. Manequim e também DJ, no dia 6 de Dezembro transitou directamente da passarela do estilismo internacional para a mesa de mistura da festa *Trends in the bottle* após aquecimento pelo DJ Celsinho. Quando Willy se apresentou, na companhia da modelo Rita Pereira, a *crowd* exultou – pela silhueta dela e pelo *set* dele. Willy foi rendido na mesa de

Paula Matos

« CITAÇÃO »

Tudo acaba por se articular de forma perfeita: desfiles vs after parties. Cria-se uma sinergia entre os dois momentos, que é essencial para os potenciar ao máximo. Se um deles poderia existir sem o outro? Poder, podia, mas não era a mesma coisa. O glamour dos desfiles, a magia que se estende do dia para a noite e vice-versa, a adrenalina do contra-relógio, o 'barulho das luzes', acaba por ser um cocktail de emoções a que poucos ficam indiferentes".

mistura pelo conterrâneo Quentin Mosimann, que deixou o povo eufórico, vibrando com os ritmos *house* e *hip hop*. A multidão, de 0 a 10, atribuiu-lhe nota 11! Superlativo exagerado face à excelência dos seus pares que, todos os anos, turbinam as festas *Vodacom* MFW.

Quando a noite se fez dia, ninguém quis arredar pé. É esse, desde sempre, o espírito das celebradas *after parties* da *Vodacom* MFW. E do seu êxito. O qual se afere, explica Paula Matos, quando calha "olhar para o rosto da *crowd* que está na festa, quando o sol já nasceu

e os últimos *beats* são ouvidos, e ver sorrisos, braços no ar e um brilho no olhar. Significa que sim, valeu a pena", disse. E, nisso, vem à memória a estranha coincidência com a epifania de Vasco Rocha numa certa madrugada de Inhambane...

Beats da Moçambicanidade

Dentro do espírito geral da *Vodacom MFW*, as *after parties* não se reduzem, no entanto, ao lúdico; são antes laboratórios de experimentação e formação dos DJs nacionais que, sob a tutela de Dino Moran, ensaiam e exibem os sons com que concorrem para o *Mozambeat*. A iniciativa, lançada em 2011, consiste no concurso que propõe aos DJs Moçambicanos a criação de músicas exclusivas para o evento; as melhores integram o CD produzido por Moran, numa colecção com a chancela *Vodacom MFW*.

Como tutor, os artistas do mix não poderiam encontrar currículo melhor e mais vasto em todo o continente. Enquanto pioneiro da música de fusão Africana, Moran – Moçambicano, filho de uma costureira e radicado em África do Sul desde tenra idade –, tem produções em mais de 40 álbuns, e já foi estrela

principal em grandes eventos de moda, como a *New York Fashion Week*, num percurso que inclui megadiscotecas, festivais e eventos em 36 cidades dos seis continentes. A reputação de Dino Moran levou, aliás, Nelson Mandela a contratá-lo para actuar na sua Festa de Natal; Madiba ficou tão bem impressionado que o requisitou outra vez para a festa do 79.º aniversário, realizada num estádio. Moran não desmereceu.

A sua especialidade, porém, são os eventos de moda, condição que o colocou na rota da MFW em 2005. Em 2011, acumulou essa vertente com a formação dos DJ no âmbito do *Mozambeat*. Tarefa mais complexa, afinal, do que a produção de bandas sonoras: "Numa *fashion week*, o meu papel é garantir que cada mostra captura a essência da colecção dos estilistas e que toda a experiência musical, desde o momento em que se entra pela porta, é do mais alto nível e na vanguarda das tendências actuais. Isto envolve aspectos técnicos e criativos e faz-me participar no conceito original do *show*", afirma. Essa participação envolve hermenêutica, método e negociação: "Faço perguntas ao estilista, estudo-lhe a história e as referências, o contexto e as influências que inspiraram a colecção.

E começo a separar canções para os conceitos que vou sugerir. Depois, eu e o *designer* refinamos o conteúdo para o desfile e, no dia do *show*, verificamos a duração dos sons, que edito ao vivo nos ensaios até ficar exacta", explica Moran. "Faço a mistura final e, na noite do desfile, uso tecnologia de ponta para garantir a sincronia perfeita da música e os modelos na passarela". O objectivo final "é garantir que a música traduz perfeitamente a colecção e a marca do estilista", diz Moran, sublinhando que seria "fácil tornar cada mostra numa festa com uma pista sonora trepidante, mas isso não passaria a mensagem correcta".

É esta subordinação do som aos *designers* que os pupilos Moçambicanos nem sempre observam: "Moçambique tem DJ talentosos, mas têm de compreender que produzir música para shows não tem a ver com o gosto pessoal ou a marca do DJ. Para criar uma banda sonora incrível para um estilista, tem de se colocar em primeiro plano a colecção e o desfile; nas mostras de moda não se trata, de todo, de tocar êxitos populares e obter a resposta de uma grande multidão à música". No caso dos DJ nacionais, ao desejo de festa acresce o apelo exacerbado da Moçambicanidade:



"É maravilhoso que os Moçambicanos sejam tão orgulhosos da sua música e cultura locais; mas, muitas vezes, tenho de trabalhar duramente para combinar, num desfile, a riqueza destas raízes étnicas com a emoção de uma passarela moderna".

No balanço da experiência *Mozambeat*, Moran realça, mais do que a qualidade final, a vertente inovadora do projecto: "Foi muito importante não só projectar artistas e estilos locais de música, mas dar-lhes também uma forma singular e moderna, que fosse nova para Moçambique sem tentar copiar estilos. Os projectos foram arte extraordinariamente experimental, uma plataforma que nos permitiu, a todos, colaborar e produzir música sem fronteiras". Com este espírito ecuménico e global, foram editadas três colecções com as composições dos DJ locais que actuaram nas *after parties Vodacom MFW*. Em todas, a marrabenta aflora amiúde nos beats que acolitam as festas da moda Moçambicana.

Demanda Pelo Dandy Urbano

Em certa medida, a experiência de Dino Moran demonstra que, mais do que combater a natureza das coisas, será preferível cultivá-la, aprender com ela e extrair o que dela houver de melhor. Ora, com o ciclo de vida dos produtos cada vez menor no bulímico sistema de moda em geral, e no âmbito do pronto a vestir em particular, foi percebida há muito a necessidade de atentar às mudanças comportamentais da sociedade e promover a prospecção das tendências no sítio onde aquelas são mais genuínas: na rua, junto da gente comum, principalmente dos jovens que recriam roupas e, nesse compasso, geram um estilo próprio que os seus pares tentam imitar, originando tendências.

No mundo ocidental, foi a partir a década dos anos 1980 e, com mais força, na década seguinte, que a chamada moda de rua (*streetstyle*) juvenil ganhou destaque. E a atenção da indústria. Nesse contexto, nasceu o *coolhunting*, com a missão de procurar, identificar e analisar a evolução da natureza das coisas sociais, das ideias de vanguarda, as tendências susceptíveis de serem transformadas em influências de consumo e adoptadas pela sociedade, convertendo-se em moda.



Uma das ferramentas fundamentais ao trabalho de campo do *coolhunter* é a fotografia. Por razões operativas, é certo, mas também porque o sistema de moda contemporâneo não sobreviveria à ausência da escrita pela luz – nem revistas canónicas como a *Vogue* ou a *Harper's Bazaar*, cuja vera essência é a foto, herdeira das *fashion plates*, gravuras dos figurinos nas revistas de moda primitivas, ainda do século XVIII –, dependente que está dessa relação antiquíssima com esse *medium*. Os analistas remontam-na a 1856, quando Adolphe Braun publicou um livro com 288 fotografias de Virginia Oldoini, Condessa de Castiglione e primeira modelo fotográfica de moda da História.

Ora, a *Vodacom MFW*, enquanto festival cultural dedicado, mas não circunscrito, à moda, elegeu a foto, desde o evento original, como vertente fundamental na divulgação da cultura Moçambicana e das facetas mais visíveis da Moçambicanidade – os Moçambicanos eles próprios: os seus rostos, expressões e trajes do quotidiano. O desiderato foi consubstanciado logo em 2007, com o lançamento do concurso *Caras e Costumes*, organizado em parceria com a Associação Moçambicana de Fotografia. Voltando a esse espírito, a 9.^a

edição da *Vodacom MFW* homenageou o *medium* mais antigo da moda dando visibilidade à sua expressão mais recente e propôs, a quatro fotógrafos da praça – Ricardo Franco, Steven Le Vourc'h, Yassmin Forte e Zeca de Oliveira –, um exercício semelhante ao do *coolhunting*: imortalizar a moda que ocorre nos bairros urbanos e suburbanos de Maputo no devir do trivial cidadão, *dandy* insuspeito que suaviza, com poucos recursos e sobeja inventiva, a fealdade de um quotidiano remediado.





The end of November dawned quite hot, announcing a particularly rough summer. And Maputo woke up intrigued, on the 28th of that month, with the oblong, tubular and white structure, with transparent walls, dominating the space opposite the Municipal Council of Maputo. The surprise was short-lived – it was just one more [Re]union of the city with the most anticipated social event of the year: the 2013 *Vodacom* MFW. Out of the innovations that contributed to the 9th season, the giant tent must have been the most notorious – in the aftermath of the edition in which the weather forced the Mozambican Fashion Week to be practically shifted to the Joaquim Chissano Conference Center in 2011, DDB concluded that the traditional roaming through the capital's landmarks would add little to the equation. And out of the few remaining, none offered the conditions required by the vast *Vodacom* tent...

Back to the Future

Indeed, the tent proved itself an invaluable asset. Resembling a large translucent spaceship, it suggested a vehicle for positive dystopia, announced by its futuristic look and by the technological apparatus that fed sound and light – indeed fantasy – a fashion exhibit that popular suffrage made the true cultural week of Mozambique. And of hope for the future, well expressed in the vast program of shows where 90 designers participated (31 from the MFW School and 28 Young Designers).

And the future just happened on the afternoon of November 30, with the student contingent enrolled for the MFW Schools. The pieces presented by Maputo's high school and university students, of the 60 that competed, were displayed at the *Vodacom* building under the suggestive title *From the Pencil to the Runway – [Re]live your childhood's dream*. Now, more than a dream, they came to dominate the *Vodacom* MFW tent on Sunday. Ana Mota, Carla Parente, Cigarra Perrin and Patricia Monteiro presented collections for fashionistas and younger models, who paraded under the tune of DJ LC, a 7 year-old prodigy in the mixing of sounds, who has won fans over. Kids and adults alike.

Also young but not so much, the young artists aspiring to the profession of fashion designer wielded stylized arguments in a double night, in the large atrium entrance of the *Standard Bank* building, a company that has been constant in supporting a contest that has capitalized great joys for the national fashion industry. Thus, rightly entitled *The Future of Mozambican Fashion*, and confirmed by the young winner of 2012 Yunara Zaqueu, who was received with warm applause from the audience. She was succeeded that year by a trio of creators – Ilda Tembe, Emídio Vilanculos and Valter Matos. They collected a check offered by *Standard Bank*, a *Bernina* sewing machine and a sewing course taught by Rosa Maria Jorge.

The oldest (but not too old...) in the national fashion scene showcase their collections on 4 and 5 December, some with the most erotic propositions ever seen at the *Vodacom* MFW, replying to the motto *Mozambique in Great Style*. The Wednesday challenge was set by *Jeitosa*, a brand of female condoms that suggested to the designers that they incorporated the contraceptive in their works. Some accepted, not always with the best results in the application of the preventive items to clothing. The audience roared with the daring

initiative... The irreverent tone continued in the intonation, by Dama do Bling and her plump dancers, of *Jeitosa's* promotional song. The brand would deposit, following the review of the propositions by the 15 established designer, a handy check for 60,000 meticaís in the hands of designer Nivaldo Tierry.

Eroticism lasted until Friday, dedicated to six international designers who promised *A World of Runways Without Borders*, with the sleek performance of belly dancer Renata Kalile, rolling suggestions on the runway of the Polana Serena Hotel; all that remained emanated sensuality and sophistication in an elegant and apothecotic synchronous show, from the songful sax of jazzman Moreira Chonguiça up to the homage paid to Nelson Mandela, who had died the day before.

Finally, as it had been occurring since 2007, the final gala of the 9th edition of the VMFW was devoted to the celebration of African creativity through eight designers from six countries – South Africa, Congo, Namibia, Kenya, Zambia and Zimbabwe. The collections evolved down the runway to the beat of the afro-house DJ Dino Moran.

The 9th edition said farewell to Maputo with the healthy controlled chaos of the "Perfect Sensation" after party, fueled by Jameson



Irish whiskey and carburized by the duo of British DJs, Copyright. Those who were present said that the tent grew bigger with the positive energy that filled the facility at the memorable session of music and dance, a corollary of a week with daily parties. As usual...

Capital Party

If the organization of the MFW, due to the conditions in which it was born and in the context in which it developed and progresses each year, could be considered stoic, the after

parties that, going back to Inhambane, the event promotes at the end of each day have already reached mythical proportions. With the MFW in progress, Maputo's night life gets another swing in the urban core – faster, more engaged and better attired. For those who analyze the rituals that celebrate fashion in almost every capital of the reasonable world, these are parties that are, after all, *Mozambique Fashion Week's* big differentiator.

"The MFW shows are synonymous with the fabulous after parties, with the best international artists. While a fashion week in other places organizes an after party after the last show, the MFW can host after parties every

Dino Moran

« QUOTE »

"It was very important not only to project local artists and styles of music, but also to give them a unique and modern way that was new to Mozambique, without trying to copy styles. The projects were extraordinarily experimental art, a platform that allowed us all to collaborate and produce music without borders."

night and raise them to such a level that they eventually become as important as its own fashion shows" says producer and choreographer Le-Breton. A retrospective of a festive decade could calmly constitute an assertive script of the trendiest places, every year, in Maputo's nightlife.

Paula Matos, Manager of the *Music* production company and responsible for organizing the *Vodacom* MFW after parties since 2011, the year DDB fully took over the parties, agrees with Le-Breton. "Everything ends up articulating perfectly: fashion shows vs. after parties. A synergy between the two moments

is created, which is essential to maximize them to the fullest. Could one exist without the other? Well, it could, but it would not be the same thing", she says, emphasizing the virtues of this dialectic: "The glamor of the fashion shows, the magic that stretches from day to night and vice versa, the rush against the clock, the lights, it all turns out a cocktail of emotions that few are indifferent to."

This range may explain the *Vodacom* MFW party scene always attracts more people than the fashions shows – indeed, when fashion is over and the night begins, it becomes a whole other dynamic. "In the after parties,



one realizes that there is a segment that attends the *Vodacom* MFW which completely different from the normal festivities that come up during the year in the city. There are even people who normally don't go out, or rarely do so, and who are there", guarantees Vasco Rocha, confiding that, every year, the demand for invitations grows and starts sooner. Like the interest of the brands, especially beverages, which in view of the festive floods seek the placement of their products. As seen in 2013: premium cider Core; South African wine Nederburg; Swedish vodka *Absolut*; Irish whiskey *Jameson* and the French champagne *Moët & Chandon*, captivated each their own after party.

And the intimate connection between fashion and dance found its paradigm in the French Willy Monfret. Model and also a DJ, on December 6 he transitioned directly from the international designers runway to the mixing table of the *Trends in the bottle* party after a warm-up by DJ Celsinho. When Willy showed

up, in the company of model Rita Pereira, the crowd rejoiced – because of her figure and his set. Willy was replaced in the mixer by his fellow countryman Quentin Mosimann, who left the crowd euphoric, vibrating with house rhythms and hip hop. The crowd, from 0 to 10, awarded him a score of 11! An exaggerated superlative due to the excellence of its peers who, every year, power the *Vodacom* MFW parties. As night became day no one wanted to budge. This has always been the spirit of the celebrated *Vodacom* MFW after parties. And of its success. Paula Matos adds, when you "look at the face of the party crowd, when the sun is up and the last beats are heard, and see smiles, arms in the air and a twinkle in their eyes. It means that yes, it was worth it", she said. And it comes to mind the strange coincidence with Vasco Rocha's epiphany in a certain dawn in Inhambane...

Mozambicanity Beats

Within the general spirit of the *Vodacom* MFW, the after parties are not restricted, however, to the playful; they are first of all experimentation and training laboratories for national DJs who, under the tutelage of Dino Moran, rehearse and exhibit sounds that compete for *Mozambeat*. The initiative, launched in 2011, is a contest which dares Mozambican DJs to create exclusive music for the event; the best will be included in a CD produced by Moran, in a collection with the *Vodacom* MFW seal.

As their tutor, the mix artists could not find a better and more comprehensive curriculum across the continent. As the pioneer of African music fusion, Moran – a Mozambican, son of a seamstress and living in South Africa since a young age – has productions in more than 40 albums, and has been the main star in major fashion events like the *New York Fashion Week*, a route that includes mega clubs, festivals

and events in 36 cities, on six continents. Dino Moran's reputation made, incidentally, Nelson Mandela hire him to perform at his Christmas party; Madiba was so impressed that he asked for him once again for his 79th

birthday party, held in a stadium. Moran did not fall short.

His specialty, however, are fashion events, the condition that placed on a collision course with the MFW in 2005. In 2011, he added the training of DJs under the *Mozambeat* project. A more complex task, after all, than the production of soundtracks: "In a fashion week, my role is to ensure that each show captures the essence of the designers' collection, and that the whole musical experience, from the moment you enter the door, is at the highest level and at the forefront of current trends. This involves creative and technical aspects and makes me take part in the original concept of the show", he states.

This participation involves hermeneutics, method and negotiation: "I ask questions to the stylist, study his/her history and references, the context and influences that inspired the collection. And I start setting songs apart for the concepts that I will suggest. Then, I and the designer refine the content for the show and, on the day of the show, we check the duration of the sounds, which I edit live in rehearsals until it is precise", explains Moran. "I do the final mix, and on the night of the

Paula Matos

« QUOTE »

"Everything ends up articulating perfectly: fashion shows vs. after parties. A synergy between the two moments is created, which is essential to maximize them to the fullest. Could one exist without the other? Well, it could, but it would not be the same thing. The glamor of the fashion shows, the magic that stretches from day to night and vice versa, the rush against the clock, the lights, it all turns out a cocktail of emotions that few are indifferent to."

show, I use cutting edge technology to ensure perfect synchronization of the music and models on the runway." The ultimate goal "is to ensure that the music translates perfectly the designer's collection and brand", says Moran, stressing that it would be "easy to make every show a party with a pulsating soundtrack, but it would not transmit the right message."

It is this subordination of sound to the designers that Mozambican pupils do not always observe: "Mozambique has talented DJs, but they must understand that producing music for shows has nothing to do with personal taste or the DJ's brand. To create an amazing soundtrack for a designer, the collection and the show has to be placed in the foreground. In fashion shows, it is not at all about playing popular hits and getting a response to the music from a large crowd." In the case of national DJs, the exacerbated appeal of Mozambicanity adds to the desire to party: "It's wonderful that Mozambicans are so proud of their music and local culture, but often I have to work hard to match, in a show, the richness of these ethnic roots with the excitement of a modern runway." While assessing the *Mozambeat* experience, Moran

highlights, more than the final quality, the innovative aspect of the project: "It was very important not only to project local artists and styles of music, but also to give them a unique and modern way that was new to Mozambique, without trying to copy styles. The projects were extraordinarily experimental art, a platform that allowed us all to collaborate and produce music without borders." Under this global and ecumenical spirit, three collections have been edited with the compositions of local DJs who performed at *Vodacom MFW* after parties. In all of them, the marrabenta beats often arise in the beats that accompany the Mozambican fashion parties.

Demand For Urban Dandy

To some extent, Dino Moran's experience demonstrates that, rather than fighting the nature of things, it will be preferable to grow it, to learn from it and extract from it what is best. Now, with the life cycle of products getting increasingly smaller in the bulimic fashion system in general, and within the ready to wear world in particular, the need to pay attention to behavioral changes in society has long been understood, as well as promoting



the exploration of trends where these are more genuine: the street, along with the common people, especially the young people who recreate clothes, and who create a unique style that tries to imitate their peers, creating trends.

In the Western world, in the late 1980s and, more strongly, in the following decade, so-called youth street fashion (*Streetstyle*) gained prominence. And the industry's attention. In this context, *coolhunting* was born, with the mission to seek, identify and analyze the changing nature of social things, the avant-garde ideas, the trends that could be transformed into consumer influences and adopted by society, becoming fashionable. One of the fundamental fieldwork coolhunter tools is photography. For operational reasons, to be sure, but also because the system of contemporary fashion would not survive to the absence of writing by way of light – nor

canonical magazines like *Vogue* or *Harper's Bazaar*, whose true essence is photography, the heiress of *fashion plates*, pictures of costumes in primitive fashion magazines, back in the eighteenth century – which is dependent on this age old relationship with this medium. Analysts set it back to 1856, when Adolphe Braun published a book containing 288 photographs of Virginia Oldoini, Countess of Castiglione and the first photographic fashion model in history.

Now, the *Vodacom* MFW as a cultural festival dedicated, but not exclusive, to fashion, chose photography, since the original event, as a fundamental component in the dissemination of Mozambican culture and the most visible facets of Mozambicanity – Mozambicans as themselves: their faces, expressions and everyday clothes. The desideratum was soon embodied in 2007, with the launch of the *Faces and Traditions* contest, organized



in partnership with the Associação Moçambicana de Fotografia. Going back to that spirit, the 9th edition of the *Vodacom* MFW honored the oldest medium of fashion, giving visibility to its most recent expression, and proposed to four known photographers – Ricardo Franco, Steven Le Vourc'h, Yassmin Forte and Zeca de Oliveira – a feat similar to *coolhunting*: immortalizing fashion that occurs in the urban and suburban neighborhoods of Maputo, in the day-to-day lives of the trivial citizen, an unsuspecting dandy that softens, with meager resources and an inventiveness that abounds, the ugliness of a patched everyday life.



— *Ética
da Estética*



— *Ethics
of Aesthetics*



Uma década depois do parto algo displicente em Inhambane, a MFW não só sobreviveu à descrença dos néscios que lhe prescreviam morte súbita, como cresceu e se tornou no produto mais bem sucedido das Indústrias Criativas em Moçambique, afirmando-se como referência interna e, até, externa. A este propósito, um extenso estudo intitulado *Fortalecendo as Indústrias Criativas para o Desenvolvimento em Moçambique*, realizado no âmbito da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento e publicado em 2011, apresentava a MFW como paradigma do sector. "Em anos recentes, a moda emergiu como sector criativo que promete em Moçambique. Em 2005, um grupo de promotores culturais e estilistas criativos e empreendedores organizaram uma Semana da Moda em Moçambique (MFW). Desde então, tornou-se um evento anual que atrai cada vez mais interesse, não só da parte de Moçambicanos e turistas, mas também de profissionais de moda dos países vizinhos. A cada ano, o evento está a ser preparado com mais profissionalismo e agora é um evento chave no calendário cultural oficial de Moçambique", lê-se no documento.

Talvez não por acaso, o VIII Festival Nacional da Cultura, realizado de 14 a 19 de Agosto de 2014 em Inhambane, incluiu no programa uma mostra de moda saída das 11 províncias do País, cujos desfiles decorreram no átrio do Conselho Municipal de Inhambane, numa espécie de regresso uterino ao brilho e magia do espectáculo de 2005. E o Estado Moçambicano reconheceu na moda indígena, finalmente, uma expressão cultural de alto valor e dignidade.

Os agentes privados, como é hábito, foram mais lestos em capitalizar a Indústria da Moda nacional surgida entretanto, organizando mostras no domínio do lúdico, mas já também na área dos negócios. Todavia, com pouca expressão, geralmente. Em Setembro de 2013, sob o lema *Estratégias para o Desenvolvimento da Indústria Têxtil e de Confecções em Moçambique* – enunciando uma ambição que, infelizmente, não passou do esboço – decorreu em Marracuene a primeira *Fashion Business Moçambique*.

Respeito Externo

O efeito multiplicador do MFW, no capítulo da produção, acabou por ser mais incisivo além fronteiras, designadamente na Tanzânia, com a *Swahili Fashion Week*, e Cabo Verde, países que tentaram trilhar o seu caminho na peugada do modelo Moçambicano. No plano externo, aliás, a MFW conquistou o respeito, quiçá a admiração, das suas congéneres mais antigas ou geradas em contextos económicos muito mais favoráveis, ao investir na diferença e insistir na perseverança. "Recomendo em absoluto Vasco Rocha [Director Geral da DDB] pela sua visão", diz Lucilla Booyzen, organizadora da *South Africa Fashion Week* (SAFW).

Annalise Le-Breton, embora suspeita pelo envolvimento, desde 2006, na produção da MFW, mas com a autoridade de um currículo que alberga o trabalho em mais de meio milhão de eventos de moda disseminados por uma dezena de países, pelo menos, não se inibe de inscrever a MFW entre as cinco melhores Semanas de Moda realizadas em África. E explica porquê: "A MFW é uma das Semanas de Moda no activo mais antigas

do continente, e a única *fashion week* que é uma semana de facto (na verdade, tem nove dias de desfiles), quando a maioria tem só três dias. Tendo trabalhado em algumas das outras e conhecendo quase todas, posso dizer, com segurança, que a MFW ocupa lugar muito maior, em termos de produção, do que a esmagadora maioria", sublinha.

De resto, os principais protagonistas do universo da moda Africano – estilistas e modelos – são os primeiros a reconhecer a evolução da MFW, solicitando a participação no evento graças às produções, tão ousadas como vanguardistas, que fracturam os cânones de um meio atreito ao formalismo e ao excesso ritualístico. Entre as inovações que introduziu e catapultaram a MFW para lá das fronteiras nacionais, avulta o uso de comboios, não apenas para cenário, como outros já tinham feito, mas como passarela, o que foi inédito, e de um avião comercial, talvez o camarim mais excêntrico de sempre, na placa de um Aeroporto Internacional.

Taibo Bacar, o mais internacional dos estilistas Moçambicanos, é testemunha do fascínio que a irreverência da produção Moçambicana exerceu sobre os seus pares

estrangeiros: "Viajo pelo mundo inteiro e todos [estilistas e modelos] querem vir fazer a MFW só para passar no comboio [dos CFM]. E toda a gente pergunta: 'Mas vocês passam mesmo as colecções no comboio? Conta-me como é...'. As pessoas são apaixonadas por essa ideia", refere. "Recordo-me de como gozavam com a MFW nos primeiros dias e, agora, onde quer que vá em África, as pessoas tentam arranjar uma maneira de se envolverem e vir desfilarem a Maputo em Dezembro", afirma Dino Moran.

O mero cálculo aritmético dos *designers* e modelos africanos que já participaram na MFW – da África do Sul, Angola, Botswana, Etiópia, Gana, Namíbia, Nigéria, Quênia, República Democrática do Congo, Tanzânia, Tunísia, Zâmbia e Zimbabué – ao longo da última década, e em número sempre crescente, demonstra essa apetência pelos palcos de Maputo. A qual não se esgota no Continente Negro.

Salto Intercontinental

Adoptando uma estratégia de internacionalização mais ambiciosa, a MFW inscreveu nos seus pergaminhos a participação de agentes

da moda da América do Sul (Brasil e Venezuela) e da Europa (Alemanha, Espanha, Itália e Portugal). Graças aos esforços desenvolvidos pela DDB – sem olvidar o mérito próprio dos estilistas – a MFW levou o design têxtil com o selo *Made In Mozambique* mais longe do que seria razoável imaginar em 2005, e fazê-lo percorrer, cinco anos depois, a *catwalk* dourada de Milão com as criações de Bacar. Hoje, o intercâmbio de estilistas Italianos e Moçambicanos está consolidado, graças à parceria firmada pela DDB com a CNA-Federmoda, tal como já havia feito com a congénere de Portugal.

E, no mesmo ensejo de ir sempre mais além, chegou também à Ásia, com a Marinela Rodrigues, Wacelia Zacarias e Taibo Bacar, pelo menos estes, a brilharem na *Macau Fashion Link*, porta de entrada para um dos mais cobiçados mercados em ascensão. O vínculo ao empório insular da China é já marco de referência nessa gesta extraordinária empreendida por um evento nado e criado num país tão jovem e convulso como Moçambique, remetido para os últimos lugares no Índice de Desenvolvimento Humano e tipicamente notícia, nos media internacionais, pelas piores razões...



O panorama mudou entretanto. É verdade que as novas angulações do olhar externo devem muito à descoberta recente, no território Moçambicano, de reservas interessantes em combustíveis fósseis e recursos minerais. No entanto, se considerarmos o conceito de imagem no seio das Relações Internacionais, definida como o conjunto de elementos – políticos, económicos, sociais e culturais – que caracterizam um país e os diferencia dos outros, é imperativo reconhecer que, no plano sócio-cultural, a MFW desempenhou papel inolvidável na construção e projecção de uma imagem radicalmente diferente da Moçambicanidade.

Tornou-se, ainda que de forma involuntária, num instrumento da diplomacia nacional, como reconheceu a própria Primeira Dama: "A MFW tem vindo a afirmar-se ano após ano, como uma referência da moda a nível mundial. Temos constatado, com muita satisfação, que o mundo já começa a prestar atenção aos nossos estilistas, convidando-os a participarem em eventos internacionais. Esse é um sinal inequívoco que o trabalho que estão a desenvolver está a dar os seus frutos e a merecer o devido reconhecimento a nível internacional. Temos muitos desafios pela frente, mas acreditamos que, a breve trecho, teremos

a nossa moda a desfilarem nos maiores palcos mundiais. Parabéns por serem nossos embaixadores", salientou Maria da Luz Guebuza.

Cartaz Turístico

Por um lado, graças à escolha criteriosa dos cenários para as suas produções, divulgando o património edificado e natural de Moçambique. Neste âmbito, percorreu as praias do Tofo e as castiças ruas de Inhambane, acrescentando ao sol e mar paradisíacos uma animação de alta intensidade e qualidade; ocupou provisoriamente o edifício do Conselho Municipal da Cidade de Maputo suavizando-lhe os traços austeros com o *glamour* do design e o charme natural dos modelos; sublinhou e valorizou, em todos os alçados, a arquitectura da Estação ferroviária de Maputo, considerada uma das sete mais belas do Mundo; reanimou a Fortaleza de Nossa Senhora de Conceição, acrescentando ao vetusto baluarte a graça da moda e a dinâmica das festas; e humanizou o Centro de Conferências Joaquim Chissano.

Já em 2006, de resto, a DDB havia valorizado os tesouros paisagísticos de Maputo com a edição (talvez prematura...) do primeiro catálogo de moda Moçambicana, apresentando criações de Adélia Tique, Anita Rungo,



Cigarra Perrin, Ivone Matavel, Marinela (*Sawa Sawa*) Rodrigues e Sheila Tique, colocando os modelos Carol, Irina, Melina, Zaituna, Dércio, Ígor, Joaquim & Manuel na Estação dos CFM, no Hotel Santa Cruz, no Jardim dos Namorados, no cais e marginal de Maputo, na Fortaleza e ruas da Baixa da capital.

Por outro lado, e ainda no âmbito da divulgação – que muito terá aproveitado ao Sector Turístico em geral, e à hotelaria e restauração em particular –, a MFW usou para cenário o Polana Serena Hotel remodelado; colocou corpos irrepreensíveis a desfilarem na piscina do Pestana Rovuma Hotel; organizou as conferências da Semana da Moda no Radisson Blue Hotel e promoveu festivais de gastronomia local que envolveram praticamente todos os restaurantes referenciáveis, pelos padrões internacionais, da capital.

Os próprios operadores reconhecem, aliás, o contributo da Semana da Moda para a saúde

da sua tesouraria. "O MFW tem demonstrado que actividades culturais podem e devem contribuir para o desenvolvimento económico do País, além de ser veículo de promoção da nossa identidade em diversos mercados e, por esse motivo, os impactos são deveras positivos para o Sector do Turismo", declarou, em 2011, Karim Merali, administrador do Polana Serena Hotel. Acresce a dinâmica própria da Semana da Moda que, pelo número de pessoas que envolve e atrai, não só locais, mas também estrangeiras, contribui de sobremaneira para a ocupação hoteleira, para a facturação de restaurantes e bares, para o apuro de táxis e txopelas e para o rendimento dos artesãos. E para a injeção de divisas nos cofres do País.

Cosmética Amnésica

Por fim, a exibição, nos palcos internacionais que cativam as atenções dos *media*

globais, de trabalhos de *design* de alto nível produzido por Moçambicanos, é uma mais valia inestimável para diluir a imagem terrível deixada pelos anos de guerra e miséria em Moçambique – o país que um jornal tão influente como matutino norte-americano *New York Times* acusava, em meados da década de 1980, de ser pioneiro na colocação de crianças nas frentes de batalha...

Através dos desfiles dos estilistas nacionais, o Mundo descobre, e reconhece, a capacidade de Moçambique para produzir o maravilhoso e o belo, diluindo esquecendo o horrível e o grotesco de outrora. Aliás, os prémios e divulgação extra-fronteiriça que as campanhas publicitárias, desenvolvidas no âmbito da MFW, têm arrecadado afirmam, precisamente, a nova atitude Moçambicana. Tal como o nível de produção alcançado pela DDB expresso na MFW. Tanto do ponto de vista da criatividade como da evolução tecnológica, o evento na grande tenda *Vodacom* constituiu um manifesto da capacidade Moçambicana.

Na óptica Antonio de Francheschini, da CNA Federmoda, um homem habituado às chancelarias da diplomacia económica italiana, "a MFW está a dar um contributo enorme para a exportação da imagem de

um Moçambique vibrante, de um país que ultrapassou as dificuldades de uma guerra civil e está a crescer economicamente. A informação que atinge a cena internacional através de eventos como a MFW, reportada pelos *media* e pelos seus participantes, resulta, globalmente, numa promoção muito interessante para o País".

Beautiful People Emancipada

No plano interno, os impactos da MFW são imensos. Directos e indirectos. Neste último caso, a influência da MFW sobre os próprios nativos foi de grande amplitude, ao introduzir, de forma gradual e subtil, mudanças nas representações de si próprios, na forma como se vêem e dão a ver. Hoje, com a MFW instituída (por via popular) como o acontecimento social mais importante no calendário anual de eventos, são notórios os seus efeitos cognitivos e sociais. Tornou Maputo num lugar mais sofisticado e o Moçambicano num sujeito mais afoito e sensível ao belo. Antes da MFW, nem por isso. No editorial publicado em 2012 na revista *Capital*, Helga Nunes dizia que "há cerca de sete anos, a maior parte dos homens usava camisas às riscas (verticais,





horizontais, oblíquas ou de outra espécie) com colarinhos gordos e as mulheres vestiam camisas cheias de folhos e conjuntos 'vaporosos', sobretudo em *nylon*, com motivos ou padrões tão garridos como folclóricos (fazendo recordar as tendências dos anos 80). Cores fortes, motivos vistosos e materiais sempre iguais – como se de um exército se tratasse.

E, quanto ao calçado, a história seguia o mesmo tom: sapatos bicudos de plástico para senhor e sandálias e sabrinhas para senhora (tudo claro, padronizado e em doses maciças). Até os empresários *self-made man* desfilavam seus fatos (um número acima, ou mesmo abaixo) com as etiquetas nas mangas, e calçavam sapatos brilhantes!"

Com a MFW, não mais. O panorama social urbano sofreu mutação radical. Para melhor. "Uma coisa que se nota bastante é que, na semana da MFW, as pessoas ficam atrevidas. Em todos os sentidos, mas, e principalmente, no vestir", afirma Marinela Rodrigues. "Os homens de cá têm aquele tabu em relação à cor – as mulheres, é normal terem mil cores... –, mas, naquela semana, vestem camisetas cor-de-rosa, verde... Alguns até trazem écharpes, mas tudo muito *fashion*. As pessoas tentam mostrar que também têm essa capacidade de serem diferentes", alvitra.

Taibo Bacar, socorrendo-se do passaporte, reforça Marinela: "Acho que nunca vi, em todos os países a que fui, semana tão badalada como acontece durante o MFW. Maputo inteira só está naquilo, todo o mundo preocupado em vestir uma roupa bonita, em ter um cabelo bonito, um sapato bom para mostrar... É uma semana super-social". Como escrevia Helga Nunes no mesmo texto da *Capital* com a graça do trocadilho, "os Moçambicanos têm vindo a aproximar-se dos desígnios do *design*".

Isso é notório no fluxo crescente de candidatos a *young designers* que promanam dos bancos escolares, indiciando uma apetência por uma profissão que, se antes da MFW, era marginal e residual, agora auferde de um estatuto reconhecido, senão até prestígio firmado, pelo corpo social. As novas gerações de Moçambique, país cuja maioria da população é jovem (45,7% tem menos de 15 anos), têm agora outra sensibilidade para as manifestações da moda.

Nessa aproximação *fashion*, há ganhos de outra natureza que não apenas estética, embora possa ser esse o caminho para a alforria do género feminino, incitando à emergência de nova forma de ser mulher Moçambicana. Uma mulher que se deseja

sujeito e já não objecto, mera máquina de parir e nutrir a prole, exigindo ser reconhecida pela sua graça feminil. Assim, Sónia Sultuane defende que o *girl power* Moçambicano e a reconfiguração das relações de género, a existir, terá começado com a MFW. "Muitas Moçambicanas seguem agora as tendências da MFW, para estarem na moda, saberem como vestir. Mais: a MFW trouxe-lhes o respeito por elas próprias – verem modelos Moçambicanas a desfilarem, lindíssimas, com personalidade, contribuiu muito para o amor -próprio, para esse afirmar que a mulher é mais do que uma dona de casa e mãe, que não se esgota nessas funções".

Por fim, os impactos directos tornam-se mais evidentes em Dezembro. Ao fim de uma década de esforço e insistência, a MFW gerou, literalmente, um contingente de *designers* que honram e enriquecem o País. Onde antes havia meia dúzia de costureiras solitárias nos seus *ateliers* esconsos, hoje há estilistas a gerar emprego e uma carteira de clientes mais consolidada graças à exposição proporcionada pela MFW. "Quando acaba o desfile, tens logo pessoas a pedir o contacto. Agora, quem pode preferir fazer roupas com estilistas a comprar nas lojas. E temos clientes de fora,

também", diz Shaazia Adam. Cigarra Perrin, não obstante de outra geração, notou a mesma influência na sua carreira e carteira: "Eu já fazia moda em Moçambique desde 1995, e não tinha o mesmo valor que passou a ter depois de 2005", garante.

Porque depois daquele ano, depois de Inhambane, Moçambique cultivou uma Indústria de Moda nacional. Incubada, alimentada e desenvolvida a expensas da MFW – e é notório, neste âmbito, a negociação da propina de Domingas Loforte para ter formação específica em Cape Town. Hoje, Loforte é um valor seguro da moda Moçambicana. A capacitação técnica e estética dos estilistas Moçambicanos num país sem qualquer escola nessa área do saber, através de *workshops* e do intercâmbio com eventos e *designers* estrangeiros, promovendo a troca de conhecimento e a miscigenação cultural, é o seu maior impacto – o seu maior legado. A sua revolução.

Filhos da Revolução

Nesta moda feita em Moçambique e por estilistas Moçambicanos, um valor permanece central: a capulana, com a maioria dos novos *designers* a sondar mercados mais amplos

e favoráveis sem descurar das suas raízes nem da matéria-prima que lhe é natural e constitui a sua diferença competitiva. Esse foi um dos efeitos mais visíveis da MFW, a revalorização da capulana pela exibição das obras dos estilistas que a integram nas suas criações: "Hoje, muita gente usa a capulana, quando antigamente era só usada pelas senhoras da zona mais suburbana, pelo *lumpen*; hoje não – até fazemos questão. A capulana tornou-se interclassista, graças ao MFW", diz Sónia Sultuane. A Primeira-Dama, e a elite política feminina em geral, é exemplar nesse âmbito.

E ultrapassou as questões de género, como fez notar Assifo Sadrudini, coordenador do primeiro Festival Mundial da Capulana que decorreu em Pemba, Cabo Delgado, em Outubro de 2013: "O homem moçambicano já começa a vestir a capulana, em forma de calças, calções ou camisas. E isso está a ser bem aceite pela população, cada um com a sua capulana, cada um com a sua história". O futuro terá então, necessariamente, de passar pela valorização desse tecido, reinventando-o. Estilizando-o. Em peças integrais ou incorporando-o em criações de cariz mais adequado a um gosto internacional, cosmopolita, que traga clientes. Porque, como refere o

economista Florêncio Chavango, "em termos económicos, o potencial da capulana é grande". Bacar salienta, neste contexto, que uma das qualidades que tornam a capulana interessante para uma moda exportável radica nas cores do tecido, muito vivas e fortes, que a tornam apreciável na Ásia e na América Latina, por exemplo.

Ora, se não há *designer* que discorde desse princípio, existem, porém, propostas diversas sobre a capulana a adoptar com o intuito de lhe imprimir a Moçambicanidade naturalmente perseguida por um país ainda novo. Assim, se Cigarra Perrin advoga a "capulana tradicional, dos curandeiros, dos régulos", sublinhando que é essa, pela sua diferença em relação aos demais panos de África, a que mais vende no seu *atelier* de Paris, já Adélia Tique prefere, por achá-la mais genuína, "a capulana de cores garridas, com rendas... inspirada na mulher Macua e de Inhambane". Há muitos mais modelos, porém, a considerar na equação da capulana, e talvez o desacordo pudesse ser dirimido em fóruns ou reuniões dos estilistas eles próprios. O ideal seria criar uma associação de *fashion designers* Moçambicanos.



Classe Fragmentada

Essa é, aliás, uma das recomendações inscritas no documento da ONU de 2011: "Em termos de mecanismos institucionais, poderia se tentar criar uma Associação de Profissionais da Moda. Isto pode mais tarde facilitar a formação de um arranjo produtivo criativo para a moda, permitindo cooperação, aprendizagem contínua, partilha de custos para comprar materiais e equipamentos, uma estratégia de promoção de exportações coordenadas, etc". Não falta o desejo de o fazer.

"Já pensei em sentar com os estilistas e para criarmos, juntos, um projecto que possa identificar a moda Moçambicana. Ter uma associação de estilistas ia ajudar, porque aqui cada um está no seu canto, a fazer as suas coisas", lamenta Shaazia Adam. "Desde que voltei de Londres [onde tirou o curso de design seguido de estágio na casa do mítico

Alexander McQueen], não há nenhum encontro, nenhuma tertúlia, nenhuma troca de ideias. Mas seria muito bom – até para organizar eventos só nossos, de estilistas, uma exposição em que cada um faz uma peça e expõe-se o conjunto. Ia desenvolver mais a moda cá", alvitra.

Tal agremiação está, porém, muito longe da realidade. Depois da experiência já longínqua da *Xai Xai – Maison de La Mode*, houve ainda um afloramento voluntarista com um encontro de jovens estilistas, em Dezembro de 2009, no Centro Cultural Franco-Moçambicano imediatamente após o fecho da 5ª edição da MFW. A assembleia resultou no projecto embrionário do que se chamaria *Associação OWAMI*, a qual se constituiria em "associação de pessoas e profissionais interessados em desenvolver a cultura Moçambicana, no geral, e em particular, a moda Moçambicana". De lá para cá não há notícia de que





a intenção OWAMI tenha vingado... De modo que, no panorama nacional, sobra apenas a DDB como grande agregadora dos estilistas Moçambicanos.

Técnica Académica

O debate centrado na capulana talvez não seja mais do que um *fait divers* face ao estado ainda muito incipiente, apesar de tudo, da moda nacional. Como adverte Shaazia, "implementar a capulana é bom, mas não é só o tecido que faz a moda. Temos que sentar e criar". Com qualidade, produzir originais sem negligenciar os aspectos técnicos. E será nesse plano que radica o maior desafio no actual estágio de desenvolvimento da moda nacional. Por todas as razões. Marinela Rodrigues, por exemplo, clama há anos pela necessidade de uma escola de *design*, mesmo que só de moda, no País. Para que não se percam vocações. "No âmbito do MFW School, fui fazer uma palestra para estudantes num workshop e foi bonito ver a quantidade de jovens, dos 16 aos 21 anos, interessados neste mundo da moda. Via-se que é um sonho que têm e ao qual se querem agarrar. Por isso, continuo a bater-me por uma escola, porque aqueles jovens, com uma boa formação, podem dar muito à moda e ao País". Uma juventude que se arrisca, enfim, a passar da euforia à disforia por ausência de respostas.

O Director Geral da DDB, cuja aposta na formação tem sido, ao longo da última década, ainda mais notável por ser esforço solitário, tem a noção do risco bem vincada. Além dos workshops, do intercâmbio e dos estágios para estilistas Moçambicanos que tem

promovido interna e externamente, Vasco Rocha tem lutado, precisamente, pela instalação de uma escola no país. Em Dezembro de 2012, manifestava essa esperança: "Já estabelecemos uma ligação com algumas universidades de *Fashion Design*, uma vez que ainda não há curso de *Fashion Design* em Moçambique. A ver se implementamos cursos de moda e *Fashion Design* de curta duração. No ano passado [2011] tentamos fazer uma ponte entre as referidas universidades de *Fashion Design* e o ISCTEM, de modo a que a criação do curso compreendesse a vinda a Maputo, durante algum tempo, de professores estrangeiros oriundos da Europa e da África do Sul, pois em Moçambique ainda não há professores formados nesta área. Não sabemos se chegará a bom porto, mas a ideia é tentar".

Não chegou, infelizmente. Mas Vasco Rocha cogita já nova tentativa: "Neste momento, está a colocar-se a hipótese de tentar montar uma espécie de *CITEX – Centro de Formação Profissional do Têxtil e do Vestuário*". O *CITEX* é um centro protocolar Português, sediado no Porto, cujo objectivo é promover acções de formação profissional orientadas para as necessidades dos diversos subsectores da indústria têxtil e vestuário e de acordo com a organização da fileira têxtil mundial: Design de Moda e Têxtil, Tecelagem, Tricotagem, Enobrecimento Têxtil, Modelação, Organização da Produção, Confecção, Qualidade, Manutenção e Formação Transversal orientada para a indústria em geral. Katty Xiomara, Luís Buchinho, Maria Gambina, Nuno Baltazar e Nuno Gama são alguns dos *designers* portugueses formados pelo *CITEX*. As perspectivas são, portanto, animadoras.

Saber Industrializado

Mas há ainda outras ofertas consistentes no horizonte, capitalizando os laços Europeus já firmados: "Seria interessante estabelecer programas de formação, focados na modelação e no fabrico, em cooperação com empresas Italianas", diz Antonio Franceschini, responsável pela Ferdermoda. O qual leva ainda mais longe a disponibilidade transalpina: "Podemos trabalhar em conjunto para montar actividades industriais neste sector começando pelo estabelecimento de pequenas empresas através de programas de formação técnica e administrativa e tentando envolver as autoridades Moçambicanas na definição de políticas de apoio industrial. É também importante fomentar relações tanto com fabricantes de máquinas para a indústria de vestuário como com os fornecedores de acessórios para colecções de moda. CNA já o conseguiu em vários países", alega o Italiano.

A acontecer o germinar de uma Indústria de Têxtil e Vestuário em Moçambique, ainda que mais modesta do que aquela que o País já teve antes do colapso dos derradeiros anos do século passado, seria o corolário de todo

o esforço dispendido pela DDB ao longo de uma década entusiasmante e esgotante na mesma medida. E um reforço substancial para o estilismo que foi concebido e alimentado entretanto no embalo da MFW.

Há sinais, ainda que tíbios, nesse sentido. O Estado despertou para a necessidade de Moçambique, tradicional produtor de algodão, deixar de exportá-lo em bruto (o que corresponde apenas a 20% do valor do produto final) para passar a processá-lo internamente. Para tanto, delineou em 2008 uma estratégia ambiciosa, cujos objectivos contemplam o aumento da produção de algodão; o estabelecimento de uma indústria de fiação e tecelagem; a instalação de fábricas de confecção vocacionadas para a exportação; e o potenciamento das empresas nacionais a jusante da indústria têxtil.

A expressão mais visível dessa estratégia foi a inauguração, em Agosto de 2014, da *Mozambique Cotton Manufacturers – Indústrias Têxteis SA*, pelo Presidente da República, Armando Guebuza, cuja presença assinalou a importância magna atribuída ao projecto.

Com efeito, a nova empresa sediada nas instalações da antiga fábrica de tecidos Riopele – vendida pelo Governo ao consórcio formado pela Moçambicana *Intelec Holdings* e as



Portuguesas *Mundo Têxteis*, *Mundifios* e *Crispim Abreu* –, pretende ser o grande catalisador da revitalização do sector têxtil nacional, em toda a sua cadeia de valor. Quando o investimento previsto estiver concluído, além de empregar directamente cerca de 700 pessoas, e só no sector industrial, dará oportunidade de negócios a cerca de 150 Pequenas e Médias Empresas, ampliando os postos de emprego para 7500.

The Show Must Go On

Olhando em retrospectiva, e mesmo sem considerar o difícil contexto socio-económico em que nasceu, o balanço dos dez anos de vigência da *Mozambique Fashion Week* (MFW) é extraordinariamente positivo, como reconhecem todos os que se envolveram, numa ou outra ocasião, nessa aventura. Desde protagonistas a espectadores. E, após tanto

caminho percorrido, pontuado por escolhos e algumas veredas tortuosas, chegou a uma encruzilhada: que via seguir de ora em diante? As propostas são vastas e variadas. Não faltam ideias.

Há quem, como Shaazia Adam, que almeje ampliar o calendário para duas semanas de moda a ocorrerem em momentos distintos: "Estou à espera de ver a MFW a deixar de ser uma vez por ano e passar a ser duas vezes, seguindo o calendário internacional da moda. Porque aí nós, os estilistas, vamos aprender a trabalhar com pressão", diz. Dino Moran considera que, além do factor temporal, o âmbito territorial também poderia ser alargado: "Espero que, nos anos vindouros, se torne viável realizar mostras em outras partes do País e, eventualmente, constituir uma vitrina Moçambicana para apresentar em algumas das outras semanas de moda por todo o Mundo".

Nada que não tivesse sido já formulado

pelo Director Geral da DDB, Vasco Rocha, cérebro e fautor da MFW. No primeiro caso, logo no segundo ano da experiência (bem sucedida) MFW School, que continua confinada ao perímetro urbano de Maputo, manifestou a intenção de tentar alastrar a outras províncias o concurso; no último aspecto, as pontes lançadas para Itália e Portugal talvez proporcionem esse desiderato de levar todo o conceito MFW até essas paragens Europeias e mostrar, à Europa, quiçá ao Mundo, a Moçambicanidade em todo o seu esplendor.

Outros sugerem mudanças no modelo adoptado, aproximando-o mais do paradigma internacional, que configura um evento de *marketing* cuja razão e finalidade é o negócio. "Exibir é uma coisa – gera publicidade, interesse e atenção, mas não traz dinheiro aos estilistas. É preciso que a MFW seja um evento de Negócio para Negócio da Indústria da Moda, tal como todas as *fashion weeks* internacionais; uma plataforma de marketing que permita aos estilistas mostrarem as suas colecções mais recentes aos compradores, aos *media* e aos seus clientes", alega Lucilla Booyzen, socorrendo-se da experiência e autoridade que 17 anos de liderança da SAFW lhe proporcionaram.



No mesmo sentido, Dino Moran torna mais claro ainda o caminho que lhe parece mais correcto para o futuro: "Honestamente, acho que a MFW tem de deixar de ser essa mostra cultural e tornar-se mais numa experiência de moda Moçambicana pura, agora que a indústria se desenvolveu até um ponto em que a MFW já não precisa de rotinas de dança nem de artistas para preencher as lacunas no programa. E devemos olhar para o futuro com uma perspectiva de moda clara, na medida em que o resto do Mundo não entende, nem reconhece, este formato", afirma. "Acho que a MFW está pronta a deixar o factor novidade das performances durante as mostras e começar a focar mais numa selecção mais rigorosa do vestuário e obter as fotos certas na Imprensa internacional". Convidando mais jornalistas. Envolvendo compradores. Cativando mais patrocinios. Para isso, a MFW terá de mudar radicalmente a sua natureza,

cogita Taibo Bacar, o estilista formado em Gestão: "Falta a empresa MFW. Existe uma empresa que é a DDB cujo evento favorito do seu portfolio talvez seja a MFW; mas as semanas de moda não funcionam assim – são empresas. Tem de haver uma empresa dentro da DDB, da empresa-mãe, que se dedique exclusivamente ao evento e funcione 24 horas por dia com esse objectivo – esse deverá ser o futuro da MFW".

Aos conselheiros acidentais, Vasco Rocha nada diz. O homem que se bateu como ninguém para dar forma e corpo a um sonho, que sendo dele, tantos desconfiaram, senão escarneceram até, formula apenas desejos. "O meu desejo é que a MFW vá sempre crescendo, com ou sem a minha ajuda; que vá criando oportunidades às pessoas para darem a ver as suas obras ou, pelo menos, para desenvolverem uma carreira – e ficaria muito triste se o evento desaparecesse ou morresse por irresponsabilidade



ou porque o mercado não quer", diz. E pragmático, não descarta um eventual reescalonamento no projecto, ciente de que nada progride eternamente.

Mas, mais importante do que o futuro do próprio evento, é a Indústria da Moda Moçambicana no seu todo. Para Rocha, mais importante do que ver um estilista Moçambicano navegar entre Milão, Paris, Londres e Nova Iorque, seria que ele "tivesse reconhecimento mundial por aquilo que faz, pela sua capacidade de fazer, e de fazer bem. E a origem dele ter sido cá, na MFW. Espero que venha a acontecer. Seria um orgulho para todos

que, de alguma forma, trabalharam com a *Mozambique Fashion Week*".

Remate

Há pouco menos de dez anos, Adam Levin concluía o seu artigo com uma pergunta que se pretendia mais retórica do que vera cogitação: "Pode a moda constituir uma ferramenta de desenvolvimento num País cujo rendimento médio é de 3 dólares por mês"?

—

A resposta está aqui.





A decade after its somewhat rough birth in Inhambane, the MFW not only survived the disbelief of the fools who prescribed it a sudden death, as it has grown to become the most successful product by Mozambique's Creative Industries, asserting itself as an internal, and even external, reference. In this regard, an extensive study entitled *Strengthening the Creative Industries for the Development in Mozambique*, undertaken within the United Nations Conference on Trade and Development and published in 2011, presented the MFW as a paradigm of the sector.

"In recent years, fashion has emerged as a creative sector that has promise in Mozambique. In 2005, a group of cultural promoters and creative designers and entrepreneurs organized the *Mozambique Fashion Week* (MFW). Since then, it has become an annual event that attracts more and more interest, not only from Mozambicans and tourists, but also from fashion professionals from neighboring countries. Each year, the event is being prepared with more professionalism and is now a key event on the official cultural calendar of Mozambique", the document reads. Perhaps not coincidentally, the VIII National Festival of Culture, held from 14

to 19 August 2014 in Inhambane, included in the program a fashion show from the country's 11 provinces, whose shows were held in the Municipal Council of Inhambane, a kind of uterine return to the brightness and magic of the 2005 show. And the Mozambican State recognized in indigenous fashion, finally, a cultural expression of high value and dignity.

Private agents, as always, were faster at capitalizing the national fashion industry which had emerged in the meantime, organizing playful exhibitions, but also with a business sense. However, generally with little expression. On September 2013, under the motto *Strategies for the Development of the Textile and Clothing Industry in Mozambique* – stating an ambition that, unfortunately, did not evolve from the draft – the first Fashion Business Mozambique was held in Marracuene.

Respect from Abroad

The multiplier effect of the MFW in terms of production turned out to be more incisive beyond borders, particularly in Tanzania, with the *Swahili Fashion Week*, and Cape Verde, countries that have tried to walk in the footsteps of the Mozambican model. Indeed, abroad the MFW has earned respect, perhaps admiration, from its oldest counterparts, generated in much more favorable economic contexts, by investing in setting itself apart and insisting on perseverance. "I absolutely recommend Vasco Rocha [DDB's Managing Director] for his vision", says Lucilla Booyzen, promoter of the *South Africa Fashion Week* (SAFW).

Annalise Le-Breton, although partial due to her involvement since 2006 in the production of the MFW, but with the authority of a curriculum that features work in more than half a thousand fashion events spread over a dozen countries, does not hold back on adding the MFW to the top five fashion weeks held in Africa. And she explains why: "The MFW is one of the oldest active Fashion Weeks on the continent, and the only fashion week which actually lasts a week (in fact, it holds nine days

of shows), when most have only three days. Having worked in some of the others and knowing almost all of the, I can say with certainty that the MFW occupies a much larger place in terms of production than the overwhelming majority", she stresses.

Moreover, the main protagonists of the world of African fashion – designers and models – are the first to recognize the evolution of the MFW, requesting participation in the event thanks to the productions, as bold as avant-garde, fracturing the canons of a medium bound by formalism and ritualistic excess. Among the innovations introduced and that catapulted the MFW beyond national borders, lies the use of trains, not just for scenery, as others had done, but as a runway, which was unheard of, and a commercial airplane, perhaps the most eccentric dressing room ever, in the platform of an international airport.

Taibo Bacar, the most international of all Mozambican designers, is witness to the fascination that the irreverence of the Mozambican production had over its foreign counterparts: "I travel all over the world and [designers and models] want to come to the MFW just to go on the [CFM] train. And everyone asks:

'But do you really display the collections on the train? Tell me how is it...! People are passionate about this idea", he says. "I remember how people made fun of the MFW in the early days and now, wherever you go in Africa, people try to find a way to get involved and come to walk down the runway in Maputo, in December", says Dino Moran.

The simple arithmetic calculation of the African designers and models who have participated in the MFW – South Africa, Angola, Botswana, Ethiopia, Ghana, Namibia, Nigeria, Kenya, Democratic Republic of Congo, Tanzania, Tunisia, Zambia and Zimbabwe – over the last decade, and in increasing numbers, shows that appetite for Maputo's stages. Which is not exhausted in the Dark Continent.

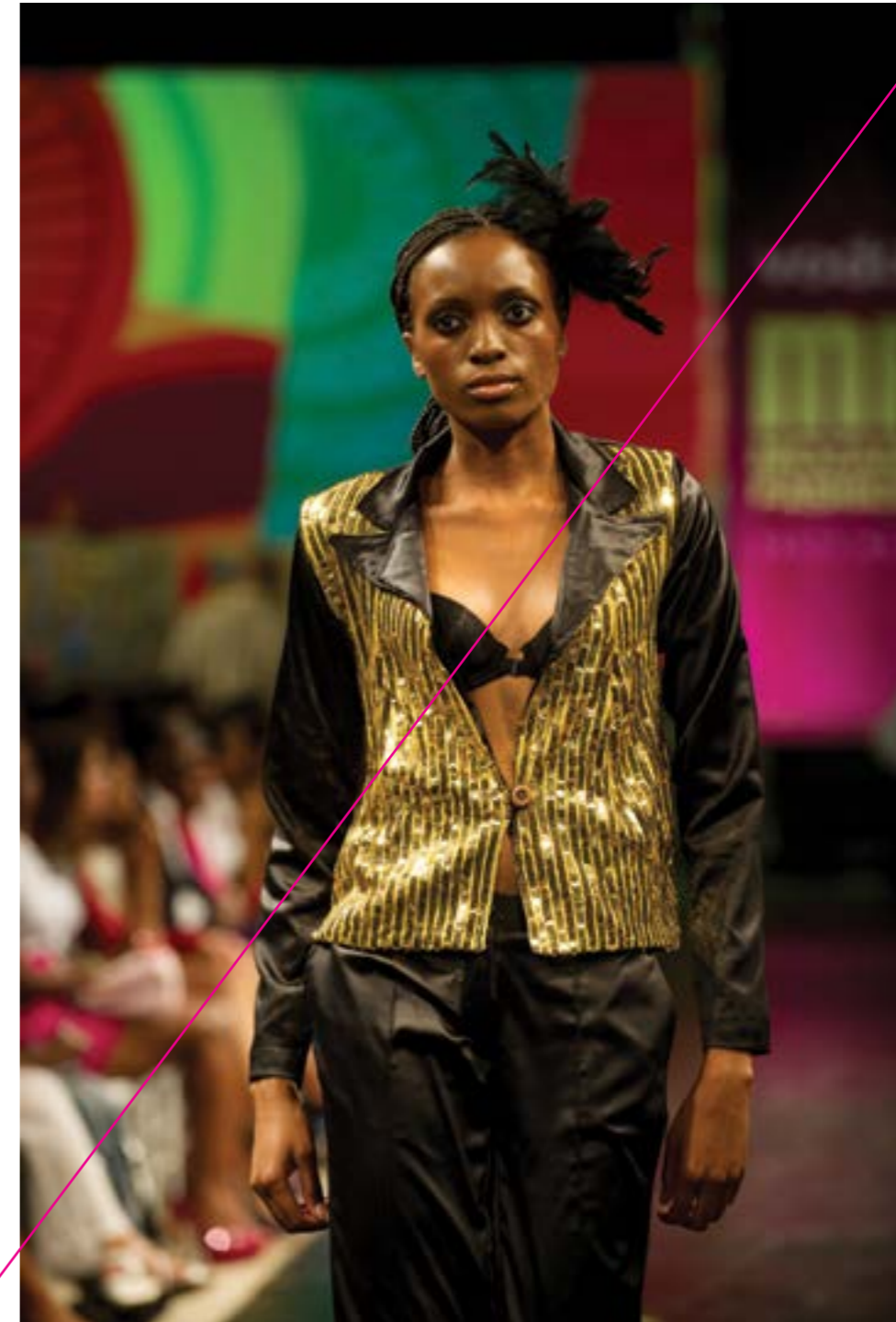
Intercontinental Leap

Adopting a more ambitious internationalization strategy, the MFW started including the participation of fashion agents from South America (Brazil and Venezuela) and Europe (Germany, Spain, Italy and Portugal). Thanks to efforts developed by DDB – without forgetting the designers own merit – the MFW led textile design with the *Made in Mozambique* seal farther than would be reasonable to

imagine in 2005, and make it walk down, five years later, the golden runway of Milan with Bacar's creations. Today, the exchange between Italian and Mozambicans designers is consolidated, thanks to DDB's partnership with CNA-Federmoda, as it had already been done with its counterpart of Portugal.

And, with the intention to always go further, it also went to Asia with Marinela Rodrigues, Wacelia Zacarias and Taibo Bacar, and at least these, shining at the *Macau Fashion Link*, a gateway to one of the most coveted growing markets. The link to the Chinese island emporium is already a benchmark in this extraordinary deed undertaken by an event born and created in such a young and troubled country as Mozambique, referred to the last places in the Human Development Index and typically news in the international media for the worst reasons...

The landscape has changed in the meantime. It is true that the new way people abroad see the country is greatly due to the recent discovery in Mozambican territory of interesting fossil fuel reserves and mineral resources. However, if we consider the concept of image within International Relations, defined as the set of elements – political, economic, social and cultural – that characterize a country





and sets it apart from others, it is imperative to recognize that, in the socio-cultural plane, the MFW played an unforgettable role in building and projecting a radically different picture of Mozambicanity.

It became, albeit unintentionally, an instrument of national diplomacy, as recognized by the First Lady herself: "The MFW has been asserting itself year after year as a reference in fashion around the world. We have noted with great satisfaction that the world is starting to pay attention to our designers, inviting them to join international events. This is a clear sign that the work they are developing is bearing fruit and they are deserving to receive proper recognition internationally. We have many challenges ahead, but we believe that in the near future we will have our fashion on the world's biggest stages. Congratulations for being our ambassadors", said Maria da Luz Guebuza.

Tourist Poster

On the one hand, thanks to the careful choice of scenarios for its productions, promoting the built and natural heritage of Mozambique. In this context, it toured the beaches of Tofo and the quaint streets of Inhambane, adding to the idyllic sun and sea cheerful intensity and quality; temporarily occupying the building of the Municipal Council of Maputo, softening its austere traits with the glamor of design and the natural charm of the models; highlighting and valuing, on all levels, the architecture of the Maputo Railway Station, one of the seven most beautiful in the world; reviving the Fortress of Nossa Senhora de Conceição, adding to the old bastion the grace of fashion and the dynamics of the parties; and humanized the Joaquim Chissano Conference Center.

Back in 2006, DDB had valued the scenic

treasures of Maputo with the (perhaps premature...) publishing of the first catalog of Mozambican fashion, presenting creations by Adélia Tique, Anita Rungo, Cigarra Perrin, Ivone Matavel, Marinela (*Sawa Sawa*) Rodrigues and Sheila Tique, placing models Carol, Irina, Melina, Zaituna, Dércio, Ígor, Joaquim & Manuel at CFM Station, the Santa Cruz Hotel, at Jardim dos Namorados, at the dock and Maputo's riverside, at the Fortress and in the downtown streets of the capital.

On the other hand, and promotionally – which must have helped the Tourism Sector tremendously in general and the hotel and restaurant industry in particular – the MFW used as its setting the refurbished Polana Serena Hotel; placing faultless bodies parading in the Pestana Rovuma Hotel pool; organized Fashion Week conferences at the Radisson Blue Hotel and promoted local food festivals involving virtually all well-known restaurants, by international standards, in the capital.

The operators themselves recognize the contribution of the Fashion Week to the health of their businesses. "The MFW has shown that cultural activities can and should contribute to the economic development of the

country, besides being a vehicle for promoting our identity in many markets and, therefore, the impacts are indeed positive for the Tourism Sector", said in 2011 Karim Merali, the Polana Serena Hotel Managing Director. To all this one must add the Fashion Week own dynamics that, due to the number of people it involves and attracts, not only local, but also foreign, contributes greatly towards hotel occupancy rates, restaurant and bar bills, to the revenues of taxis and *txopelas* and the income of artisans. And to the injection of foreign currency in the Country's vaults.

Amnesic Cosmetics

Finally, the showcasing, on the international stages that captivate the attention of the global media, of the work consisting of high-level design produced by Mozambicans, is priceless towards diluting the awful image left by years of war and misery in Mozambique – the country that such an influential American newspaper as the New York Times accused, in the mid-1980s, of being a pioneer in the placement of children on the frontlines...

Through the displays of national designers the world discovers and recognizes

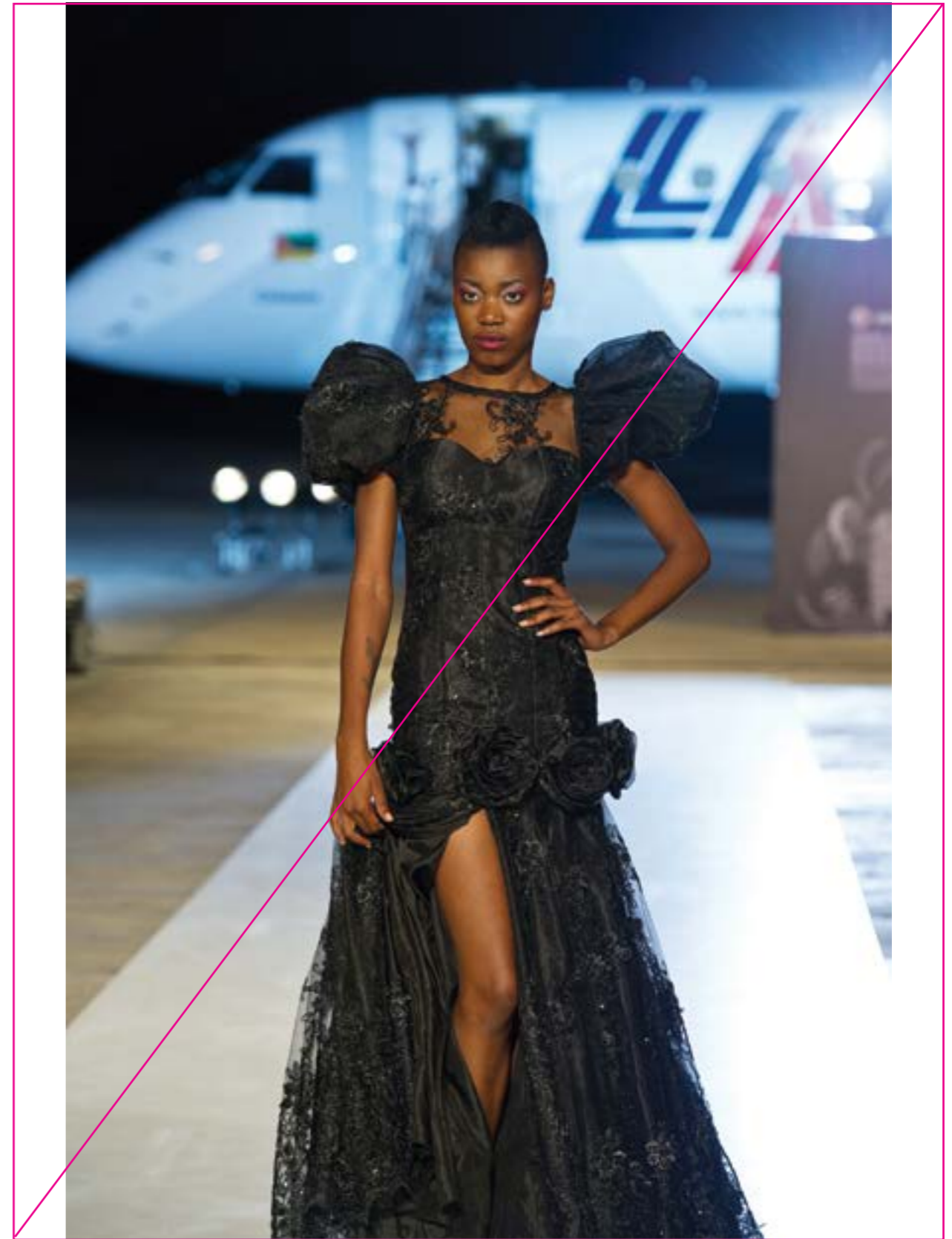
Mozambique's capability to produce the wonderful and the beautiful, forgetting the horrible and grotesque of yore. Incidentally, the awards and promotion that advertising campaigns, developed within the MFW, have raised abroad state precisely the new Mozambican attitude. Like the production level achieved by DDB, expressed in the MFW. Both from the point of view of creativity as of technological development, the event held at *Vodacom's* great tent was a manifesto of Mozambican capability.

In the view of Antonio Francheschini, from CNA-Federmoda, accustomed to the foreign ministries of the Italian economic diplomacy, "the MFW is making a huge contribution to export the image of a vibrant Mozambique, a country that has surpassed the difficulties of civil war and is growing economically. The information that reaches the international scene through events like the MFW, reported by the media and by their participants, overall, results in a very interesting promotion for the Country."

Emancipated Beautiful People

Domestically, the impacts of the MFW are huge. Direct and indirect. In the latter case, the influence of the MFW on the natives themselves had great breadth, introducing gradually and subtly changes in their representations of themselves, the way they see themselves and are seen by others. Today, with the MFW becoming established (by popular initiative) as the most important social event in the annual calendar of events, its cognitive and social effects are obvious. It made Maputo a more upscale place and the Mozambican more daring and sensible to what is beautiful. Before the MFW, not really.

In an editorial published in 2012 in *Capital* magazine, Helga Nunes said that "for nearly seven years, most men wore striped shirts (vertical, horizontal, oblique or otherwise) with fat collars and women wore shirts full of frills and 'floaty' sets, especially in nylon, with gaudy and folksy motifs or patterns (reminding us of trends of the 80s). Bold colors, flashy motifs and always with the same materials – as if it were an army. And, as for the shoes, the story followed the same tone:





pointed plastic shoes for the men, sandals and ballerina shoes for the women (all in light color, standardized and in massive doses). Even self-made entrepreneurs paraded their suits (one number too big or even too small) with the labels on the sleeves, and wore shiny shoes!"

With the MFW, not anymore. The urban social landscape has undergone a radical change. For the better. "One thing that is quite noticeable is that, in the week of the MFW, people become bold. In every way, but, mainly, in terms of dressing", says Marinela Rodrigues. "The men here have that taboo regarding color – for women it is normal to wear a thousand colors... – but in that week they dress shirts colored pink, green... Some even bring scarves, but all very hip. People try to show that they also have the ability to be different", she adds.

Taibo Bacar, taking use of his passport, reinforces Marinela's opinion: "I guess I never saw in all the countries I went, a week as hyped as during the MFW. The whole of Maputo is dedicated to it, everyone worried about wearing a nice outfit, having nice hair, good shoes to show... It's a super social week." As Helga Nunes wrote in the same *Capital* article with the grace of a pun, "Mozambicans have been catching up with the designs of design."

This is evident in the increasing flow of prospective young designers that emanate from school benches, indicating a desire for a profession that, if before the MFW was marginal and residual, now commands a recognized status, even prestige, by the social body. The new generations of Mozambique, a country whose majority of the population is young (45.7% are less than 15 years old), now



has another sensitivity to the manifestations of fashion.

Under this approach to fashion, there are other kind of gains that are not only aesthetic, although it may be the way to the emancipation of the female gender, prompting the emergence of a new way of being a Mozambican woman. A woman who is a subject and no longer an object, merely a machine to give birth and nurture offspring, requiring to be recognized for her womanly grace. Thus, Sónia Sultuane argues that the Mozambican *girl power* and the reconfiguration of gender relations, if any, has begun with the MFW. "Many Mozambican now follow trends set by the MFW, to be fashionable, to know how to dress. Even more: the MFW brought them respect for themselves, to watch Mozambican models parading, beautiful, full of character, contributed much to their self-respect, to say that women are more than housewives and mothers, that they are not exhausted by these functions."

Finally, the direct impacts become more apparent in December. After a decade of effort and endurance, the MFW generated, literally, a contingent of designers who honor and enrich the Country. Where before there were

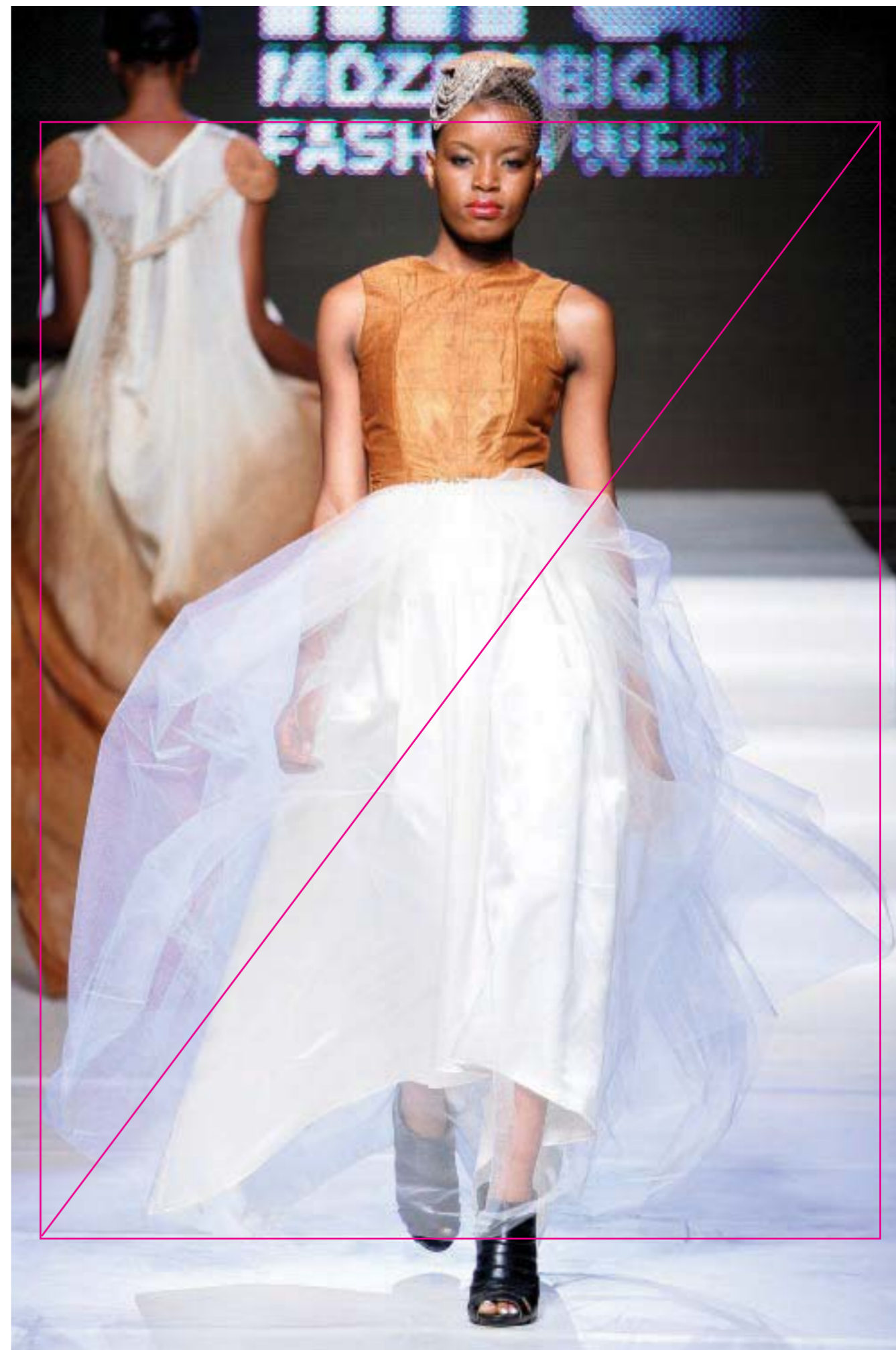
half a dozen lonely seamstresses in their hidden *ateliers*, today there are designers creating jobs and a more established customer base thanks to the exposure provided by the MFW. "When the show ends, people start asking for your contact. Nowadays, those who can prefer to wear designer clothes than to shop in stores. And we have foreign clients, too", says Shaazia Adam. Cigarra Perrin, regardless of coming from another generation, noticed the same influence on her career and portfolio: "I was already producing fashion in Mozambique since 1995, and it did not have the same value as it did after 2005", she says.

Because after that year, after Inhambane, Mozambique cultivated a national fashion industry. Incubated, nurtured and developed at the MFW's expense – and to that extent it is important to highlight the negotiation of a fee for Domingas Loforte to have specific training in Cape Town. Today, Loforte is a steady asset of Mozambican fashion. The technical skills and aesthetics of Mozambican designers in a country without any school in this knowledge area, through workshops and events and exchanges with foreign designers, promoting the exchange of knowledge and cultural miscegenation, is its greatest impact – its greatest legacy. Its revolution.

Children of the Revolution

In this fashion made in Mozambique and by Mozambicans designers, a value remains central: the capulana, with most new designers probing broader and more favorable markets without forgetting their roots or the raw material that is natural to them, and which constitute a competitive difference. This was one of the most visible effects of the MFW, the revaluation of capulana by displaying the works of designers who integrate it into their creations: "Today, many people use the capulana, while previously it was only used by women in more suburban areas, by the *lumpen*, not today – we even want to make a point. The capulana became interclassist thanks to the MFW", says Sónia Sultuane. The First Lady, and the female political elite in general, is exemplary in this context.

And it overcame gender issues, as noted by Assifo Sadrudini, coordinator of the first World Festival of Capulana held in Pemba, Cabo Delgado, in October 2013: "The Mozambican man is already wearing capulana, in the form of pants, shorts or shirts. And it is being well accepted by the population, each with its capulana, each with its history." Hence, the





future will have necessarily to go through the promotion of this fabric, reinventing it. Stylizing it. In whole pieces or incorporating it into creations of a nature more suited to an international, cosmopolitan, taste, which brings customers. Because, as the economist Florêncio Chavango states, "in economic terms, capulana's potential is great." In this context, Bacar notes that one of the qualities that make capulana interesting exportable fashion lies in the colors of the fabric, very vivid and strong, which make it appreciated in Asia and Latin America, for example.

Well, while there is no designer who disagrees with this principle, there are, however, several propositions regarding capulana to be adopted in order for someone to imprint the desired Mozambicanity in such a young country. So, while Cigarra Perrin advocates "traditional capulana, that of the traditional healers and chiefs", stressing that it is due to that difference from the other cloths of Africa that it is the one she sells the most at her studio in Paris, Adélia Tique prefers, because she finds it more genuine, "the bright-colored capulana, with lace... inspired by the Macua woman and from Inhambane" There are many more models, however, to consider in the capulana

equation, and perhaps the disagreement could be settled in forums or meetings with the designers themselves. The ideal would be to create an association of Mozambican fashion designers.

Fragmented Class

This is also one of the recommendations included in the 2011 UN document: "In terms of institutional arrangements, one could try to create an Association of Fashion Professionals. This can later facilitate the formation of a creative productive arrangement for fashion, allowing cooperation, continuous learning, sharing costs to buy materials and equipment, a strategy to promote coordinated exports, etc." There is no lack of desire.

"I've thought of sitting down with the designers and creating together a project that can identify the Mozambican fashion. To have an association of designers would help because here everyone is in its own corner, doing their thing", laments Shaazia Adam. "Since I came back from London [where she took a course in design followed by an internship at the legendary Alexander McQueen studio], there are no meetings, no social gatherings, no exchange

of ideas. But it would be great – even just to organize our events, by the designers, an exhibition in which each one creates a piece and displaying the set. It would develop fashion here more", she says.

Such a guild, however, is far from reality. After the already distant experience of *Xai Xai – Maison de La Mode*, there was a volunteer gathering of young designers in December 2009, at the Franco-Mozambican Cultural Center, immediately after the end of the 5th edition of the MFW. The meeting resulted in embryonic project that would be named *Associação OWAMI*, which would constitute "an association of persons and professionals interested in developing Mozambican culture in general, and in particular, Mozambican fashion." Since then there has been no news that the *OWAMI* intention has gone anywhere... So, on the national scene, there is just DDB as a great aggregator of Mozambican designers.

Academic Technique

The debate centered on capulana perhaps is no more than a side discussion about the very nascent state, after all, of national fashion. How Shaazia warns, "implementing capulana

is good, but it is not only the fabric that generates fashion. We have to sit down and create it." With quality, producing original pieces without neglecting the technical aspects. And it will be in this area that lies the biggest challenge in the current stage of development of national fashion. For all the reasons. Marinela Rodrigues, for example, has been crying out for years about the need for a design school, even if just aimed at fashion at first, in the country. So that vocations are not lost. "Under the MFW School, I went to speak to students in a workshop and it was nice to see the amount of young people, aged 16 to 21 years old, interested in the world of fashion. I could see that it is a dream they have and which they want to hold on to. So, I keep fighting for a school, because those young people, with proper training, can give a lot to fashion and to the country." A youth who risks going from euphoria to dysphoria due to the lack of answers.

DDB's Managing Director, whose commitment to training has been, over the last decade, even more remarkable for being a solitary endeavor, has a very well-defined sense of the risk involved. In addition to the workshops, exchanges and internships for Mozambican designers he has promoted internally and

externally, Vasco Rocha has fought precisely for the establishment of a school in the country. In December 2012, he expressed this hope: "We have already established a connection with some Fashion Design universities, since there is no Fashion Design course in Mozambique. Let's see if we can implement short-term Fashion and Fashion Design courses. Last year [2011] we tried to create a bridge between those Fashion Design universities and ISCTEM, so that the creation of the course would bring to Maputo some foreign teachers coming from Europe and South Africa, because in Mozambique there are still no teachers trained in this area. We don't know if it will come to fruition, but the idea is to try."

It didn't, unfortunately. But Vasco Rocha is already considering another attempt: "Currently there is the chance to try to put together a sort of *CITEX - Centro de Formação Profissional do Têxtil e do Vestuário*." *CITEX* is a Portuguese protocol center, based in Oporto, whose aim is to promote vocational training aimed at the needs of the various subsectors of the textile and clothing industry and according to the organization of the global textile industry: Fashion and Textile Design, Weaving, Knitting, Textile Refining,



Modeling, Organization of Production, Manufacturing, Quality, Maintenance and Cross Training oriented towards the industry in general. Katty Xiomara, Luís Buchinho, Maria Gambina, Nuno Baltazar and Nuno Gama are some of the Portuguese designers trained by *CITEX*. The prospects are therefore encouraging.

Industrialized Know-How

But there are other consistent offers on the horizon, capitalizing on the European bonds that have already been set: "It would be interesting to establish training programs focused on modeling and manufacturing, in cooperation with Italian companies", says Antonio Franceschini, in charge of Federmoda. Which will take the transalpine availability even further: "We can work together to assemble industrial activities in this sector, starting with

the establishment of small businesses through technical and administrative programs, and trying to engage Mozambican authorities in policymaking for industrial support. It is also important to foster relationships with both manufacturers of machinery for the clothing industry and with suppliers of accessories for fashion collections. CNA has already succeeded in several countries", claims the Italian.

If a Textile and Clothing Industry in Mozambique comes to fruition, albeit more modest than what the country had before the collapse of the last years of the last century, it would be the corollary of all the effort expended by DDB over a decade, exhilarating and grueling in equal measure. And a substantial boost to the fashion design that was designed and fed by the MFW's momentum.

There are signs, albeit lukewarm, of success.

The state has awakened to the need for



Mozambique, a traditional cotton producer, to stop exporting it raw (which represents only 20% of the final product value) and start processing it in the country. To this end, in 2008, it outlined an ambitious strategy whose objectives include increasing cotton production; the establishment of a spinning and weaving industry; installation of clothing factories geared for export; and the empowerment of national companies downstream of the textile industry.

The most visible statement of this strategy was the opening in August 2014 of Mozambique Cotton Manufacturers – *Indústrias Têxteis SA*, by the President, Armando Guebuza, whose presence signaled the major importance attached to the project.

Indeed, the new company, based on the premises of the former textile factory Riopele – sold by the Government to a consortium formed by the Mozambican Intelec Holdings

and Portuguese *Mundo Têxteis*, *Mundifios* and *Crispim Abreu* – aims to be the major catalyst for the revitalization of the domestic textile sector, throughout its value chain. When the planned investment is completed, beside directly employing about 700 people, and only in the industrial sector, it will provide a business opportunity to about 150 Small and Medium Enterprises, expanding the number of jobs to 7500.

The Show Must Go On

In retrospect, even without considering the very difficult socio-economic context in which it was born, the balance of the ten years of the *Mozambique Fashion Week* (MFW) is remarkably positive, as acknowledged by all those who were involved, in one or more occasions, in this adventure. From the protagonists to the spectators. And, after such a long path, interspersed with rocks and a few crooked

paths, it reached a crossroads: which way to go from now on? The propositions are vast and varied. There is no shortage of ideas.

There are those, like Shaazia Adam, that aim to expand the calendar to two fashion weeks occurring at different times: "I'm waiting to see the MFW stop being once a year and happening twice, following the international fashion calendar. Because then we, the designers, will learn to work under pressure", she says. Dino Moran believes that, besides the time factor, the territorial scope could also be extended: "Hopefully, in the coming years, it becomes feasible to perform shows in other parts of the country and eventually become a Mozambican showcase to be presented in some of the other fashion weeks around the world."

Nothing that had not already been thought of by DDB's Managing Director, Vasco Rocha, the brains and promoter behind the MFW. In the first case, just in the second year of the (successful) MFW School experiment, which remains confined to the urban area of Maputo, he expressed his intention to try to spread it to other provinces; concerning the latter subject, the bridges launched in Italy and Portugal may provide this ability to bring the MFW concept to these European destinations and show to



Europe, perhaps even the world, Mozambicanity in all its splendor.

Others suggest changes to the adopted model, closing the gap more to the international paradigm, which configures a marketing event whose reason and purpose is business. "Showcasing is one thing – it generates publicity, interest and attention, but it does not bring money to the designers. It is necessary that the MFW become a Business event for the Fashion Industry Business, like all international fashion weeks; a marketing platform that enables designers to showcase their latest collections to buyers, the media and their customers", claims Lucilla Booyzen, using the experience and authority that 17 years of helming SAFW provided have given her.

Similarly, Dino Moran makes even clearer the path that seems most right to him for the future: "Honestly, I think the MFW needs to stop being such a cultural show and become a

more pure experience of Mozambican fashion, now that the industry has developed to a point where the MFW no longer needs dance or artist routines to fill gaps in the program.

And we look to the future with a clear perspective of fashion, in that the rest of the world does not understand or recognize this format", he says. "I think that the MFW is ready to leave the novelty factor of the performances during the shows and start focusing more on a more rigorous selection of clothing and getting the right photos in the international press." Inviting more journalists. Engaging buyers. Capturing more sponsorships.

To this end, the MFW must radically change its nature, Taibo Bacar considers, the Management graduate designer: "We are lacking the MFW company. There is a company, which is DDB, whose favorite event in its portfolio might be the MFW; but the fashion weeks don't work like this – they are companies. There must be

a company within DDB, the parent company, which is dedicated exclusively to the event and which work 24 hours a day for this purpose – this should be the future of the MFW."

To the circumstantial advisors, Vasco Rocha has nothing to say. The man who was fought like no one to give shape and body to a dream, that because it was his so many were suspicious of, and even mocked, just expresses some wishes. "My wish is that the MFW keeps growing, with or without my help. That it creates opportunities for people to show their works, or at least develop a career – and I would be very sad if the event disappeared

or died due to irresponsibility or because the market does not want it", he says. And pragmatic, he does not rule out a possible rescheduling of the project, aware that nothing progresses forever.

But more important than the future of the event itself is the Mozambican Fashion Industry as a whole. To Rocha, more important than seeing a Mozambican designer navigate among Milan, Paris, London and New York, would be that he/she "had international recognition for what he/she does, for his/her ability to do, and do well. And his/her origin was here, at the MFW. I hope it will happen. It would make all who, somehow, worked with the *Mozambique Fashion Week* proud."

Strike

A little less than ten years ago, Adam Levin concluded his article with a question that was intended to be more rhetoric than a true question: "Can fashion be a development tool in a country where the average income is 3 dollars per month?"

The answer is here.



« CITAÇÃO »

Pode a moda constituir uma ferramenta de desenvolvimento num País cujo rendimento médio é de 3 dólares por mês?

—
A resposta está aqui.

« QUOTE »

Can fashion be a development tool in a country where the average income is 3 dollars per month?

—
The answer is here.

— *Marcas
que Desfilam*

XIV

XIV

— *Runway
Brands*



**O teu estilo está
na melhor rede**

Liga-te à Vodacom

Vodacom
Tudobom pra ti



SMART
Audiovisuais

BECAUSE WE BELIEVE IN FASHION MADE IN MOZAMBIQUE,
WE SUPPORT MFW SINCE ITS FIRST EDITION.

**FASHION
IS
SMART**

ADVERTISING
TELEVISION
CINEMA
EVENTS
CORPORATE VIDEOS
NEW MEDIA

PORQUE ACREDITAMOS NA MODA MOÇAMBICANA,
APOIAMOS O MFW DESDE A SUA PRIMEIRA EDIÇÃO

**A SMART
ESTÁ NA
MODA**

PUBLICIDADE
TELEVISÃO
CINEMA
EVENTOS
VIDEOS INSTITUCIONAIS
NEW MEDIA

« CITAÇÃO »

Pode a moda constituir uma ferramenta de desenvolvimento num País cujo rendimento médio é de 3 dólares por mês?

—
A resposta está aqui.

« QUOTE »

Can fashion be a development tool in a country where the average income is 3 dollars per month?

—
The answer is here.

Concepção do projecto / Direcção geral: Vasco Rocha

Gestão do projecto: Sonia Ferreira

Conteúdo / Revisão: Elmano Madail

Tradução (inglês): David Miranda

Projecto gráfico: Joana Gala

Paginação: Joana Gala / Simão Maia

Finalização: Temóteo Simbine

Produção gráfica: Faruk Issufo

Fotografia:

João Costa (Funcho): +258 824344970

Nuno Noronha: +258 840487774 • aphoto2you@gmail.com

Paulo Alexandre: +258 823060000 • [facebook.com/PauloAlexandrePhotography](https://www.facebook.com/PauloAlexandrePhotography)

Simon Deiner: sdr.co.za

Steven Le Vourc'h: +258 847273222 • saintlouis.studio@yahoo.com

Zacarias Fenias: +258 86 / 84 / 824238920 • zacariasfenias@gmail.com

Agradecemos a todos os que ajudaram directa ou indirectamente para que este evento tenha crescido e dado oportunidades para centenas de jovens moçambicanos.

Kanimambo.