

PATRIOTUL MODEI ROMÂNEȘTI

A AVUT NEVOIE DE ȘAPTE ANI DE FOC ÎN INDUSTRIA MODEI AMERICANE PENTRU A SE ÎNDRĂGOSTI IREMEDIABIL DE PORTUL TRADIȚIONAL ROMÂNESC. CUM SE TRANSFORMĂ UN „CETĂȚEAN AL LUMII” ÎNTR-UN MILITANT NEOBOSIT PENTRU TRADIȚIE? ȘI, MAI ALES, CINE ESTE, DE FAPT, MISTERIOSUL DOMN ADRIAN OIANU?

DE DIANA-FLORINA COSMIN

Până să-l cunosc propriu-zis pe Adrian Oianu, mi-a făcut cunoștință cu el „gura lumii”. Instituție cu tradiție și cu multiple ramificații, mai ales într-un domeniu atât de orgolios precum moda, unde malaxorul de judecăți despre orice și oricine nu se oprește niciodată. Așa am aflat de-a lungul timpului despre Oianu că este „excentric”, apoi că este „un pic mai altfel decât ceilalți designeri” și, stând față-n față cu el, în vila brâncovenească în care-și are atelierul, am mai adăugat în capul listei, chiar de la sursă, faptul că este „curajos”. Chiar foarte curajos. Rostește cuvântul și râde zgomotos. „Serios”, se încruntă el ușor, „toată lumea îmi tot repetă în ultima vreme cât de curajos sunt...” Pare tot un sinonim elegant pentru „excentric”, pentru că ultimele sale trei colecții – „Suflecătă pân’ la brâu”, „Bucurie” și „T-shirt’ul românesc” – reprezintă, în mod straniu, maximum de extravaganță la care poate aspira un designer de la noi: reîntoarcerea la spiritul tradițional printr-o serie de rochii din mătase imprimate digital cu texturi de roci și minerale ori cu motivele covoarelor din zona Bucovinei, jachete care evocă scoarța de copac sau rochii-tricou care reinterpretează cămașa albă tradițională. „Știi, mi-e un pic teamă”, recunoaște el, devenind brusc serios. „Dacă ceea ce fac pare o înconștiență atât de mare, înseamnă că lumea tot nu e pregătită pentru mine...” Asta chiar dacă nimeni nu-i poate reproșa lui Oianu că n-a avut răbdare. Cu ea, lumea. Trecerea la identitatea stilistică din ziua de azi a fost un proces lent, cu pași calculați milimetric în ultimii șase ani, pentru a nu speria, a nu pune pe fugă, a nu veni prea abrupt și cu elan într-o țară care nu se teme de fuste scurte și decolteuri, unde hipsterii

și-ar vopsi părul fucsia în doi timpi și trei mișcări doar pentru a ține pasul cu fenomenul „cool” din afară, dar unde purtarea unei ii românești tradiționale a devenit semnul suprem de „curaj”. „Ni s-a inoculat că iubirea de țară și de tradiții nu mai este trendy”, tranșează el. Asta chiar dacă, istoric, românismul nostru este unul blând, spiritual, al unui popor care trăiește pe pământul originii lui și care a fost mereu cucerit, de-a lungul istoriei. „Ne simțim rușinați de tradițiile noastre și ne complexează siguranța de sine a vesticilor”, crede Oianu. „Așa că ne ducem către ei hotărâți să abdicăm, să ne abandonăm identitatea, să uităm de noi.” Aici, amărăciunea din vocea lui Oianu trădează experiența, pentru că a pornit cândva de la aceeași premisă și, analizând la rece, adevăratul „curaj” pentru care ar trebui să fie felicitat este altul. Un curaj scris în două capitole, dintre care primul derulat la începutul anilor ’90. Pe atunci, în plină efervescență creativă și abia intrat în atenția prime-



Americanii îi admiră pe cei care încep de la zero și au succes, în timp ce românii îi admiră pe cei capabili să nu muncească deloc și să aibă succes.

lor reviste de modă de la noi, Oianu a ales să schimbe proaspăt-dobândita celebritate locală pentru șansa de a cuceri lumea. A plecat cu o bursă de studii în Italia, de unde a fost recrutat de către compania turcească Damat Tween. Timp de doi ani, a făcut design într-o Turcie cosmopolită și concurențială, a învățat meserie, a călătorit, dar a avut ocazia să cunoască și latura mai puțin prietenoasă a lumii: „După umilințele de pe





FOTOGRAFIE A UNUI COVOR BUCOVINEAN REALIZATĂ DE ADRIAN OIANU ȘI IMPRIMATĂ DIGITAL PE MĂTASE, CU APLICAȚIE DE IE TRADIȚIONALĂ CUSUTĂ MANUAL.



ROCHIE DIN COLECȚIA „SUFLECATĂ PÂN' LA BRĂU” (DECEMBRIE 2011), IMPRIMATĂ DIGITAL CU IMAGINEA UNOR PIETRE DE MINĂ, FOTOGRAFIAȚE LA MUZEUL DE GEOLOGIE.



FOTOGRAFIE MACRO A UNUI COVOR BUCOVINEAN REALIZATĂ DE ADRIAN OIANU ȘI IMPRIMATĂ DIGITAL PE MĂTASE.

la granițe și văzând cum eram priviți în Vest, am început să-mi doresc să plec departe, unde nu s-a auzit prea mult de România“. A pus ban peste ban timp de doi ani și a reușit să plece în Statele Unite, cu o viză de student internațional, la prestigioasa școală Parsons/Otis. Avea deja 28 de ani, însă a început de la zero, lucrând ca asistent în atelierele designerilor consacrați din Los Angeles. „Aici, în România, de ani de zile nu găsesc nici măcar un singur asistent“, pune el în oglindă cele două lumi. „Cei mai mulți ar vrea să vină o singură dată, să le dau o infuzie cu tot ce am învățat eu în ultimii 20 de ani, apoi să plece acasă și de a doua zi să fie instantaneu mai buni decât mine.“

Glumește, dar e o glumă cu miez grav, pentru că – deși discursul său este viu și pe alocuri pamphletar – Oianu are marele dar de a îmbrăca într-un ambalaj ludic cele mai severe realități, făcându-le mai ușor de îngurgitat. Exact cum a făcut și cu dozele de spirit românesc, ascunse subtil în colecțiile sale din ultimii șase ani. Cu răbdare – una dintre primele virtuți educate în Statele Unite –, pentru că în businessul american reușesc doar cei care își iau munca în serios, fără să ardă etapele. „În America am înțeles că doi

oameni, muncind pe brânci pe o idee bună și originală, într-un birou, cu acces la un atelier, pot reuși să producă un milion pe lună“, rezumă el. „Asta înseamnă business.“ Paradoxal, America l-a reîndrăgostit de România, deși în primii ani cel mai mare vis al său era, după cum însuși recunoaște acum, „să primesc în sfârșit cetățenia americană, să dau foc la pașaportul românesc și apoi să le spun tuturor că vin din Cehia“. Cea mai surprinzătoare și frumoasă lecție de viață i se pregătea însă încet, dar sigur, în universul colorat și complicat din Los Angeles. Acolo a observat treptat, analizând lumea din jur, cum cubanezii aveau Little Cuba și japonezii Little Tokyo, cum mexicanii se mândreau cu tradițiile lor și, în esență, cum fiecare designer încerca să-și exploreze propriile rădăcini pentru a aduce un element unic în munca lui. „Atunci am realizat că singurii care vorbeau urât despre țara lor și care încercau să-lase în urmă eram noi, români“, își amintește el. „Și că singura șansă de a face ceva în meseria asta este să-mi găsesc propriile surse de inspirație.“ Așa a reînceput, de la depărtare, relația lui Oianu cu România. Mai întâi ca o tatonare timidă, cu coada ochiului, apoi ca o redescoperire a memoriei gusturilor și a lucrurilor și, în scurt timp, ca o mică poveste de dragoste la



ROCHIE DIN FĂȘII REPREZENTÂND, ALTERNATIV, IMPRIMEURI BUCOVINENE ȘI MINEREURI DE LA MUZEUL DE GEOLOGIE.



FOTOGRAFIE MACRO A UNUI COVOR BUCOVINEAN REALIZATĂ DE ADRIAN OIANU ȘI IMPRIMATĂ DIGITAL PE MĂTASE.



MANTOU DIN COLECȚIA „BUCURIE” (APRILIE 2012), A CĂRUI TĂIETURĂ ȘI GROSIME IMITĂ SCOARȚA DE COPAC DIN CARPAȚI.

a mia vedere, din care s-a născut și ideea reîntoarcerii. „Mi-am dat seama că nu pot să stau aici și să fac lucruri americane, ci trebuie să mă întorc în țară să descopăr ceea ce pot aduce eu unic în modă.”

Acesta a fost al doilea moment de curaj, nu mai puțin dificil decât primul. „Să mă întorc a fost la fel de greu ca atunci când am plecat în America”, își amintește el. „Poate că aici știam limba, dar nu mai știam oamenii.” După șapte ani în care nu mai avusese niciun contact cu România, readaptarea la realitățile schimbate ale țării a fost anevoioasă. L-a ajutat o vreme jobul de la studiourile Buftea, care implica multe călătorii București-Paris, însă în primele luni fiecare zi reprezenta o surpriză: blocurile gri în fața cărora răsăriseră între timp șiraguri nesfârșite de mașini strălucitoare, mallurile pline de oameni cu mulți bani și activități incerte sau abordarea inexplicabil de greoaie a businessului. „Românii nu au eficiența vorbirii”, explică el. „Un american vorbește cinci minute și înțelege tot, românul îți vorbește o oră și rămâi tot nelămurit, pentru că el una spune și alta încearcă să-ți transmită de fapt.” Cât despre aplecarea noastră către munca serioasă și răbdătoare, aici Oianu redevine glumeț. „Noi, românii,

nu ne rugăm la Dumnezeu să ne țină sănătoși ca să putem să muncim și să facem ceva cu viața noastră”, explică el. „Noi ne rugăm să ne ajute să câștigăm la loterie, ca să nu mai fim nevoiți să muncim.” Râde cu poftă, deși gluma a avut tot un înveliș amar. Suntem un popor foarte nișat pe ajutorul pe care-l așteaptă, dar și pe ceea ce este dispus să ofere. Și, mai ales, pe genul de antreprenoriat pe care-l apreciază. „Americanii îi admiră pe cei care încep de la zero și au succes, românii îi admiră pe cei capabili să nu muncească deloc și să aibă succes”, explică el. „Cei pe care îi numim șmecheri.” Deși românii nu vor admira niciodată un naiv nebun care trudește pe brânci, Oianu crede, totuși, că în România este destul loc pentru oameni cu viziune și perspectivă, capabili să construiască ceva autentic și să iasă și în afară cu acel ceva. Crede în puterea micilor manufacturi bazate pe valorile tradiției, care pot aduce un suflu nou pe o piață internațională unde există de toate, dar unde oamenii devin tot mai blazați de uniforme și mai interesați de elemente etno, autentice. Crede în industria ușoară, unde un singur business viabil poate ajunge să angajeze până la câteva sute de oameni și unde românii au dovedit, prin valul de designeri al ultimilor ani, că pot fi competitivi. Crede

COLECȚIA „BUCURIE”
(APRILIE 2012)
SE COMPUNE DIN
JACHETE ȘI MANTOURI
INSPIRATE DE
SCOARȚA DE COPAC
DIN CARPAȚI.



În respectul pentru producătorii locali, o categorie hulită și desconsiderată în ultimii 20 de ani. Și, mai ales, crede în creativitatea românească bazată pe tradiție și meșteșug. „Totuși, suntem un popor norocos”, zâmbește el. „Dumnezeu ne-a răspuns la acea rugăciune: ne-a dat ce am cerut: să nu muncim prea mult și să avem totuși tot ce ne trebuie.” Doar că, pentru a folosi tot un proverb românesc, n-a binevoit să ne și bage în traistă ceea ce ne-a dat. Deloc întâmplător, citatul preferat al lui Oianu – regalist convins și asumat – este unul din Regele Carol I al României: „Nu-mi dați intelectuali, dați-mi caractere...”. Problema României, în business și peste tot, este lipsa caracterelor care să iasă în față și să spună lucrurilor pe nume, cu mult curaj: „Aici, la noi, e un fel de haiducie”, afirmă el. Apoi completează, cu un zâmbet ușor poznaș: „Iar istoria consemnează că haiducii pot fi foarte nobili, dar uneori pot fi și cei mai mari tâlhari”.

Pentru noua generație de designeri care vor mai mult decât un simplu atelier de croitorie la comandă, Oianu a pus bazele Centrului de design vestimentar contemporan. Un loc în care încearcă să împartă din experiența acumulată în afară și să insuflă și un spirit antreprenorial studenților săi. „Nu vreau să pregătesc angajați, ci oameni care să-și inventeze un job”, explică Oianu. În industria modei, un strop de talent, două mașini de cusut, un spațiu relativ mic și câteva materiale pot fi (încă) suficiente pentru un business. Mai mult,

din această logistică subdimensionată poate ieși un câștig notabil pentru economie în ansamblul ei: oameni angajați, consum, poate și șansa unui mic export. „În Franța sunt șapte milioane de oameni în industria ușoară, iar pe plan mondial este a doua ca mărime”, se înflăcărează Oianu. „Cum să nu vrem să dezvoltăm și noi asta?”. Acum șase ani, când și-a deschis atelierul din București, planul său de afaceri era bazat pe evenimente și proiecte speciale. „Am pornit de la premisa că voi avea vânzări zero”, recunoaște el. „Pentru că nu știam dacă va exista cerere, dacă românii sunt pregătiți și vor ceea ce am să le dau eu.” Dacă au suficient „curaj”. Clientele sale i-au dovedit, însă, că România este pregătită și dornică de design adevărat și, în doze mici, ca la un antrenament de forță, și pentru tradiție.

Faptul că francezul Philippe Guilet s-a îndrăgostit de portul nostru popular, transformându-l anul trecut într-o colecție haute couture realizată în colaborare cu meșteșugari români, a reprezentat o șansă nesperată pentru Oianu. O voce detașată, din afara țării, care ne apreciază tradițiile, are la nivelul industriei, efectul unui compliment dezinteresat care te face să te privești altfel în oglindă. „Dacă veneam acum doi ani cu bluza populară, oamenii ar fi putut să râdă de mine și să mă numească țăran”, glumește el. „Dar acum, după ce l-au aplaudat pe Philippe la scenă deschisă, nu au cum să mă mai acuze pe mine că sunt țăran.” Imaginea pe care



COLECȚIA „SUFLECATĂ PÂN' LA BRĂU" ESTE INSPIRATĂ DE FEMEILE DIN BUCOVINA, CARE ÎȘI SUFLECAU MÂNECILE CÂND MERGEAU LA RÂU SĂ SPELE RUFЕ SAU CÂND ALERGAU PRIN IARBĂ.

o are în industria modei de la noi, cea de excentric, de neînțeles, este o identitate pe care și-o asumă până la capăt și care, aș băga mâna-n foc, îl bucură și-l intrigă într-o anumită măsură.

„Sunt un specimen greu de calificat“, râde el. „Așa, ca un ornitorinc pe care nimeni nu știe de unde să-l apuce.“ Un designer român, heterosexual, care a întors spatele Americii pentru a veni să deseneze haine pentru femeile din România. Care propovăduiește istoria, citează din Carol I și îți poate vorbi ore în șir despre broderiile de pe o singură ie maramureșeană. Și totuși, Oianu se mișcă prin moda românească cu o siguranță care, după discuția noastră, îmi seamănă cu certitudinea omului care-și cunoaște bine punctul de sprijin și, tocmai de aceea, nu trăiește cu teama că ar putea ajunge să se dezechilibreze vreodată. Din Italia în Turcia, apoi în America și din nou în România, a înțeles că punctul fix al poporului român este satul, acolo unde sunt tradițiile, valorile spirituale și, în esență, leagănul unei culturi care a reușit să supraviețuiască stoic comunismului, dar a fost înfrântă de primii 20 de ani de după Revoluție. „În anii '80, mergeam cu trenul București-Constanța și în toate compartimentele lumea citea: Bлага, Iorga, Eminescu“, își amintește el, cu tristețe. „Poate ar fi cazul să recitim ceea ce suntem.“ Se consideră patriot, chiar dacă nu mai este la modă termenul, și se bucură de câte ori vreuna dintre clientele sale

se întoarce dintr-o călătorie în străinătate și îi spune că o anumită rochie cu aer tradițional, marca Oianu, i-a fost admirată. Cel mai drag compliment a venit însă de la un prieten care, după o prezentare de-a sa, i-a spus că se simte un pic mai mândru că e român. A însemnat foarte mult, pentru că „pe mine mă fac să mă simt mândru românii care nu mai sunt printre noi“, zâmbește el. „Ceii vii... mai puțin.“

Următorul pas, cel inevitabil, este scoaterea creațiilor sale în afara țării pentru că, după ce s-a conectat la tradiții, „excentricul“ domn Oianu este gata să se întoarcă în lumea modei internaționale, să le arate americanilor – și nu numai lor – că există și România pe hartă. Și nu doar „Little Romania“. „Mi-ar plăcea să

F În industria modei, un strop de talent, două mașini de cusut, un spațiu relativ mic și câteva materiale pot fi încă suficiente pentru a porni un business.

fie un pic mai multă mândrie, să audă lumea și de lucrurile bune pe care le facem, de frumusețile pe care le are țara asta“, recunoaște el. Să putem fi mândri și de niște oameni vii, autentici, ai zilelor noastre, care fac lucrurile să se întâmple. Ca niște haiduci nobili, pe alocuri naivi, dar foarte pasionați. Poate și un pic patrioți. Dar, mai ales, cu caractere... **F**