

ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

BÁRBARA CRAVO DA SILVA

**Design e moda na constituição do design de moda:
possíveis relações de aproximação e distanciamento entre
o campo do design e o campo da moda eventualmente discerníveis
na construção de repertório teórico do design de moda**

São Paulo
2015

BÁRBARA CRAVO DA SILVA

**Design e moda na constituição do design de moda:
possíveis relações de aproximação e distanciamento entre
o campo do design e o campo da moda eventualmente discerníveis
na construção de repertório teórico do design de moda**

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades, da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Ciências, Programa de Têxtil e Moda.

Versão corrigida contendo as alterações solicitadas pela comissão julgadora em 29 de abril de 2015. A versão original encontra-se em acervo reservado na Biblioteca da EACH/USP e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP (BDTD), de acordo com a Resolução CoPGr 6018, de 13 de outubro de 2011.

Área de concentração:
Projeto de têxtil e moda

Orientador:
Prof. Dr. Luís Cláudio Portugal do Nascimento

São Paulo
2015

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

Silva, Bárbara Cravo da

Design e moda na constituição do design de moda : possíveis relações de aproximação e distanciamento entre o campo do design e o campo da moda eventualmente discerníveis na construção de repertório teórico do design de moda / Bárbara Cravo da Silva ; orientador, Luís Claudio Portugal do Nascimento. – São Paulo, 2015
137 f. : il.

Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, em 2015
Versão corrigida

1. Moda. 2. Design. I. Nascimento, Luís Claudio Portugal de, orient. II. Título.

CDD 22.ed. – 391

SILVA, B. C. **Design e moda na constituição do design de moda:** possíveis relações de aproximação e distanciamento entre o campo do design e o campo da moda eventualmente discerníveis na construção de repertório teórico do design de moda. 2015. 137 f. Dissertação (Mestrado em Ciências – Programa de Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades, da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Ciências, Programa de Têxtil e Moda. Área de concentração: Projeto de têxtil e moda.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof Dr: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof Dr: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof Dr: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

DEDICATÓRIA

A meus pais, Marlene e Mauro, que sempre me apoiaram e me permitiram trilhar caminhos diferentes.

Ao companheiro e amigo, David, sempre presente nesta trajetória.

AGRADECIMENTOS

A trajetória desta pesquisa contou com o apoio de inúmeras pessoas, as quais sou imensamente grata pela dedicação e interesse.

Primeiramente, gostaria de agradecer à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) por exercer papel de extrema importância ao conceder bolsa de estudos que possibilitou a realização deste mestrado.

Agradeço ao Programa de Têxtil e Moda e à Each por contribuir com o fortalecimento do estudo do tema moda em âmbito acadêmico.

Agradeço ao meu orientador, Cláudio Portugal, que com sabedoria e rigor guiou-me pelos caminhos da metodologia de pesquisa científica e contribuiu para meu crescimento enquanto pesquisadora.

Aos professores e orientadores de outras instituições que incentivaram minha aproximação com o meio acadêmico. Em especial, à memória de Dorotéia Pires, que, sempre que possível, gentilmente contribuiu com esta pesquisa.

À Prof.^a Dr.^a Cyntia Malaguti e à Prof.^a Dr.^a Marizilda Menezes pelas contribuições a esta pesquisa quando ainda muito inicial. Ao Programa Rumos Itaú Cultural por incentivar esta pesquisa e acolhê-la em seu edital.

E, principalmente, agradeço às pessoas queridas que tornaram este desafio um pouco mais leve ao me apoiarem. Meus pais, Marlene e Mauro, meus irmãos Débora e Gustavo, meus cunhados e sobrinhos, tios e primos, sempre tão dispostos e interessados. Meu namorado David, sempre ao meu lado, e à família Renó. À amiga Flávia e à família Bischain. Às amigas de mestrado Ana Júlia Almeida, Danielle Beduschi, Júlia Coelho, Júlia Gonçalves e Verena Lima. Aos amigos de Itapeva e Londrina, que em São Paulo marcaram presença.

Sou imensamente grata por ter tantas pessoas queridas, dedicadas e interessadas nos percursos e resultados desta pesquisa.

Podemos julgar nosso progresso pela coragem dos nossos questionamentos e pela profundidade de nossas respostas, nossa vontade de abraçar o que é verdadeiro, ao invés daquilo que nos faz sentir bem.

Carl Sagan

RESUMO

SILVA, B. C. **Design e moda na constituição do design de moda:** possíveis relações de aproximação e distanciamento entre o campo do design e o campo da moda eventualmente discerníveis na construção de repertório teórico do design de moda. 2015. 137 f. Dissertação (Mestrado em Ciências – Programa de Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

A partir de 2004, no Brasil, com autorização do Ministério da Educação, cursos de nível superior voltados para formação do profissional da área de criação em moda passaram a ser amparados nas diretrizes curriculares do campo do design. Desta forma, a recente integração entre elementos do campo do design e elementos do campo da moda proporcionou o surgimento e compartilhamento desta nova subárea, o design de moda, e uma nova categoria profissional foi estabelecida, o designer de moda. A presente pesquisa analisa possíveis relações entre referenciais teóricos do campo do design e do campo da moda a partir da perspectiva do design de moda. Investiga, também, como tais referenciais interagem e são articulados na consolidação de um repertório teórico próprio do design de moda e que outras possíveis relações emergem deste momento de transição e integração de conteúdos, sobretudo no âmbito nacional. Tem como propósito norteador promover o aprofundamento da discussão sobre as confluências e dissonâncias entre os campos de design e de moda intrínsecas ao design de moda, na tentativa de contribuir para a integração entre os campos por meio da articulação de conceitos e conteúdos teóricos. E compreende, por fim, os campos de design e de moda como equivalentes na possibilidade de gerar, reciprocamente, críticas construtivas.

Palavras-chave: Design de Moda. Teoria do Design de Moda. Design. Moda.

ABSTRACT

SILVA, B. C. **Design and fashion in the consolidation of fashion design:** possible relations of closeness and distance between the design field and the fashion field eventually discernible in the construction of theoretical fashion design repertoire. 2015. 137 f. Dissertation (Master of Science - Textile and Fashion Program) - School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2015.

Since 2004, with authorization from the Ministry of Education, higher education courses for training the professional creative field in fashion are now supported in the curriculum guidelines of the design field. Thus, the recent integration between the elements of the design field and elements of the fashion field provided the emergence and sharing of this new sub-area, fashion design, and a new category was established, the fashion designer. This research analyzes possible relations between theoretical frameworks of the design field and the fashion field from the fashion design perspective. It also investigates, as such references interact and are articulated in the consolidation of its own theoretical repertoire of fashion design and other possible relationships emerge from this time of transition and integration of content, especially at the national level. Its purpose is to promote further discussion of the consensus and dissent between design and fashion fields, intrinsic to fashion design in an attempt to contribute to the integration between the fields through the articulation of concepts and theoretical contents. And understand, finally, the design and fashion fields as equivalent in the possibility of generating, conversely, constructive criticism.

Keywords: Fashion Design. Theory of Fashion Design. Design. Fashion.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Traje <i>bloomer</i>	49
Figura 2 – Modelos elaborados por Charles Worth	53
Figura 3 – Paul Poiret em frente à sua <i>maison</i> durante uma de suas suntuosas recepções	57
Figura 4 – Coleções apresentadas pelo coletivo OEstudio: “Com Ciência Negra” e “R.U.A, Realidade Urbana Anônima”	65
Figura 5 – À esquerda, “Roupa de produção” de Varvara Stepanova. À direita, Traje TuTa desenvolvido por Thayaht	84
Figura 6 – Análise da predominância de função.....	86
Figura 7 – Possíveis articulações de conteúdos de moda na delimitação de funções práticas. Emilio Pucci para Braniff Airlines, em 1965.	87
Figura 8 – Possíveis articulações de conteúdos de moda na delimitação de funções simbólicas	88
Figura 9 – Possíveis articulações de conteúdos de moda na delimitação de funções estéticas.....	89
Figura 10 – Variações de modelo do aparelho <i>Iphone</i>	93
Figura 11 – Equipe do ateliê de criação da <i>maison</i> Dior	99
Figura 12 – O criador de moda John Galliano ao final das coleções de 2007 e 2010, respectivamente, da <i>maison</i> Dior	100
Figura 13 – À esquerda, “Karlism”, ícones para frases e citações do criador de moda em seu site e, à direita, boneca Barbie produzida em sua homenagem.	102
Figura 14 – Bicicleta Pibal, 2012. Linha de malas de viagem StarckTrip, 2014	102
Figura 15 – Comparações propostas por Diana Murek, “ <i>Into the same idea</i> ”.....	105
Figura 16 – Três ocorrências entre duas distintas marcas. Comparações propostas por Diana Murek, “ <i>Into the same idea</i> ”	106
Figura 17 – À esquerda, Alexandre Wollner. À direita, Dener Pamplona	114

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Esquema da estrutura metodológica da pesquisa com subdivisão do problema fundamental em seis distintos subproblemas	28
Quadro 2 – Fluxo de encadeamento de subproblemas	30
Quadro 3 – Cronograma geral das atividades	33
Quadro 4 – Síntese das propostas de Rech (2002), Lobach (2011) e Montemezzo (2003)	72
Quadro 5 – Ambiente de atuação profissional do design de moda	76
Quadro 6 – Análise do contexto que envolve o projetar. “Fluxo de Informação e Síntese na Fase de Preparação”	76
Quadro 7 – “Metodologias de Design de Moda”	82
Quadro 8 – “Representação gráfica do fluxo produtivo e calendário de lançamentos da indústria têxtil”	83
Quadro 9 – Análise comparativa entre Alta Costura e Arts & Crafts	115
Quadro 10 – Síntese de aspectos relativos à pesquisa em design	118
Quadro 11 – Síntese da distribuição dos temas dos artigos publicados nas revistas selecionadas	119
Quadro 12 – Síntese de aspectos relativos à pesquisa em moda	119
Quadro 13 – Proposta esquemática das interações que dariam origem ao novo segmento do design de moda, a partir das contribuições dos autores analisados	122

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Objetivo geral	15
1.2 Objetivos específicos	15
1.3 Justificativa	16
2 REVISÃO DE LITERATURA: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 Aportes do campo do design e do campo da moda para a consolidação da área do design de moda: entre percursos e perspectivas.....	17
3 MÉTODO DE PESQUISA	25
3.1 Fundamentação teórico-metodológica dos procedimentos de pesquisa adotados.....	25
3.2 Detalhamento das estratégias metodológicas.....	27
3.2.1 Desdobramento do problema fundamental em seis distintos subproblemas ...	27
3.2.2 Alterações mais significativas nos procedimentos metodológicos inicialmente propostos	31
3.2.3 Plano de trabalho e execução das atividades realizadas	32
4 RESULTADOS: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÕES	34
4.1 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 1	34
4.1.1 Concatenação de algumas possíveis perspectivas acerca do surgimento e consolidação do campo do design e de seu ofício	34
4.1.1.1 Instituições de ensino de design da Alemanha no início do século XX.....	37
4.1.1.1.1 <i>Bauhaus</i>	37
4.1.1.1.2 <i>Escola de Ulm</i>	38
4.1.2 Considerações acerca da exploração de diferentes conceituações e definições do termo “design”	40
4.2 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 3	45
4.2.1 Concatenação de algumas possíveis perspectivas acerca do surgimento e conceituação do termo “moda”	45
4.2.1.1 Desdobramentos do conceito de moda e da formalização de seu ofício no início do século XIX.....	51
4.2.2 Influências e intervenções de moda estrangeira no vestir brasileiro	60
4.2.2.1 Influências e Interferências de moda estrangeira na estruturação e consolidação da moda brasileira na primeira metade do século XX.....	62

4.3 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 2	66
4.3.1 A particular trajetória do design de moda no Brasil	66
4.3.2 Interações entre o campo de design e o campo de moda inerentes ao design de moda.....	70
4.4 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 4	78
4.4.1 Possíveis assimilações de conteúdos concernentes ao campo do design na consolidação das bases teóricas do design de moda.....	78
4.5 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 5	94
4.5.1 Possíveis assimilações de conteúdos concernentes ao campo da moda na consolidação das bases teóricas do design de moda.....	94
4.6 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 6	111
4.6.1 Cotejamento das análises das possíveis interações e assimilações entre os referenciais teóricos do campo da moda e do campo do design na consolidação do repertório teórico próprio do design de moda	111
5 CONCLUSÃO	126
5.1 Súmula e considerações finais	126
5.2 Recomendações para pesquisas posteriores.....	130
REFERÊNCIAS	133

1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação discorre sobre algumas das possíveis relações e interações entre o campo do design e o campo da moda, desde o momento em que ambos passaram a compartilhar a graduação em ensino superior em design de moda e, desta maneira, a formação do profissional designer de moda.

O objetivo central desta investigação teve como intuito delimitar, explorar e evidenciar aproximações e distanciamentos entre os campos do design, da moda e do segmento ou subárea design de moda. Para tanto foi realizada análise crítica da bibliografia selecionada referente aos campos citados, sobretudo quanto a aspectos históricos e teóricos relacionados à influência destes percursos na relativamente recente constituição do repertório conceitual e teórico do design de moda.

Em um primeiro momento, esta pesquisa aborda os referenciais teóricos que embasaram e possibilitaram a realização do referido processo de integração de conteúdos. No capítulo 2, Revisão de Literatura, é apresentado levantamento sobre autores que se dedicaram à temática e a produção científica já direcionada para a discussão da estruturação do segmento design de moda, desde sua oficialização pelo Ministério da Educação em 2004, referindo-se tanto a percursos já trilhados quanto prospectivos. Destaca-se a contribuição de Castilho e Preciosa (2005), Christo (2008), Navalon (2007), Pires (2002), Saltzman (2008), Rybalowski (2010) e Leite (2011).

Em seguida, o capítulo 3 apresenta a fundamentação teórico-metodológica dos procedimentos de pesquisa adotados e o detalhamento das estratégias metodológicas empregadas para a realização e execução da presente pesquisa. Aborda, também, elementos da estruturação e delimitação do problema fundamental e de sua subdivisão em seis distintos subproblemas, bem como o plano de trabalho e execução das atividades realizadas.

O próximo bloco, constituído pelo capítulo 4, refere-se à descrição e discussão dos resultados obtidos após os procedimentos das etapas de coleta e tratamento de dados e da análise dos mesmos, constituindo a redação de fato dos resultados. É subdividido em seis distintas seções, que são diretamente relacionadas à estrutura metodológica da pesquisa, sendo que cada seção torna-se representativa de um subproblema delimitado, anteriormente, no capítulo 3.

O estágio 1 de descrição e discussão dos resultados compreende as seções “4.1”, “4.2” e “4.3”, que abordam aspectos conceituais e teóricos do campo do design, da moda e do design de moda, respectivamente, e são essencialmente fundamentados na revisão de literatura como meio de obtenção de dados. Destacando-se a contribuição dos autores Burdek (2006), Lobach (2011), Maldonado (2009) e Niemeyer (2007) para o campo de design. No campo da moda destaca-se a abordagem de Crane (2006), Grumbach (2009), Lipovetsky (2009) e Simmel (2008). E na discussão do design de moda destaca-se, além dos já mencionados na revisão de literatura inicial do capítulo 2, Pires (2007), Bastian, Neira e Sousa (2010) e Montemezzo (2003), entre outros.

O estágio 2 de descrição e discussão dos resultados compreende as seções “4.4” e “4.5”. A seção “4.4” descreve e discute aspectos da configuração projetual do vestuário produzido industrialmente, a partir da comparação das análises já elaboradas nas seções “4.1” e “4.3”. Já a seção “4.5” descreve e discute aspectos da formalização do perfil profissional do criador de moda ao longo do século XIX e XX e suas relações e influências na estrutura atual deste perfil profissional, fundamentada nas discussões já apresentadas nas seções “4.2” e “4.3”.

O estágio 3 compreende a seção “4.6” que, por sua vez, é essencialmente fundamentada nas discussões acerca das articulações entre conteúdos próprios do campo do design e conteúdos próprios do campo da moda. Amparado nas análises anteriormente apresentadas no estágio 2, discute os reflexos de tais interações na consolidação do repertório conceitual próprio do design de moda no país.

O último bloco, constituído pelo capítulo 5, dá lugar às considerações finais, a análise final mais ampla de entrelaçamento dos capítulos anteriores, assim como as recomendações para pesquisas futuras e possíveis desdobramentos.

Cabe ressaltar, no entanto, que esta pesquisa não abrange o exame de conteúdos relacionados à delimitação de projetos pedagógicos e parâmetros curriculares do ensino de moda, tema relevante e merecedor de discussão mais aprofundada. Trata-se, aqui, da detecção e do estudo pormenorizado de possíveis divergências e convergências, aproximações e distanciamentos contidos e ocasionados pela própria existência do design de moda.

1.1 Objetivo geral

Examinar possíveis relações de aproximação e distanciamento que emergem de uma análise crítica da bibliografia de design, de moda e de design de moda, em específico, acerca da presumível articulação entre categorias conceituais próprias ao campo do design e categorias conceituais próprias ao campo da moda na relativamente recente constituição do repertório conceitual e teórico do novo campo do design de moda no país. Por meio da análise comparativa de dados levantados em termos históricos e conceituais dos campos do design e da moda, objetiva-se explorar e delimitar elementos constitutivos do design de moda, assim como a influência dos campos originários, design e moda, na consolidação de um repertório conceitual e teórico próprio.

1.2 Objetivos específicos

- Analisar como se apresenta a integração de conteúdos históricos e conceituais, do campo do design e do campo da moda, que estabelecem conexão com conteúdos do design de moda.
- Delimitar possíveis convergências ou aproximações entre design e moda presentes no design de moda brasileiro.
- Delimitar possíveis divergências ou distanciamentos entre design e moda presentes no design de moda brasileiro.
- Identificar elementos que levem à melhor compreensão da subárea do design de moda e de seus desdobramentos futuros, embasados no aprofundamento da análise das relações entre design e moda, por meio da revisão de literatura.
- Lançar luz sobre os limites do design de moda, a fim de explorar e evidenciar suas potencialidades.

1.3 Justificativa

A última década foi marcada por importantes transformações para o ensino superior em moda no país. O termo “design de moda” substituiu e unificou diversas nomenclaturas empregadas por instituições de ensino brasileiras, empreendendo grande reestruturação de componentes curriculares.

Em paralelo a esta transformação emerge a necessidade de análise do contexto que possibilitou tal diálogo e integração entre os campos de design e moda, como também, a necessidade de explorar alguns dos principais elementos do processo constitutivo da subárea do design de moda, tendo em vista que o referido processo ainda se encontra em consolidação.

Nota-se uma dicotomia nas trajetórias do design e da moda, com momentos convergentes e divergentes, tornando imprescindível a discussão sobre a influência de tal dinâmica na constituição de repertório teórico e da formação profissional do design de moda.

Deste modo, esta pesquisa tem o intuito de promover maior delimitação e aprofundamento da discussão sobre as confluências e dissonâncias entre design e moda intrínsecas ao design de moda, a fim de contribuir para a integração de conteúdos entre os campos por meio da revisão de literatura e análise comparativa de percursos históricos e produção teórica.

Espera-se que os resultados desta pesquisa contribuam, em última análise, com a construção do conhecimento deste processo, em benefício da teoria e prática do campo de estudo em consolidação.

2 REVISÃO DE LITERATURA: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A presente dissertação tem sua estrutura metodológica amplamente fundamentada na revisão de literatura. Desta maneira, cabe aqui explicitar a proposição de dois empregos distintos da bibliografia. Neste capítulo 2, de revisão de literatura, utiliza-se a bibliografia em sua modalidade mais usual, a de esquadrihar a produção acadêmica acerca do tema abordado no estudo. Em um segundo momento é também empregada como instrumento de obtenção de dados, apresentado, posteriormente, no capítulo 4 de resultados.

2.1 Aportes do campo do design e do campo da moda para a consolidação da área do design de moda: entre percursos e perspectivas

Da fundação do primeiro curso de ensino superior em design, em 1962, para o primeiro curso de ensino superior em moda, em 1987, no Brasil, há um distanciamento de exatos vinte e cinco anos. O primeiro curso de ensino superior em design no país foi implantado na Escola Superior de Desenho Industrial, a Esdi, posteriormente integrada à Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Uerj. O surgimento da Esdi se deu, sobretudo, devido às articulações políticas do período, que visualizavam no design, até então desenho industrial, o potencial de aprimoramento e fortalecimento da indústria brasileira. Teóricos de peso internacional, como Tomás Maldonado, diretor da Escola de Ulm, participaram do processo que resultou na formatação da estrutura pedagógica do curso, o que acabou por gerar grande influência do racionalismo alemão e dos preceitos da Escola no ensino de design brasileiro (Niemeyer, 2007).

Já o campo da moda tem sua adesão oficial junto ao ensino superior fomentada por instituições de ensino privadas e seu primeiro curso de ensino superior em moda no país se estabeleceria na Faculdade Santa Marcelina, em 1987. Por intermédio de Eugenie Jeanne Villien, em 1967, a disciplina “desenho de moda” foi incluída como conteúdo do programa do curso de Desenho e Plástica da referida instituição, iniciativa esta que daria origem ao que posteriormente se tornaria o primeiro Bacharelado em Desenho de Moda do país (Pires, 2002).

Considera-se importante mencionar a fala de Roberto Chadad, fundador e atual presidente da Associação Brasileira do Vestuário, Abravest, sobre

o momento de articulações que dariam origem ao curso superior de moda da Universidade Anhembi Morumbi, UAM, em 1989, do qual participou ativamente. Chadad relata maior disposição por parte do ensino privado em acolher um curso de moda na década de 1980, na cidade de São Paulo. Ele também descreve o que compreendeu como recusa em discutir o tema “moda”, como se este não fosse interessante ou relevante para o ensino superior público de qualidade (informação verbal)¹.

Pires (2002) destaca que o primeiro contato da moda com a academia se deu poucos anos antes, em 1986, como curso de extensão em Estilismo e Modelagem junto a Universidade Federal de Minas Gerais, e que, a primeira universidade pública a efetivamente oferecer curso em nível superior estruturado para o tema “moda” foi a Universidade Federal do Ceará, em 1994.

A consolidação da área do design de moda, amparada tanto por aportes do campo da moda quanto por aportes do campo do design, é relativamente recente e ainda passa por momentos de estruturação e construção de seu corpus teórico. Momentos de aproximação e distanciamentos demarcam a trajetória dos dois campos, design e moda, até a intensificação do diálogo em meados da década de 1990 (CHRISTO, 2008).

A partir do ano de 2004, com autorização do Ministério da Educação, a formação em ensino superior destinada ao profissional do setor da moda e do vestuário estaria habilitada a pautar-se nas diretrizes curriculares estabelecidas para o campo do design, unificando diferentes nomenclaturas existentes, representadas dali em diante pelo design de moda.

Pode-se dizer que, desde então, design e moda têm um ponto em comum de discussão e construção de diálogo. No entanto, esta medida não resultou exatamente em homogeneidade entre os campos, pelo contrário, gerou e ainda gera contestação e controvérsias, uma vez que não é unanimidade no campo da moda a adesão ao campo do design. Desta forma, cursos com foco em estilismo já existentes passaram a atuar em conjunto com novos cursos que formariam o profissional designer de moda.

¹ Informação fornecida por Roberto Chadad durante palestra no evento “Sexta Feira da Moda na USP”, no dia 26 de abril de 2013.

Em meio a esta movimentação, Christo (2008) pontua que o profissional representado pelo designer de moda acabou por adquirir certa representatividade de novidade ou atualização. Ou ainda, teria dado lugar a certa representação dicotômica em que o designer de moda estaria mais voltado para questões mercadológicas e o estilista mais associado ao gênio criativo livre. A autora observa que, à época desta transição no ensino brasileiro, o termo *fashion designer* já era amplamente difundido internacionalmente e que poderia tanto significar estilista como designer de moda. Então, propõe não um estudo linguístico, mas uma reflexão sobre as noções e valores que permeiam cada nomenclatura, em âmbito nacional.

Christo (2008) observa que o termo “designer” é associado, geralmente, à prática industrial e à produção em série dentro de um determinado contexto mercadológico. A partir disto, entende-se que suas preocupações se destinariam às questões objetivas do produto, em detrimento de conteúdos subjetivos como gosto e conteúdos simbólicos. Por sua vez, o termo “estilista”, de acordo com tais noções e valores, seria compreendido como profissional criativo cuja prática estaria desvinculada de questões de mercado, podendo criar peças únicas. Aproximando-se, assim, do conceito de artista como gênio e da vinculação de sua produção ao campo da arte.

A autora destaca, em seguida, a participação do campo da arte nas origens da formalização da profissão do designer e defende que esta oposição entre perfil criativo e perfil industrial não se sustenta como principal distinção entre os dois campos. Argumenta, ainda, que a referida movimentação é perceptível em ambos os campos, já que a moda entra em contato e dialoga com fundamentos de design e, em contrapartida, o design discute e inclui temáticas do campo da moda em suas pesquisas e congressos.

Dando continuidade a este raciocínio, existem autores que examinam o tema por um viés que não se concentra exatamente na questão de sobreposição das atividades exercidas por designers de moda e estilistas.

Neste sentido, acrescenta-se à discussão o ponto de vista de Rybalowski (2010) ao relacionar a transição também a questões estratégicas em relação à mudança do panorama de atuação deste profissional.

A autora enfatiza que o perfil tradicional do criador e, sobretudo, os componentes determinantes de suas ações sofrem alterações a fim de se adaptar à crescente complexidade dos cenários e práticas de mercado. O profissional passou a atuar não somente como criador de moda, mas também como gestor de projetos multidisciplinares e articulações com demais setores da cadeia produtiva passaram a ter papel de destaque nas novas e intrincadas relações inerentes ao desenvolvimento de produtos do vestuário.

Esta perspectiva encontra apoio em Sanches (2008) que também posiciona a referida transição como consequência da necessidade de mobilização e preparação diante da expansão do mercado de moda no país e compreende o aprimoramento profissional como inerente a este percurso de consolidação do setor. E, diante disto, identifica progressiva demanda por profissionais de moda que “possuam visão abrangente, sendo capazes de perceber e articular as questões mercadológicas, técnico-produtivas e socioculturais envolvidas na elaboração de produtos de moda (...)” (SANCHES, 2008, p. 289).

Deste modo, Rybalowski (2010) considera que o processo projetual de objetos vinculados à moda apresenta particularidades que dificultam sua categorização dentro de metodologias lineares e que o mesmo deve ser compreendido e analisado enquanto complexo e multidisciplinar. Em sua visão, o projeto de moda demanda um balancear entre elementos racionais e intuitivos, sendo importante característica deste projetar a capacidade de amalgamar “conhecimentos técnico-produtivos, mercadológicos, sociais e de outras ordens com a intuição.” (RYBALOWSKI, 2010, p. 5). Desta maneira, a combinação destes distintos componentes se dará por diferentes meios e em articulação própria a cada projeto. Esta relação entre elementos intuitivos, criativos e racionais também é ressaltada por Leite (2011, p. 7):

A hipótese que se desenha é que para que haja uma precipitação do fator criativo é necessário traduzi-lo em pensamento racional, portanto, a trajetória de projeto do designer de moda acontece através do intercalar de momentos criativos com momentos racionais relacionados a construção do objeto propriamente dito em que a linguagem preponderante é a plástica.

A partir do mesmo panorama de transição e conflitos já apresentado, Navalon (2007) enfatiza que o espaço acadêmico é capaz de gerar pesquisas e espaços de trocas que podem contribuir para entender a natureza das articulações que envolvem o projetar moda. A autora ressalta ser essencial que tais pesquisas não se

restringam ao campo e dinâmicas da moda, sendo premente contemplar também questões sociais, culturais, políticas e econômicas que determinam os espaços de influência da moda. Para isto, torna-se imprescindível ao profissional de moda expandir e contextualizar sua atividade.

A contribuição de Navalon (2007) à presente dissertação se dá por sua abordagem direcionada pela investigação de um método em design de moda que perpassa a questão conceitual e cultural do projeto, exercendo postura reflexiva a fim de relacionar questões sociais e culturais diversificadas.

De acordo com a autora, a moda brasileira enfrenta um momento de relativa ausência de experimentações junto à proposição de coleções, sendo muito fundamentada e influenciada por desfiles e cadernos de tendências de moda internacionais. Diante desta afirmação, destaca o papel da experimentação como ferramenta de investigação para o desenvolvimento de um método próprio de criação e projeto em moda que minimize sua dependência de regras direcionadas pelo marketing e tendências. Por meio desta perspectiva, ressalta-se a importância de consolidar e “assumir o caráter formador, questionador e contestador cultural que o design de moda tem.” (NAVALON, 2007, p. 6).

A contestação social e cultural proposta se faz pertinente em relação ao momento atual de crítica ao consumismo e à obsolescência programada permeando diretrizes projetuais e criativas. Navalon (2007) defende que para distanciar-se de propostas repetitivas é necessário compreender o projetar e criar moda para além de mercados e estilos de vida de determinados grupos, pois as questões que a sociedade engendra são maiores e vão além de questões mercadológicas.

Este posicionamento também é percebido nos questionamentos elaborados por Castilho e Preciosa (2005), que oferecem elementos de crítica e reflexão acerca da criação e experimentação em design de moda em meio ao predomínio da lógica de mercado e intensificação do consumo.

Castilho e Preciosa (2005) argumentam que o panorama da sociedade industrializada apresenta situações antes inexistentes relacionadas ao consumo de produtos e ao aumento da oferta dos mesmos. As autoras destacam que o momento de declínio da alta costura com o alavancar da moda industrializada transforma a organização do sistema de moda, porém, mantém princípios fundamentais de sua estrutura como a efemeridade e sedução.

Deste modo, pontuam que até mesmo o processo projetual de design sofre interferência de certas estratégias de marketing e publicidade, à medida que estas pretendem incentivar o consumo conspícuo e a obsolescência acelerada dos produtos, também em escala industrial. Castilho e Preciosa (2005, p. 34) enfatizam:

Com a industrialização e a produção em larga escala, os produtos de nosso cotidiano, muitos deles antes acessíveis apenas à burguesia, foram disponibilizados às largas camadas da sociedade que passam a ser incentivadas, cada vez mais ao consumo.

Desde que o profissional de moda conquistou o status de criador autoral sua atuação esteve em constante mudança junto à sociedade. Como observado por Rybalowsky (2010), construções tradicionais do ofício sofreram alterações e dinâmicas sociais que permitiam ao costureiro da alta costura ditar regras e impor gostos não são as mesmas com as quais o atual criador de moda se depara.

Diante de tais transformações que possibilitaram à moda tornar-se esta indústria que movimenta grandes somas de dinheiro e gera milhares de empregos, Castilho e Preciosa (2005) questionam qual papel caberia ao designer de moda dentro desta estrutura mercadológica, além de promover tal dinâmica de consumo.

Neste sentido, novamente é destacada a via do processo de experimentação como importante meio de expressão e investigação de novas possibilidades para a moda. Distanciando-se de caminhos que ligam a moda à efemeridade e ao consumo exacerbado, Castilho e Preciosa (2005) articulam a premissa da criação em moda enquanto interrogação sensível ao mundo em busca de novos territórios e defendem que estas indagações devem permear o campo acadêmico e direcionar a formação do profissional de moda.

Em conformidade à perspectiva apresentada, agrega-se aqui a argumentação de Saltzman (2008) a respeito das relações entre vestimenta, corpo e contexto. A crítica apresentada pela autora traz importantes apontamentos sobre corpo, forma e contexto com o objetivo de explorar possibilidades de investigação sobre o design de moda. Saltzman (2008) compreende o design como a forma que surge da dinâmica entre corpo e contexto, sendo contexto, no caso da indumentária, aquilo que “acrescenta sentido à relação entre o corpo e a roupa, ao mesmo tempo em que propõe exigências” (Saltzman, 2008, p.306). Deste modo, para Saltzman (2008, p. 306) a roupa adquire caráter de mediador entre corpo e contexto, como destacado a seguir:

Assim, por meio da roupa se cria ou recria um corpo apto para desempenhar diferentes ações, que exigem certo tipo de mobilidade, requerem uma maior proteção ou exposição, implicam gestualidade para agradar ou desagradar, seduzir ou chamar a atenção e para adaptar-se ou opor-se às convenções que o define culturalmente.

Saltzman (2008) infere, ainda, que compreender as possíveis aplicações do design de moda requer investigar o contexto em que esta atividade está inserida e conclui sua argumentação ao reafirmar como papel fundamental do designer o de investigar e indagar por possíveis mudanças e, aliado a isto, ressalta como seu maior desafio compreender, construir e contribuir para a vida.

Neste contexto, a importância de questionar discursos estabelecidos para que o campo desenvolva autonomia e crítica consistente é também contemplada por Leite (2011). Em sua análise, o campo da moda necessita compreender com clareza as particularidades inerentes à sua composição enquanto objeto material para, então, desenvolver um espaço de crítica específica sobre o objeto de moda e as relações e significados que este estabelece perante a sociedade. Isto é destacado por Leite (2011, p. 4) no seguinte fragmento:

Portanto, estudar estes objetos sob o ponto de vista formal, tanto em relação a sua estrutura quanto a sua feitura, faz-se atitude urgente, para que se possa desenvolver um pensamento crítico do objeto inserido em um contexto maior. O campo da moda necessita de crítica analítica, e para desenvolvê-la é fundamental conhecer o objeto que o constitui com propriedade, para então entender as relações que este objeto estabelece entre o espaço-tempo e indivíduo-multidão.

A presente pesquisa apoiou-se em autores que investigam novas frentes de pesquisa e discussão para a moda. Desta maneira, apresentou-se neste capítulo de revisão de literatura o entrelaçamento de distintas perspectivas na tentativa de explicitar um tênue alinhamento entre as abordagens, representado na contribuição de tais autores que, por meio de crítica imparcial e fundamentada, buscam expandir os horizontes sobre o fazer moda e acrescentar novas temáticas à pesquisa em moda, assim como para a atividade profissional.

A polarização e concorrência entre profissionais e campos, o estudo e delimitação de diretrizes de projeto de vestuário fundamentado em métodos de design, assim como os avanços e retrocessos em relação a questões de ensino são algumas das importantes e relevantes linhas de pesquisa que permeiam e fomentam a discussão acadêmica no campo da moda atualmente.

Compreender as bases históricas da construção do campo acadêmico e da atividade profissional é fundamental para visualizar por quais caminhos a moda, de forma geral, se desenvolveu e indagar quais caminhos ainda podem ser trilhados. Compreende-se aqui que o viés da teoria e crítica de moda e de design de moda pode trazer contribuições à compreensão da prática projetual e, como mencionado por Leite (2011), fomentar a elaboração de uma crítica do objeto de moda.

3. MÉTODO DE PESQUISA

3.1 Fundamentação teórico-metodológica dos procedimentos de pesquisa adotados

Os procedimentos de pesquisa da presente investigação foram articulados sob a ótica de dois principais autores, inicialmente apoiando-se em Leedy (2010) e, posteriormente, em McCracken (1988).

A estruturação metodológica da pesquisa é pautada na argumentação de Leedy (2010) em relação à profundidade e relevância da realização da pesquisa, sendo crucial para o bom desenvolvimento e amplitude dos resultados não restringir seu propósito a apenas uma busca informativa ou mera transposição de dados. Em seguida, a partir de McCracken (1988), busca-se analisar as diferenças entre os modelos de pesquisa qualitativos e quantitativos, de modo a pautar e justificar o modelo a ser adotado.

Para Leedy (2010), a pesquisa deve ser considerada enquanto processo sistemático de coleta, análise e interpretação de informação, no sentido de aumentar a compreensão de determinado fenômeno sobre o qual o pesquisador encontra-se interessado e envolvido e, quando concluída, seus resultados devem ser amplamente divulgados à comunidade científica a fim de que a pesquisa possa ser replicada, no sentido de tanto poder ser validada ou refutada pelos demais pesquisadores.

De maneira a alcançar este maior conhecimento e detalhamento sobre determinado fenômeno, Leedy (2010, p. 2, tradução nossa) pontua um conjunto de características e requisitos principais a ser considerado no intuito de se consolidar o cerne de uma pesquisa:

1. A Pesquisa tem origem a partir de uma questão ou problema.
2. A pesquisa requer articulação clara de um objetivo.
3. Requer um plano específico de procedimentos.
4. Geralmente divide o problema principal em subproblemas mais gerenciáveis.
5. A pesquisa é orientada por um específico problema de pesquisa, pergunta ou hipótese.
6. Aceita certos pressupostos críticos.
7. Requer a coleta e interpretação de dados na tentativa de resolver o problema que iniciou a pesquisa.
8. A pesquisa é, por sua natureza, cíclica, ou, mais exatamente, helicoidal.

A concepção da pesquisa como algo amplo, que necessita de maiores detalhamentos sobre seu objetivo e procedimentos, tal como proposta por Leedy (2010), fundamenta todo o planejamento metodológico da pesquisa apresentada. Inicialmente, define-se o problema, aqui retratado como pergunta fundamental, e a partir do desdobramento deste são estabelecidos os subproblemas. Este desmembramento possibilita a melhor visualização e compreensão das etapas seguintes, auxiliando na dinâmica de coleta e tratamento de dados e na descrição de resultados, pois com isto se tem um detalhamento maior sobre o que se pretende com a pesquisa a ser executada.

Em complemento à estrutura de procedimentos metodológicos proposta por Leedy (2010), busca-se na perspectiva de McCracken (1988) o aprofundamento de discussões concernentes à diferenciação de procedimentos a partir do modelo de pesquisa adotado.

McCracken (1988) pontua uma série de fatores que corroboram a necessidade de distinção entre procedimentos correspondentes ao modelo qualitativo e quantitativo de pesquisa para, então, avaliar qual modelo será mais adequado para a realização da investigação, dentre os quais o autor evidencia, inicialmente, o objetivo distinto de cada uma das categorias.

A partir da avaliação de que tipo de dados e informações o pesquisador necessita, pode-se definir qual modelo seria mais adequado a ser adotado como procedimento de pesquisa. McCracken (1988) exemplifica esta afirmação sob o ponto de vista da coleta de dados por meio de entrevistas: a quantitativa tende a exigir respostas rápidas e objetivas, sem margem para variações espontâneas por parte dos respondentes. A qualitativa permite tempo maior com o respondente, perguntas abertas e maior disponibilidade de tempo para elaboração de suas respostas.

Isto pode ser definido, também, pelo número de respondentes a ser recrutado. No caso das quantitativas, exige-se uma quantidade significativa para que os dados possam ser representativos e condizentes enquanto amostra da população selecionada. Já no caso das qualitativas, as entrevistas têm caráter mais intensivo do que extensivo, sendo os respondentes selecionados não por quantidade, mas por representarem importante fonte de informação para a pesquisa (MCCRACKEN, 1988).

Neste sentido, a presente pesquisa pautou-se na identificação de um problema fundamental, sendo este reordenado e apresentado sob o enunciado de uma pergunta fundamental central, e em seu desdobramento em subproblemas, não estabelecendo hipótese a ser refutada, mas conjecturas, questionamentos direcionadores do percurso exploratório. A partir disto, formularam-se, então, questionamentos que evidenciaram aspectos preliminarmente cogitados como eventuais merecedores de atenção no exame do fenômeno estudado, denominados indagações exploratórias.

Com isto, a organização de tais procedimentos junto à estrutura metodológica desta dissertação permite enquadrar este estudo no modelo qualitativo de investigação, sob a modalidade inquérito filosófico ou pesquisa teórica, uma vez que é fundamentada por fragmentos, evidências e observações para construção de uma análise essencialmente teórica e conceitual.

3.2 Detalhamento das estratégias metodológicas

3.2.1 Desdobramento do problema fundamental em seis distintos subproblemas

A fim de demonstrar a concatenação das etapas dos procedimentos desta pesquisa com maior detalhamento, o problema fundamental, sua divisão em seis distintos subproblemas e demais informações referentes à estrutura metodológica foram organizados no formato de quadro esquemático, visando apresentar os caminhos percorridos desde a revisão bibliográfica inicial até a redação dos resultados e conclusões.

É evidenciado, também, como tais procedimentos fundamentam as ações e decisões tomadas no decorrer da pesquisa, delimitando os dados necessários, as possíveis fontes de tais dados e as possíveis técnicas de coleta e tratamento dos dados, na tentativa de minimizar a aleatoriedade das ações e contratempos posteriores. Este quadro esquemático está disposto a seguir (quadro 1):

Pergunta Fundamental

Que possíveis relações dialéticas envolvendo eventuais influências e discrepâncias, aproximações e distanciamentos, emergem de uma análise crítica da bibliografia de design, de moda e de design de moda acerca da presumível articulação entre categorias conceituais próprias ao campo do design e categorias conceituais próprias ao campo da moda, sobretudo quanto a aspectos históricos e teóricos, na relativamente recente constituição do repertório conceitual do novo campo do design de moda no país?

Subproblemas	A) dados necessários	B) fontes de dados	C) técnicas de coleta de dados	D) técnicas de tratamento de dados	E) indagações exploratórias
Subproblema 1 Quais bases conceituais poderiam ser percebidas como mais relevantes no campo do design e como se deu seu percurso histórico?	A1 Dados que informem sobre as bases conceituais e de elementos do percurso histórico do campo.	B1 Pesquisas, livros, artigos científicos, documentos, registros fílmicos e fotográficos.	C1 Revisão bibliográfica.	D1 Análise e sistematização dos dados coletados a fim de identificar padrões abstratos de associação emergentes entre os dados levantados	<ul style="list-style-type: none"> Quais seriam os conteúdos teóricos de design? Quais seriam os conteúdos teóricos de moda? Quais seriam os conteúdos teóricos do design de moda? Como tais conteúdos interagem? Que alterações mais relevantes esta integração traz às estruturas dos campos do design e da moda? O design de moda pode ser entendido como subárea comum entre o campo da moda e o campo do design? Como se dá a dinâmica de integração de conteúdos teóricos dos campos referidos na construção deste segmento comum? Tendo em vista discrepâncias e contradições entre as trajetórias de consolidação do perfil profissional de cada campo, o profissional formado a partir desta integração se apoiará no conteúdo teórico e percurso histórico de qual campo?
Subproblema 2 Quais bases conceituais poderiam ser percebidas como mais relevantes no campo do design de moda e como se deu seu percurso histórico?	A2 Dados que informem sobre as bases conceituais e de elementos do percurso histórico do campo.	B2 Pesquisas, livros, artigos científicos, documentos, registros fílmicos e fotográficos.	C2 Revisão bibliográfica.	D2 Análise e sistematização dos dados coletados a fim de identificar padrões abstratos de associação emergentes entre os dados levantados	
Subproblema 3 Quais bases conceituais poderiam ser percebidas como mais relevantes no campo da moda e como se deu seu percurso histórico?	A3 Dados que informem sobre as bases conceituais e de elementos do percurso histórico do campo.	B3 Pesquisas, livros, artigos científicos, documentos, registros fílmicos e fotográficos.	C3 Revisão bibliográfica.	D3 Análise e sistematização dos dados coletados a fim de identificar padrões abstratos de associação emergentes entre os dados levantados	
Subproblema 4 Que possíveis relações seriam identificáveis entre as análises resultantes sobre características do campo do design e do campo do design de moda?	A4 Articulação entre componentes históricos e conceituais do design e do design de moda.	B4 Resultados da coleta e tratamento de dados dos subproblemas 1 e 2.	C4 Comparação e cruzamento de dados dos resultados da coleta e tratamento de dados dos subproblemas 1 e 2.	D4 Análise e detecção de pontos de convergência e divergência na articulação de conteúdos históricos e conceituais entre design e design de moda.	
Subproblema 5 Que possíveis relações seriam identificáveis entre as análises resultantes sobre características do campo da moda e do campo do design de moda?	A5 Articulação entre componentes históricos e conceituais da moda e do design de moda.	B5 Resultados da coleta e tratamento de dados dos subproblemas 2 e 3.	C5 Comparação e cruzamento de dados dos resultados da coleta e tratamento de dados dos subproblemas 2 e 3.	D5 Análise e detecção de pontos de convergência e divergência na articulação de conteúdos históricos e conceituais entre moda e design de moda.	
Subproblema 6 Que possíveis relações seriam identificáveis a partir de uma nova análise comparativa com base nas análises resultantes do subproblema 4 e subproblema 5?	A6 Articulação entre conteúdos das análises resultantes dos subproblemas 4 e 5.	B6 Resultados da coleta e tratamento de dados dos subproblemas 4 e 5.	C6 Comparação e cruzamento de dados dos resultados da coleta e tratamento de dados dos subproblemas 4 e 5.	D6 Análise e detecção de pontos de convergência e divergência na articulação de conteúdos históricos e conceituais entre design, moda e design de moda.	

Quadro 1: Esquema da estrutura metodológica da pesquisa com subdivisão do problema fundamental em seis distintos subproblemas. Fonte: desenvolvido pela autora.

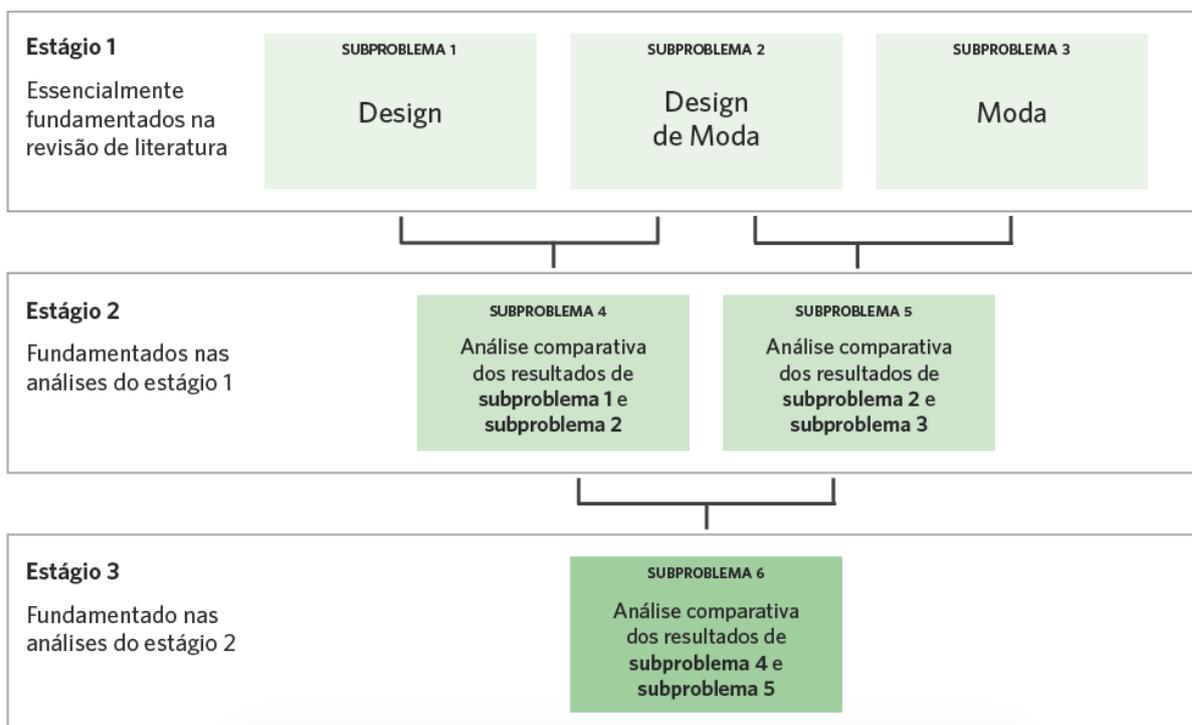
Conforme demonstrado no quadro 1, cada subproblema corresponde a um momento distinto da pesquisa com procedimentos e resoluções específicos, direcionados, sobretudo, pela coleta e tratamentos de dados.

Os subproblemas 1, 2 e 3 apresentam estrutura semelhante: nos três casos os procedimentos de resolução foram fundamentados essencialmente pela revisão bibliográfica, a fim de inteirar-se das pesquisas já desenvolvidas e em desenvolvimento e de identificar autores relevantes relacionados aos temas de cada subproblema, respectivamente, design, design de moda e moda. Outros meios de obtenção e coleta de dados foram utilizados, tais como buscas em bancos de dados de trabalhos científicos, registros fílmicos e fotográficos.

Prosseguindo com a descrição dos subproblemas expostos no quadro 1, destaca-se que os subproblemas 4 e 5 subsequentes também apresentam estrutura de resolução análoga entre si, diferenciados, contudo, pela origem das informações necessárias. O subproblema 4 tem como fonte de obtenção de dados os resultados dos subproblemas 1 e 2, enquanto o subproblema 5 se concentra nas resoluções apresentadas pelos subproblemas 2 e 3.

Finalmente, o subproblema 6 é caracterizado por sua natureza mais abrangente e conclusiva. Concentra-se, especificamente, na análise e comparação das considerações obtidas por meio da resolução dos subproblemas 4 e 5. As discussões preliminarmente levantadas nos subproblemas 4 e 5 são dispostas em um mesmo plano, a fim de averiguar relações e implicações.

Este percurso gerou um fluxo segmentado de realização das atividades que objetivaram a resolução dos subproblemas, como demonstrado no fluxograma disposto a seguir (quadro 2):



Quadro 2: Fluxo de encadeamento de subproblemas. Fonte: Desenvolvido pela autora.

Este mesmo encadeamento apresentava organização diferente até o momento do exame de qualificação, tendo direcionamento um tanto quanto linear centrado nos subproblemas primários, estrutura esta alterada durante o processo de tratamento de dados posterior à qualificação, que acabou por apresentar três momentos distintos de análises comparativas, representados na atual organização pelos subproblemas 4, 5 e 6.

Cabe, aqui, ressaltar a relevância para a concepção e realização da pesquisa desta interdependência entre subproblemas. As etapas gradativamente consolidam uma dinâmica própria de resolução de problemas com fases bem definidas, em consonância com os resultados do passo anterior. Esta nova organização possibilitou que um mesmo dado fosse passível de ser interpretado sob diferentes perspectivas e, uma vez que as dinâmicas exploratórias de cada análise comparativa derivam de subproblemas anteriores distintos, delineou-se um percurso complementar e progressivo.

Desta forma, apresenta-se a correspondência dos estágios de resolução dos subproblemas, demonstrados no fluxo de encadeamento (quadro 2), dentro da estrutura do capítulo subsequente de discussão dos resultados e suas seções.

Os resultados do estágio essencialmente fundamentado na revisão de literatura abrangente, relativos ao subproblema 1 encontram-se referenciados na seção 4.1; ao subproblema 2 encontram-se referenciados na seção 4.3; e, por sua vez, ao subproblema 3 encontram-se referenciados na seção 4.2. Com relação aos resultados do Estágio 2, essencialmente fundamentado nas análises do estágio anterior, os resultados dos subproblemas 4 e 5 encontram-se referenciados, respectivamente, nas seções 4.4 e 4.5. Finalmente, os resultados do Estágio 3, correspondente ao subproblema 6, estão descritos na seção 4.6.

Este detalhamento torna-se necessário, principalmente, pela característica fragmentada desta estrutura que ao ser transposta para a redação linear distribuída em capítulos sofreu algumas adaptações, como a inversão da ordem dos subproblemas 2 e 3, acima descrita, contudo, sem alteração significativas dos conteúdos.

3.2.2 Alterações mais significativas nos procedimentos metodológicos inicialmente propostos

Em um primeiro momento, anterior ao exame de qualificação desta pesquisa, juntamente com o início da revisão de literatura, a coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas em profundidade foi incluída nos procedimentos. O critério de seleção de entrevistados foi pautado, inicialmente, no levantamento de informações a respeito das primeiras instituições a articularem a implementação de cursos de ensino superior em moda no Brasil, na cidade de São Paulo, no final da década de 1980. A partir disto, realizou-se um segundo levantamento sobre os principais envolvidos no processo de profissionalização do ofício, bem como na mobilização pela legitimação da moda enquanto campo de conhecimento no país, dentre os quais foram incluídos docentes, pesquisadores e profissionais. Dando sequência, foram então selecionados entrevistados a partir dos resultados dos dois levantamentos anteriores, no intuito de coletar informações mais específicas sobre os desdobramentos e articulações sobre a profissionalização e constituição do campo de moda no país.

Estes foram os critérios inicialmente formulados para definição das amostras dos participantes das entrevistas, porém, após o exame de qualificação da dissertação e da contribuição da banca examinadora, o percurso da pesquisa retomou a ênfase em revisão de literatura e análise teórica.

O eixo de desenvolvimento da pesquisa e dos dados necessários se concentrou na aproximação e distanciamento entre conteúdos teóricos dos campos design e moda, não se restringindo exatamente à evolução do ensino de moda no país ou mesmo à implementação dos cursos em design de moda, mas sim ampliando o escopo do recorte para as interações entre os campos e não somente às movimentações isoladas de um campo específico em determinado período.

A presente alteração de foco da coleta de dados apoia-se, em grande parte, em Christo (2013), que evidencia a predisposição para um viés de parcialidade no discurso do profissional dependendo de seu posicionamento junto às estruturas dos campos, uma vez que este se encontra como possível agente participante de um panorama em transformação que contém motivações que extrapolam a análise de conteúdos teóricos. Como mencionado por Christo (2013) tais motivações envolvem conflitos sobre alterações e manutenção de posições já consolidadas dentro da estrutura dos campos, ou ainda, recai sobre antagonismos e atribuição de valores acerca do que define e o que distingue a atividade de estilistas e designers de moda. Ponderou-se, então, que tal abordagem estaria fora do escopo do objetivo inicial proposto e definido na pergunta fundamental, o de empreender uma análise comparativa entre conteúdos teóricos de distintos campos de modo crítico e imparcial.

Tais alterações encontram-se presentes também no cronograma geral das atividades, bem demarcado pelo momento anterior ao exame de qualificação e as mudanças inclusas após o mesmo, tema este desenvolvido na seção seguinte.

3.2.3 Plano de trabalho e execução das atividades realizadas

O plano de trabalho e a execução das atividades derivaram da perspectiva metodológica apresentada, uma vez que, no caso desta pesquisa, os dados para resolução de determinados subproblemas dependem da resolução antecipada de outros, como já demonstrado anteriormente (quadro 2).

Esta peculiaridade determina também o cronograma de execução das atividades, de modo que as etapas de pesquisa referentes a cada subproblema ocupam lugares sequencialmente distintos no cronograma geral das atividades. A compreensão deste encadeamento fragmentado e a alteração da estrutura metodológica foi um dos redirecionamentos realizados a partir do exame de qualificação da pesquisa.

Os subproblemas 1, 2 e 3 são ainda muito alimentados por elementos de revisão bibliográfica geral sobre as temáticas contempladas, enquanto os subproblemas 4, 5 e 6 são consolidados como etapas posteriores de análises comparativas e constituem o cerne dos capítulos relacionados aos resultados da pesquisa. Este aspecto cadenciado exige o posicionamento destas etapas em momentos distintos, como demonstrado no cronograma geral das atividades exposto a seguir (quadro 3):

2011		2012		2013		2014	
março a junho	julho a dezembro	janeiro a junho	julho a dezembro	janeiro a junho	julho a dezembro	janeiro a junho	julho a dezembro
Cumprimento das obrigações do programa de pós-graduação: disciplinas e créditos adicionais	Resolução dos subproblemas 1, 2 e 3. Etapas: revisão bibliográfica, coleta e tratamento de dados iniciais	Redação da dissertação e preparação para qualificação	Redirecionamento pós-qualificação: Inclusão de novos desdobramentos à estrutura da pesquisa. Redefinição e alinhamento dos procedimentos metodológicos com a inclusão dos subproblemas 4, 5 e 6. Redefinição e alinhamento da etapa de revisão bibliográfica inicial.	Estágio 1: Análise, sistematização e descrição dos resultados referentes à resolução dos subproblemas 1, 2 e 3.	Estágio 2: Análise, sistematização e descrição dos resultados referentes à resolução dos subproblemas 4 e 5.	Estágio 3: Análise, sistematização e descrição dos resultados referentes à resolução do subproblema 6.	Finalização: conclusão e considerações finais
Início da delimitação da problemática e recorte da pesquisa	Estágio Supervisionado em Docência I (PAE)	Depósito do Memorial de Qualificação: 13 de maio Qualificação: 13 de junho	Estágio Supervisionado em Docência II (PAE)	Redação da dissertação	Redação da dissertação	Redação da dissertação	Preparação para Depósito
	Publicação de artigos	Publicação de artigos	Outubro: Pesquisa contemplada com o Prêmio Rumos Itaú Cultural.	Publicação de artigos	Publicação de artigos	Finalização: conclusão e considerações finais	Preparação para Defesa

Quadro 3: Cronograma geral das atividades.

4 RESULTADOS: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÕES

4.1 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 1

Nesta seção serão apresentadas análises elaboradas acerca de aspectos constitutivos do campo do design, correspondentes à resolução do subproblema 1 da estrutura metodológica.

4.1.1 Concatenação de algumas possíveis perspectivas acerca do surgimento e consolidação do campo de design e de seu ofício

O cenário que possibilita o surgimento do design enquanto profissão é decorrente da transformação dos meios de produção e da reorganização do trabalho desencadeados pela Revolução Industrial, no século XIX. Com o desenvolvimento da industrialização e mecanização do processo produtivo houve uma reorganização da produção e o redimensionamento de sua capacidade (Heskett, 2006). Deste modo, a proeminência da máquina no setor de produção, caracterizada pela desvinculação do processo produtivo artesanal, teve por consequência grandes alterações na estrutura do trabalho dentro das fábricas, assim como nos produtos em si. Inserido neste contexto surge o profissional designer, porém com uma definição e abrangência diferente da qual se emprega hoje.

O novo paradigma instaurado pela transição da produção artesanal para a industrial tem como personagem central a figura do negociante capitalista, detentor dos meios de produção, que subjuga o operário e o processo como um todo ao seu comando (Niemeyer, 2007). A segmentação das tarefas e operações destinadas à fabricação do objeto transforma o trabalho em atividade alienante para grande parcela da população, como evidencia Cardoso (2008, p 33):

Separando os processos de concepção e execução, e desdobrando esta última em uma multidão de pequenas etapas de alcance extremamente restrito, eliminava-se a necessidade de empregar trabalhadores com um alto grau de capacitação técnica. Em vez de contratar muitos artesãos habilitados, bastava um bom designer para gerar o projeto, um bom gerente para supervisionar a produção e um grande número de operários sem qualificação nenhuma para executar as etapas, de preferência como meros operadores de máquinas.

Esta segmentação exerceu enorme influência sobre a configuração do objeto produzido neste período. Segundo Lobach (2011), o foco das ações era direcionado por princípios do modelo econômico capitalista, sendo que o aumento da produtividade e o baixar dos custos eram prioridades, enquanto questões projetuais eram subjugadas. Esta lógica permeou e delimitou o emprego de capital e a organização dos meios de produção e, por consequência, interferiu marcadamente na aparência visual dos produtos.

Ainda sobre esta reestruturação dos ofícios, Niemeyer (2007) observa que diante do afastamento do artesão do comando e organização do processo produtivo, a figura do capitalista se coloca à frente da coordenação da produção. Os interesses e compromissos se voltam para o acúmulo de capital, sem grandes preocupações com a configuração dos objetos ou questões relacionadas ao usuário, neste momento, relegado à condição de comprador.

Com o intuito de promover as novidades e avanços introduzidos pela máquina, em meio a este contexto, organizou-se em 1851 a Grande Exposição dos Trabalhos de Indústria de Todas as Nações, no Palácio de Cristal, projetado por Joseph Paxton. A maior contribuição do evento, segundo Niemeyer (2007), pode ser percebida no impacto provocado pela grande diversidade dos objetos lá expostos, sobretudo junto aos fabricantes. Para Cardoso (2008), a exposição proporcionou novos rumos à atividade de produção de bens industrializados, devido ao modelo de interação posto em prática na feira, onde “os diversos fabricantes sujeitavam à inspeção do público e também dos concorrentes não somente os seus produtos, mas também os seus processos e técnicas de fabricação.” (CARDOSO, 2008, p.90), gerando inúmeras críticas aos produtos.

Em contraposição ao discurso defendido e promovido pelos industriais, surge na Inglaterra, na segunda metade do século XIX, o movimento *Arts and Crafts*, tendo como grande representante Willian Morris. O movimento renegava o contributo da industrialização e evidenciava os seus efeitos danosos à sociedade, que se faziam perceptíveis no empobrecimento de grande parcela da população, trabalhando como operários nas fábricas por salários irrisórios, e na alteração dos ambientes, transformados em distritos industriais (Burdek, 2006).

Manifestavam-se a favor do retorno à produção artesanal e repudiavam a estética resultante da produção industrial, pois advogavam que as condições e o ambiente em que o ofício era desenvolvido se apresentavam como determinantes para a manutenção da qualidade da produção, sendo tão ou mais importantes quanto a habilidade manual do artífice (NIEMEYER, 2007). A reivindicação, no entanto, foi suprimida diante dos benefícios e possibilidades advindos do paradigma da industrialização, deixando como legado a discussão crítica da produção seriada de bens. Tal enfoque exerceu importante influência no futuro do ensino do design e nas discussões posteriores, como argumenta Niemeyer (2007, p. 34):

A associação que o movimento *Arts and Crafts* estabeleceu, entre o trabalho manual e a boa qualidade dos produtos, foi determinante para o futuro ensino do design. Hoje os ateliês e as oficinas têm destaque nos cursos de design que não está presente nos de arquitetura ou de engenharia.

No início do século XX, desenvolve-se na Alemanha, um cenário de crítica sobre o objeto, sua produção e seu entorno, contudo, sem o caráter de ruptura entre o universo industrial e artesanal, cerne do *Arts and Crafts*. No ano de 1907, é fundada em Munique a Deutsche Werkbund (Liga de Ofícios Alemã), uma associação composta por representantes de diversas áreas, dentre eles artistas, artesãos, industriais e publicitários que tinham como objetivo aprimorar a integração do trabalho da indústria, da arte e do artesanato pelas vias da formação e do ensino (BURDEK, 2006). Propunham a inserção e efetiva participação, tanto do fabricante quanto do usuário, nas discussões acerca de princípios de qualidade, simplicidade e planejamento dos produtos, a fim de informar e fomentar o pensamento crítico sobre o objeto. Para tanto, houve o investimento em publicações, conferências, debates e exposições (Niemeyer, 2007).

Maldonado (2009) destaca que esta abordagem diferenciada trouxe grande contribuição para o desenvolvimento de crítica e reflexão acerca dos objetos e decorações obsoletos que estavam em produção massiva no período. Não apenas o viés sociocultural era abordado, mas também suas implicações econômico-produtivas eram questionadas, como o grande desperdício de matéria-prima. Contudo, Niemeyer (2007) explicita a presença de certa dicotomia nos conceitos defendidos pela Deutsche Werkbund, representada nas figuras de Muthesius e Henry van de Velde, destacada no fragmento a seguir (NIEMEYER, 2007, p.39):

Em 1914, a Werkbund organizou uma exposição em Colônia, na Alemanha. Nessa ocasião houve um memorável debate entre Muthesius e Henry Van de Velde, em que a oposição entre eles definia a distinção do individualismo e a subjetividade de uma arte aplicada à produção em massa, proposta por Van de Velde, e o racionalismo e a nova objetividade próprios do processo industrial, como sustentava Muthesius.

Tais questionamentos e discussões promovidos na Alemanha deste período alcançariam ainda maior destaque nas décadas seguintes, influenciando o surgimento de instituições de ensino de grande relevância na formação profissional e construção do aporte teórico do design enquanto disciplina, sendo estas a Bauhaus e a Escola de Ulm, melhor detalhadas nas seções subsequentes.

4.1.1.1 Instituições de ensino de design da Alemanha no início do século XX

4.1.1.1.1 Bauhaus

A Staatliches Bauhaus (Casa de Construção Estatal) é fundada no ano de 1919, tendo como principal diretor Walter Gropius, entre 1919 e 1928, sucedido por Hannes Meyer, de 1928 a 1930, e Mies van der Rohe, de 1930 a 1933. Sua trajetória é marcada por distintos períodos em diferentes cidades: Weimar (1919-1924), Dessau (1925-1930) e Berlim (1930-1933). A alternância entre direções e localidades demarca também profundas revisões de conteúdo e de direcionamento conceitual no interior da escola.

O Estilo Bauhaus, que deu notoriedade à produção desenvolvida pela escola, não é propriamente uma unanimidade ao longo de sua existência. A perspectiva de Cardoso (2008), por exemplo, não contesta a relevância da escola para a consolidação do design, mas a propagação de uma imagem idealizada, que se sobrepõe às nuances e diferentes direcionamentos intrínsecos ao percurso de consolidação da instituição. Este posicionamento é também evidenciado por Maldonado (2009, p. 70) no seguinte fragmento: “Nasce o mito de uma Bauhaus identificada exclusivamente com o período de 1923-1928, a época de Gropius: a Bauhaus do Estilo *Bauhaus*. O resto não existe ou quase.”. O autor contesta, ainda, o caráter racionalista atribuído a Gropius sem a devida contextualização com as diferentes direções e períodos da escola.

Segundo Maldonado (2009), a imagem cristalizada da escola refere-se apenas a determinada fase de sua trajetória, a qual perpetuou o Estilo Bauhaus advindo da forte influência de Theo van Doesburg e do movimento De Stijl, em Weimar. Deste modo, a estética Stijl passou a permear discussões e práticas da Bauhaus, mesmo sem van Doesburg ter lecionado na instituição e com demonstrada resistência de Gropius. Acerca desta divergência, Maldonado (2009, p. 63) destaca o seguinte:

À estética dominante na Bauhaus de então, que exaltava o artesanato e o expressionismo irracional, van Doesburg contrapõe a estética Stijl, que glorifica a máquina e o controle racional do processo criativo. Anuncia um repertório de formas 'puras', que brotaram de um drástico reducionismo: um limitado número de figuras (só quadrados e retângulos), de sólidos geométricos (só paralelepípedos) e de cores (só as fundamentais). Em suma, a conhecida morfologia Stijl.

Contudo, Maldonado (2009) e Cardoso (2008) reiteram a contribuição da escola ao desenvolvimento e consolidação do campo do design, sobretudo no âmbito pedagógico, assim como, seu papel para a propagação da compreensão do design enquanto atividade ao mesmo tempo unificada e global, abrangendo múltiplos aspectos das interações humanas (CARDOSO, 2008).

Em meio a um cenário político e econômico extremamente delicado, Bauhaus tem o encerramento forçado de suas atividades durante a Segunda Guerra Mundial, o que não impede a disseminação de seu legado e de sua contribuição para a estruturação de uma estética modernista e para a difusão do funcionalismo, exercendo futuramente forte influência na consolidação da Escola de Ulm.

4.1.1.1.2 Escola de Ulm

Ainda na Alemanha, após o término da Segunda Grande Guerra Mundial, Inge Scholl cria a Fundação Irmãos Scholl em homenagem a seus irmãos, Hans e Sophia Scholl, executados durante o governo nazista. A partir disto, inicia mobilização por captação de verbas para a construção de uma escola inicialmente destinada ao campo das ciências políticas (Niemeyer, 2007). Inge Scholl e sua fundação tinham como objetivo a construção de uma escola que unificasse saber profissional, articulação cultural e responsabilidade política. Participaram do desenvolvimento das bases conceituais desta escola Otl Aicher e Max Bill, o que

definiu seu direcionamento para as discussões de design, resultando então, em 1953, na fundação da Hochschule für Gestaltung de Ulm, a Escola de Ulm. (BURDEK, 2006).

Inicialmente, a Escola de Ulm, foi gerida pela tentativa de estabelecer uma relação de continuidade ao modelo Bauhaus, posicionamento evidenciado no discurso de inauguração da instituição, proferido por Walter Gropius, em 1955 (Maldonado, 2009). Max Bill, ex-aluno da Bauhaus, foi nomeado como primeiro diretor, porém, os preceitos artísticos defendidos por ele não coincidiam com os novos rumos que a HfG Ulm estava tomando e propondo, provocando sua destituição do cargo. Foi sucedido, então, pelo designer argentino Tomás Maldonado, o que pontuou um novo direcionamento para a instituição e a ruptura com o modelo bauhausiano (NIEMEYER, 2007, p. 46):

Bill, que fora diretor da Escola de Ulm de 1953, quando começou a funcionar, a 1956, privilegiava a questão formal do projeto, em detrimento de questões de uso, de produção e de mercado. A sua proposta de curso desagradava ao corpo docente, que aspirava em fazer da escola um polo de reflexão e produção em design de base tecnológica.

O programa do curso foi revisto de modo a reforçar seu comprometimento com a tradição do racionalismo alemão e rigor projetual. Novas disciplinas foram adicionadas ao currículo, dentre elas: Ergonomia, Técnicas Matemáticas, Economia, Física, Ciências Políticas e Teoria da Ciência (BURDEK, 2006).

Reside neste ponto o que Burdek (2006) ressalta como principais contribuições da escola, a sistematização do campo acadêmico e a teorização sobre a atividade. Em consideração à sua contribuição metodológica, o autor ainda destaca que grande parte do que foi desenvolvido em Ulm se consolidou enquanto repertório para a profissão, como a discussão acerca do pensamento sistemático sobre problematização e métodos de análise e síntese.

A influência do design alemão acontece de modo especial junto a configuração do campo do design no Brasil. Na década de 1950, por intermédio do Instituto de Arte Contemporânea do Museu de Arte de São Paulo, IAC-Masp, bolsas de estudo para a Escola de Ulm foram concedidas a profissionais brasileiros, dentre os quais o designer Alexandre Wollner que, posteriormente, estaria à frente do projeto que na década seguinte consolidaria o primeiro curso de ensino superior em design do Brasil (NIEMEYER, 2007).

A partir das articulações de Max Bill, ex-aluno da Bauhaus e então diretor da Escola de Ulm, com o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, foi elaborado por Tomás Maldonado o programa curricular destinado à fundação da Escola Técnica de Criação que, por problemas com captação de recursos, não foi implantada. Esta abertura de diálogo influenciaria na elaboração do projeto de ensino do primeiro curso em nível superior em design do país, à época denominado desenho industrial. Em 1962 seria fundada a Esdi, Escola de Desenho Industrial, às bases do modelo ulminiano (NIEMEYER, 2007).

Considera-se importante ressaltar este diálogo do design brasileiro com o design alemão, em especial com a Escola de Ulm, uma vez que é adotada a perspectiva de Maldonado (2009) como norteadora da seção seguinte, onde serão apresentados elementos referentes à definição do conceito de design e a constituição e construção do campo.

4.1.2 Considerações acerca da exploração de diferentes conceituações e definições do termo “design”

Na tentativa de explorar e delimitar uma definição para o termo design é possível encontrar em Maldonado (2009) e Cara (2010) a proposição de uma incursão nas definições elaboradas pelo *International Council of Societies of Industrial Design*, Icsid, desde a década de 1950 até a mais atual. Ora centrada no papel do profissional e suas atribuições, como proposto em 1957, ora tangenciando e problematizando relações e diálogos com outras áreas como arte e artesanato, em 1962. O próprio teórico Tomás Maldonado tem grande influência nestas discussões, em seu discurso no congresso realizado pelo Icsid, em 1969, evidenciava o design enquanto disciplina projetual de grande interdependência com o contexto ambiental em que está inserido. E, finalmente, a redação mais recente, segundo Cara (2010, p. 27), sugere como definição mais atualizada a seguinte:

“Design is a creative activity whose aim is to establish the multi-faceted qualities of objects, processes, services and their systems in whole life cycles. Therefore, design is the central factor of innovative humanisation of technologies and the crucial factor of cultural and economic exchange.”

Deste modo, cabe destacar a fala de Cara (2010) ao defender o percurso como mais importante do que a definição única ou fixa e que a elaboração de diferentes definições ao longo das décadas aponta para um desenvolvimento em constante atualização junto às demandas e transformações sociais e produtivas.

A definição rígida e conclusiva, sob a perspectiva de Maldonado (2009), cede espaço a uma flexibilização que se relaciona ao contexto, propondo que, substancialmente, a tarefa do designer deveria concentrar-se em “mediar dialeticamente entre necessidades e objetos, entre produção e consumo” (Maldonado, 2009, p 17). Contudo, o profissional imerso em sua rotina pode não compreender a abrangência e interferência de sua atividade na sociedade. Segundo o autor, isto contribui para difundir a concepção de design como intervenção isolada ou, ainda, serviço prestado à indústria. Em conformidade, Cara (2010, p 28) complementa:

(...) definitivamente, percebe-se que esta dialética ocorre de formas diferentes em contextos geográficos e temporais distintos. Constata-se que, a partir das noções analisadas, o desenvolvimento do design não apresenta uma estrutura linear ou cíclica e menos ainda, definitiva ou estática; mas predominantemente relativa.

Juntamente à necessária definição do termo design, é comum deparar-se com o estudo etimológico da palavra para situar o ponto de partida de determinada conceituação. Desde a década de 1980, adotou-se no país o termo em língua inglesa, “design”, em substituição à terminologia “desenho industrial”, enfatizando a constante necessidade de dissecação etimológica. Considera-se válido acrescentar as distinções semânticas presentes na língua inglesa, porém, ausentes na língua portuguesa, destacadas por Niemeyer (2007, p. 26):

A palavra do idioma inglês design é de origem latina, de designo, -as, -are, -avi, -atum, com os sentidos de designar, indicar, representar, marcar, ordenar, dispor, regular (Queiróz, 1961). Design significa projeto, configuração, se distinguindo da palavra drawing – desenho, representação de formas por meio de linhas e sombras. Estas distinções estão presentes também no idioma espanhol: diseño para a atividade projetual e dibujo para a realização manual.

Neste contexto, uma profusão de interpretações é gerada, juntamente com a popularização e banalização do termo, sendo necessária a verificação de referenciais antes mesmo que a argumentação principal de determinado estudo seja apresentada.

É interessante ressaltar, desta forma, a colocação de Niemeyer (2007) ao identificar um percurso recorrente entre diferentes estudos referentes ao design no país. Grande parte dos estudos opta pelo mesmo ponto inicial, a definição do termo, demonstrando certa dificuldade do campo em encontrar concordância sobre o que é design, pelo próprio caráter abrangente e sistêmico da área. Tendo em vista esta amplitude de concepções distintas, tais estudos e autores optam por explicitar quais concepções norteiam sua argumentação.

Em conformidade com o tema levantado, Lobach (2011) defende que desde o início seja apresentado o ponto de vista sob o qual se discute design, uma vez que isto definirá a argumentação posterior, assim como a escolha do repertório em que será fundamentada tal argumentação.

Diante de uma possível variação e escolha do viés pelo qual se definirá design, o termo acaba por sofrer um esvaziamento de sentido, dando margem a interpretações errôneas e, até mesmo, contrárias ao seu significado central, o que gera uma superficialidade do discurso refletida no campo como um todo. Niemeyer (2007) corrobora tal perspectiva ao destacar a ampla utilização do termo sem grande preocupação com o envolvimento de trabalho conceitual e projetual, relacionando-o apenas a intervenções superficiais na forma ou ao projetar voltado para o consumo conspícuo. Bonsiepe (2011, p. 224) também se posiciona quanto à confusão gerada por esta instabilidade de referenciais:

Até o momento, usei preferencialmente as palavras 'projeto' e 'projetar' em vez da palavra 'design'. Isso poderá parecer incômodo aos que preferem usar a denominação 'design'. Esse distanciamento do conceito de 'design' tem seu motivo. No processo de popularização do termo design nos anos 1990, e sua consequente banalização, o design afastou-se da sua categoria do projeto, tendo hoje uma existência independente. (...) Assim, nesse contexto, uso preferencialmente o termo 'projeto' e, às vezes, recorro ao uso do termo 'design', quando as nuances semânticas não levam a confusões.

Em vista deste contexto, de necessidade de flexibilização de uma definição rígida e conclusiva, porém com os riscos de um esvaziamento de significação, o presente estudo encontra-se no mesmo momento de dificuldade apresentado por Niemeyer (2007) sobre explicitar a perspectiva adotada a partir dos autores selecionados. A fim de explorar esta flexibilização apresenta-se o entrelaçar de diferentes definições e conceitos norteadores da pesquisa, a partir de autores que também evidenciam esta característica não conclusiva ou fixa sobre a definição de design.

A partir da ótica de Lobach (2011), entende-se design como o processo de configuração do entorno artificial produzido pelo homem, por meio da materialização de uma ideia para a satisfação de necessidades, residindo nesta atividade - de concretizar uma ideia em produto de uso com a finalidade de satisfazer uma necessidade - a ação do designer.

Lobach (2011) destaca que o homem utiliza o processo de materialização de ideias para sanar suas necessidades físicas e psíquicas e que muitas destas necessidades são satisfeitas por intermédio da confecção e utilização de objetos. Com base nesta informação, diante da profusão de objetos encontrados no ambiente habitado pelo homem, o autor desenvolve sua argumentação a partir da classificação preliminar de quatro categorias de objetos passíveis de sanar necessidades humanas, sendo estas: objetos naturais, existentes em abundância sem influência do homem; objetos modificados da natureza; objetos de arte e, por fim, objetos de uso.

Apresenta, não de modo estanque ou definitivo, a classificação de diferentes práticas e interações a partir da análise dos objetos de uso, com grande ênfase nas categorias delimitadoras dos produtos industriais a serem projetados por designers.

Acerca dos aspectos funcionais da configuração do produto, com a finalidade de explorar e delimitar os diferentes tipos de necessidades que durante o processo de utilização serão sanadas, Lobach (2011) delimita a categorização das funções dos produtos, distinguindo-as entre funções práticas, funções estéticas e funções simbólicas.

Deste modo, a configuração do produto industrial tende a priorizar uma função, relegando as demais ao segundo plano. Como, por exemplo, a configuração prático-funcional, quando foca nos elementos de utilização e nas necessidades físicas, ou ainda, a configuração simbólico-funcional, quando se exalta o potencial indicador de status e poder de um objeto.

Em seguida, Lobach (2011) estabelece paralelo entre a modificação do ambiente natural pela interferência do homem e a atuação do profissional de design, ressaltando que a atividade tem posição demarcada junto à configuração do ambiente artificial produzido pelo homem, em específico, no segmento da produção industrial de objetos. Como esta configuração se estabelece juntamente com intrincadas relações sociais, Lobach (2011) defende que um dos elementos

determinantes da atividade do designer estaria em representar os interesses do usuário em meio a esta produção.

Tais categorizações elaboradas por Lobach (2011) contribuem para pontuar a atividade de design como inserida em um processo maior de interações da sociedade, em concordância com a já mencionada perspectiva de Maldonado (2009) acerca da compreensão do ambiente e do contexto como elementos relacionados à prática projetual vinculada ao design. Esta argumentação também se vê refletida na fala de Burdek (2006, p.225):

A configuração não se dá em um ambiente vazio, onde se brinca livremente com cores, formas e materiais. Cada objeto de design é o resultado de um processo de desenvolvimento, cujo andamento é determinado por condições e decisões - e não apenas por configuração. Os desenvolvimentos socioeconômicos, tecnológicos e especialmente os culturais, mas também os fundamentos históricos e as condições de produção técnica têm papel importante, assim como os fatores ergonômicos ou ecológicos com seus interesses políticos e as exigências artístico-experimentais. Lidar com design significa sempre refletir as condições sob as quais ele foi estabelecido e visualizá-las em seus produtos.

A partir de tais formulações, ressalta-se aqui a contraposição das perspectivas analisadas em relação ao conceito de *styling*, que, no início do século XX, em resposta à grave crise econômica iniciada no final da década de 1920 surge nos Estados Unidos como nova prática em meio à produção de objetos utilitários convencionais. Segundo Cardoso (2008), o termo refere-se pejorativamente ao trabalho produzido pelos designers americanos, pautados em obsolescência e substituição de produtos antes de sua função utilitária ter se esgotado, tendo como principais representantes Raymond Lowey, Henry Dreyfus e Walter Dorwin Teague. Tem como principal direcionamento a exacerbação de elementos estéticos, com vistas a intensificar o consumo, como evidencia Maldonado (2009, p. 46), o *styling*:

Procura tornar o produto superficialmente atraente, em detrimento, muitas vezes, da sua qualidade e conveniência; que procura o seu envelhecimento artificial, em vez de prolongar a sua fruição e utilização. (...) Neste contexto, o *styling* aparece como um dos principais expedientes para o aumento das vendas e, indiretamente, assume o papel de 'centro nervoso' do capitalismo monopolista.

Em meio à sociedade de consumo em massa, as regras impostas pelo sistema produtivo em que o design está inserido propõem novos desafios à prática projetual. A condição de intermediário entre os interesses da indústria e do usuário, defendida por Lobach (2011), sofre interferência deste meio.

Ao somente atender à perspectiva do fabricante na organização da produção industrial contemporânea, sob o domínio da obsolescência programada, o design acaba por ser utilizado como ferramenta de propulsão de vendas e, novamente, ocorre o esvaziamento de sentido de sua natureza e de sua função.

Neste sentido, Lobach (2011) reitera que a configuração de produtos industriais de determinada época preconiza a observação e compreensão das vivências e hábitos em questão, para que cada projeto tenha sua efetiva contribuição para a sociedade questionada e seus possíveis aspectos negativos avaliados.

4.2 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 3

Nesta seção serão apresentadas análises elaboradas acerca de aspectos constitutivos do campo da moda, correspondentes à resolução do subproblema 3 da estrutura metodológica.

4.2.1 Concatenação de algumas possíveis perspectivas acerca do surgimento e conceituação do termo “moda”

O termo “moda” apresenta diferentes interpretações e, de fato, existem diversas acepções relacionadas à sua significação, variando pelo contexto e perspectiva adotados, porém, é geralmente associado ao supérfluo, fútil e efêmero. Este clichê de difícil transposição rotula e estereotipa a moda como um todo, sobrepondo possibilidades de explorar e aprofundar outros pontos de vista, como suas interações sociais, culturais e projetuais, o que possivelmente pode ter influenciado sua legitimação enquanto objeto de pesquisa acadêmica.

A partir da revisão de literatura é proposta, nesta seção, a concatenação de alguns dos principais autores do campo da moda com o intuito de analisar diferentes conceituações e traçar possíveis conexões, a fim de fomentar o estudo plural de sua trajetória ao entrelaçar diferentes perspectivas.

Inicia-se o percurso analítico pela recorrente conceituação de moda vinculada à estratificação social, fundamentando-se na dinâmica de distinção e imitação entre classes, representada na tentativa de uma classe de poder aquisitivo mais elevado se manter à frente das demais, instaurando uma constante e dinâmica troca de referenciais estéticos e simbólicos, tendo como marca o culto à novidade, como destacado por Lipovetsky (2009, p. 60) no seguinte fragmento:

Segundo um modelo cuja paternidade é atribuída habitualmente a Spencer, (...) as classes inferiores, em busca de respeitabilidade social, imitam as maneiras de ser e de parecer das classes superiores. Estas para manter a distância social e apagar suas marcas, veem-se obrigadas à inovação, a modificar sua aparência uma vez alcançada por seus concorrentes. (...) Desse duplo movimento de imitação e distinção nasce a mutabilidade da moda.

Neste sentido, Simmel (2008, p. 170) argumenta que a essência da moda consiste em que apenas parte de determinado grupo a exerça, enquanto os demais se mantenham em vias de exercê-la. A partir do momento em que todos adotam o que foi proposto como moda por determinado grupo de indivíduos, isto deixa automaticamente de ser moda. Exerce, assim, a dupla função de, por um lado, unir os pares e, de outro, por meio da exclusão, reforçar o não pertencimento ao grupo. Simmel (2008) defende ainda, que a moda somente se concretiza dentro da estrutura da sociedade dividida em classes, sendo dependente deste fator para se desenvolver e faz, ainda, referência a dois acontecimentos que corroboram sua perspectiva.

O primeiro, ocorrido em Florença, no ano de 1390, demonstra a ausência de moda em relação ao vestuário masculino devido à grande profusão e particularidade dos trajes, não havendo predominância de um único modelo. “Aqui falta um dos momentos, a necessidade de união, sem a qual não há moda” (SIMMEL, 2008, p. 170). O seguinte refere-se à ação premeditada da nobreza veneziana: a fim de não evidenciar seu menor número perante as massas, renuncia à moda vigente e à distinção social por meio do vestuário. “Não havia aqui, portanto, nenhuma moda porque faltava seu outro elemento constitutivo, pois a diferenciação em relação às camadas mais baixas era propositalmente evitada.” (SIMMEL, 2008, p. 170).

Lipovetsky (2009) argumenta que a definição da moda por sua vertente de estratificação social não deve ser a única a ser considerada. De acordo com sua perspectiva, a moda tem origem determinada no final da Idade Média, com a manifestação da distinção entre feminino e masculino no vestuário, no século XIV.

A partir disto, o autor compreende a moda enquanto fenômeno ocidental moderno, não existindo em todas as épocas e sociedades, pois somente este momento compartilha de todos os elementos necessários para sua concretização: culto à novidade, à aparência e ao efêmero, em conjunto com a mudança precipitada das variações. Características estas que não se manifestam em outros tempos ou sociedades pelo apego à tradição e ao passado representado pelas convenções ancestrais ditando as regras do presente.

O autor enfatiza que o conceito de moda se estabelece em consonância à ruptura com o paradigma da tradição e a adesão ao paradigma da mudança. Somente neste momento há a abertura propícia para a manifestação de traços de individualidade e personalidade por meio da exacerbação de elementos do vestuário, vinculado ao efêmero e ao frívolo.

Christo e Cipiniuk (2012) reiteram que Lipovetsky (2009) tem posicionamento contrário à análise do fenômeno moda como mecanismo de distinção social e defende seu estudo por um paradigma distanciado da abordagem da luta de classes. Este viés pode ser observado no fragmento destacado a seguir (Lipovetsky, 2009, p. 67):

A moda não é o corolário do consumo conspícuo e das estratégias de distinção de classe, é o corolário de uma nova relação de si com os outros, do desejo de afirmar uma personalidade própria que se estruturou ao longo da segunda Idade Média nas classes superiores.

Contudo, faz-se necessário ressaltar o recorte da proposta de Lipovetsky (2009), uma vez que o autor delimita a moda em questão como exclusivamente aristocrática, ou seja, atrelada à elite dominante deste período: “a moda já revela seus traços sociais e estéticos mais característicos, mas para grupos muito restritos que monopolizam o poder de iniciativa e criação” (LIPOVETSKY, 2009, p. 27). É possível aferir que tal mudança de paradigma, da recusa da tradição pela busca da novidade intermitente a fim de expressar individualidade, é de fato usufruída por uma restrita parcela da sociedade em questão e que, “certamente, as inovações permaneceram um privilégio de classe” (LIPOVETSKY, 2009, p. 68).

É possível visualizar, a partir da argumentação de Lipovetsky (2009), que a estrutura social em que a moda deste período está inserida é crucial para seu desenvolvimento. À medida que esta se estabelece enquanto prerrogativa de classe torna-se dependente da manutenção da distinção entre as classes, estabelecendo assim um paralelo com a conceituação da estratificação social.

No entanto, tais perspectivas não devem ser consideradas concorrentes, buscando uma suplantar a outra. Observa-se como necessário o incentivo a constante interação entre as conceituações. As dinâmicas da imitação e distinção e da singularidade e coletividade devem ser consideradas para o estudo da moda em sua totalidade.

Em meio a este contexto, destaca-se que Simmel (2008, p. 174) já abordara a questão da individualidade, proposta por Lipovetsky (2009), e expõe os limites de tal expressão individual dentro da estrutura social:

No caso do bobo da moda, suas exigências sociais atingem uma altura tal que tomam a aparência de individualidade e de particularidade. O que o caracteriza é que ele empurra a tendência da moda para além dos limites observados ordinariamente (...). Assim, ele apresenta uma individualidade que consiste no exagero quantitativo de elementos que, por sua qualidade, também são bens comuns do respectivo círculo. Ele vai na frente dos outros – mas, exatamente, sobre a mesma via. Como representa a última extremidade do gosto público, parece que ele marcha na frente de todos. Mas, na realidade, vale para ele o que vale infinitas vezes para a relação entre o singular e a coletividade: que o guia é, na verdade, guiado.

Diante desta colocação, considera-se que nem toda frivolidade é gerada apenas pelo gosto enfadonho de uma classe abastada, assim como, nem toda efemeridade é autônoma e ingênua. Grumbach (2009) relata um importante momento que pontua esta perspectiva: no século XIX, o costureiro Charles Worth apresenta rendas de Lyon à imperatriz Eugênia, que não aprecia e recusa a oferta. Porém, por intermédio de Napoleão III, Worth convence-a sob o pretexto de que isto estimularia a indústria têxtil lionesa, trazendo ganhos efetivos à economia francesa.

O uso da referida renda não foi direcionado somente por frivolidade, mas também por conta da influência exercida pelos monarcas na corte e, principalmente, pela consciência dos mesmos sobre a persuasão que sua posição na hierarquia aristocrática lhes proporcionava.

Neste sentido, cabe ainda ressaltar o papel desempenhado pelas mulheres no lançamento de novas modas. A representatividade da mulher na elite aristocrática do referido período se resume a uma presença ornamental. O interesse pela vida política ou outros assuntos tidos como sérios pela corte, não se aplicavam à educação feminina, dedicada à função de objeto de ostentação do poder financeiro de sua família ou marido.

Como evidenciado por Crane (2006), as vestimentas coercitivas e ornamentais deste período eram compreendidas como componentes de elegância. A ociosidade aristocrática era aceita como estilo de vida apropriado para mulheres de classes mais altas, pois indicava que possuíam empregados e não desempenhavam trabalhos domésticos ou qualquer ofício para além do ambiente domiciliar. Neste contexto, segundo Simmel (2008), os desdobramentos da individualidade eram circunscritos à aparência por meio de extravagâncias compensatórias. A mulher aristocrática reivindicava sua posição dentro do domínio da moda, até onde era permitido.

Novamente a conceituação sobre a manifestação da individualidade e personalidade deste período é posta frente a questões que delimitam sua amplitude, pois não é exercida livremente, pelo contrário, é estritamente circundada por convenções sociais do período, no entanto, não se tratando apenas da segmentação em classes, mas também tangenciando distinções de gênero.

Exemplo contundente desta perspectiva é o surgimento dos trajés *bloomers* nos Estados Unidos, na década de 1850. Sua denominação provém de sua criadora, Amélia Bloomer, feminista adepta da reforma do vestuário feminino que passou a utilizar uma calça volumosa sobreposta por uma saia mais curta, proporcionando maior mobilidade e conforto, conforme ilustrado a seguir (figura 1).



Figura 1: Traje *bloomer*. Fonte: Crane, 2006.

Apesar do aparente sucesso como moda e da liberdade de movimentos que proporcionava às mulheres, tal manifestação de individualidade por meio do vestuário foi revogada. Atitude um tanto contraditória ao paradigma em que se é permitido e encorajado o apreço pela novidade, em que é de bom tom a mulher de alta classe estar em dia com os novos ditames da moda. O uso do traje era interpretado como afronta à autoridade masculina, causando grande impacto, como evidenciado por Crane (2006, p. 229):

As mulheres que o usavam atraíam grandes multidões, geralmente agressivas e formadas por homens. O grau de assédio era tal que a maioria delas parou de usá-lo em público poucos meses depois de seu lançamento. Mas continuou defendido por feministas e outras mulheres, que alegavam ser ele saudável, promover a independência feminina e aumentar sua possibilidade de executar movimentos.

Nesta ocasião, nota-se o caráter de contraposição à ordem social presente no uso, pela mulher, de uma peça destinada a homens, uma vez que, ainda segundo Crane (2006), a vestimenta constituía uma forma de controle social e contribuía para a manutenção da mulher deste período em papéis dependentes e subservientes.

Desta forma, a exposição de tais argumentos possibilita considerar que a expressão individual é permitida e encorajada desde que não represente grande contradição ou afronta ao grupo dominante e suas regras já estabelecidas. Tal perspectiva é também evidenciada por Souza (1987, p. 129), no momento em que a moda “tanto pode refletir as transformações sociais como opor-se a elas através de inúmeros subterfúgios, toda vez que há perigo de uma aproximação excessiva entre as classes e os sexos”.

Estas dinâmicas da vestimenta para além das aparências constituem aspectos importantes do sistema de moda. Isto reitera a perspectiva de Lipovetsky (2009) que defende a moda não afixada a conteúdos de um objeto concreto e determinado. O autor caracteriza-a, principalmente, por se tratar de um dispositivo social que pode afetar distintos aspectos da vida coletiva e não apenas os relacionados ao vestuário.

A conjugação e interação das diferentes perspectivas abordadas aqui, assim como as demais possíveis aqui não relatadas, formam esta moda dinâmica e plural, considerando-a mais como uma sobreposição de diferentes camadas, sendo a mais explícita e superficial, a que encobre todas as outras, a da frivolidade e futilidade.

O atual momento da moda enquanto campo acadêmico possibilita ampliar discussões para além do efêmero e da distinção entre classes sociais. Para Fiorini (2008), a moda pode ser caracterizada como “produto do contexto particular de cada época e de um lugar determinado” (FIORINI, 2008, p. 103), que retrata e cristaliza por meio da vestimenta aspectos de um dado tempo e dada sociedade, elemento este destacado por Cunnington (1937 apud SOUZA, 1987, p. 45): “A arte da vestimenta está intimamente associada aos princípios morais, um importante aspecto dos quais representa, por assim dizer, pictoricamente”.

Neste sentido, temas como diversidade cultural, responsabilidade social e sustentabilidade, entre tantos outros, também se colocam como importantes perspectivas em complemento a conceituações e definições já existentes e consolidadas, cabendo ao próprio campo incentivar a conexão entre diferentes abordagens, assim como suas possíveis convergências ou contradições.

Este panorama amplo e plural se coloca como norteador para as seções seguintes deste capítulo, no intuito de esquadrihar articulações e desdobramentos que permitiram a consolidação do ofício de produção de vestuário, assim como as demais interações e modificações do próprio perfil do profissional vinculado a esta prática.

4.2.1.1. Desdobramentos do conceito de moda e da formalização de seu ofício no início do século XIX

A perspectiva de Lipovetsky (2009) se faz recorrente em publicações brasileiras em relação à tentativa de localizar as motivações iniciais que possibilitaram o desenvolvimento do conceito de moda. Como já apresentado anteriormente, o autor defende que o fenômeno moda tem origem no momento em que se possibilitou a ruptura do paradigma da tradição em favor da busca pelo novo. A moda deste momento, como caracterizada pelo autor, se consolida mais como individualismo exercido por parte da camada aristocrática, distanciando-se da análise puramente direcionada pela diferenciação e distinção entre classes.

No entanto, entende-se que a busca pela manifestação e exercício da individualidade por meio da vestimenta não deve ser tomada como a única possível análise sobre moda do período. À medida que determinada moda era compartilhada

com os pares da mesma camada social, distanciava-se das camadas mais pobres e de trabalhadores. Como ressaltado por Crane (2006), neste período, uma peça de roupa destinada ao trabalho era produzida para durar várias estações.

Reitera-se, então, a perspectiva de que a adesão a novidades e ditames da moda no período se caracterizava enquanto prerrogativa de classe e reforça-se, também, a necessidade de analisar a moda não somente por uma de suas facetas. Neste caso, é proposto articular a argumentação de Lipovetsky (2009) às ideias apresentadas por Grumbach (2009), de modo a cotejar progressivas transformações do ofício e de seu entorno ao longo dos séculos. Para tanto, nesta seção, será realizada análise dos modelos de produção e difusão de vestuário e moda estabelecidos durante o século XIX, com enfoque específico no surgimento da alta costura.

Na tentativa de melhor visualizar e assimilar as atuais movimentações do campo da moda considera-se necessário lançar um olhar atento ao conjunto de ações e motivações que possibilitaram a sua configuração atual, assim como, a influência sobre modelos de negócios, criação, produção e distribuição praticados atualmente.

A partir da segunda metade do século XIX, o costureiro Charles Worth desempenhou importante papel que revolucionaria o modo como o ofício do costureiro era aceito socialmente. Segundo Carvalho e Estarque (2012), nos séculos que precederam Worth, não havia o interesse acirrado pelos pormenores da profissão, sendo o processo de concepção das peças definido por quem as encomendava e, na maioria das vezes, tratado com discricção, evitando o compartilhamento de informações sobre profissionais e fornecedores.

Até então, a produção das peças de vestuário era destinada em grande parte a alfaiates e a costureiras mulheres, sendo que estas somente poderiam exercer o ofício por meio de licenças especiais. No entanto, o trabalho de ambos era direcionado pelo gosto de quem contratava seus serviços, centralizados na execução de uma peça pré-estabelecida e determinada pelos hábitos e costumes do período. Não havia até este momento a possibilidade de intervenção por parte do costureiro na construção da vestimenta, no processo de decisão sobre formas e modelagem (GRUMBACH, 2009).

Esta situação pode ser ilustrada pela relação entre a rainha da França, Maria Antonieta, e sua costureira, Rose Bertin, no século XVIII. A predileção por extravagâncias luxuosas tornou Maria Antonieta um reconhecido ícone de estilo em aspectos da indumentária de seu período e, a partir de tais gostos e excentricidades, eram confeccionados seus vestidos. Embora Rose Bertin houvesse conquistado reconhecimento e notoriedade por seu trabalho junto à corte, a autonomia em suas criações não era a mesma em comparação a que Charles Worth conquistaria. Como evidenciado por Grumbach (2009, p.16):

Por maior que seja a notoriedade das costureiras, porém, sua autonomia e poder de atuação permanecem restritos. (...) quaisquer que sejam a notoriedade e a estima alcançadas junto a Maria Antonieta, por Rose Bertin, e junto de Josefina de Beauharnais, por Hippolyte Leroy, nem por isso deixam de ser costureiros sujeitos ao gosto e às ordens de suas soberanas.

Esta hierarquia seria estruturalmente modificada quando, na França, em 1858, Charles Worth inaugura loja própria e também um novo modelo de comercialização de vestuário e de diálogo com o comprador. Fazia parte de sua nova proposta a apresentação de modelos já finalizados, invertendo a posição de quem ditava as formas, tecidos e ornamentos.

Os vestidos elaborados e confeccionados pelo costureiro (figura 2), inicialmente, eram usados por sua esposa em eventos sociais, ganhando notoriedade ao vestir a princesa Pauline de Metternich, que acabou por divulgar seus vestidos e fez com ele recebesse encomendas até mesmo da imperatriz Eugênia, esposa de Napoleão III (GRUMBACH, 2009).



Figura 2: Modelos elaborados por Charles Worth.
Fonte: The Metropolitan Museum of Art. The Collection Online, 2013.

Segundo Lipovetsky (2009), atribui-se a Worth a introdução da prática que daria origem aos desfiles em passarelas presenciados atualmente nas semanas de moda em diferentes partes do mundo. O costureiro contratava mulheres da sociedade para desempenhar o papel de “sósias”, como eram denominadas as primeiras modelos de desfile, para apresentar seus produtos.

Este percurso permitiu a Charles Worth consolidar um modelo de criação, produção e difusão de moda cujas particularidades se fazem presentes até hoje, sendo este responsável pela estruturação das bases do modelo que posteriormente seria reconhecido como alta costura. Sua relevância é tamanha a ponto desta estrutura permanecer sem grandes modificações durante um grande período, desde sua criação em meados da década de 1850 até meados da década de 1950, ao que Lipovetsky (2009, p. 79) denominou como “a moda de cem anos”.

A grande quebra de paradigma proporcionada pela proposta inaugurada por Charles Worth, em comparação ao costureiro executor de encomendas, está na liberdade criativa conquistada pelo profissional. Isto, por consequência, modificou o status social atribuído ao ofício ao ponto de a alta costura conquistar sua autonomia e consolidar “um novo espaço de criatividade e expressão para a moda e se aproximando ao campo de atuação da arte” (CARVALHO; ESTARQUE, 2012, p. 58).

Tanto Lipovetsky (2009) quanto Grumbach (2009) apontam para a mobilização do status social do costureiro a partir da implementação da alta costura. Ambos evidenciam a intensa valorização da autoria na confecção de objetos do vestuário, revestindo o trabalho do costureiro com um verniz de genialidade artística. O costureiro ao assinar suas peças almejava uma equiparação ao papel desempenhado por artistas e suas obras de arte, desencadeando assim um reposicionamento de seu papel social, “de artesão rotineiro e tradicional, o costureiro, agora modelista, tornou-se gênio artístico moderno” (LIPOVETSKY, 2009, p. 92). O que vem a favorecer seu reconhecimento social, como destacado por Grumbach (2009, p. 21):

Efetivamente reconhecido como artista, o costureiro, artesão anônimo, adquire o status de criador e pode assinar suas criações. As honras que angaria, porém, não se limitam ao seu trabalho; sua companhia, muito procurada, acelera o processo de seu reconhecimento social.

Ao equiparar a atuação do profissional de moda e de seu processo criativo aos de pintores, escultores e demais artistas do mesmo período, o profissional de moda alcança uma determinada legitimação dentro da sociedade, porém, como afirma Lipovetsky (2009), é necessário reconhecer os limites desta relação costureiro/artista. Lipovetsky (2009) enfatiza que a necessidade maior de coerência com os costumes e estilo em voga impunha limites à autonomia do costureiro “pela natureza particular do produto realizado _ o traje_ que deve agradar a estética das pessoas e não apenas satisfazer o puro projeto criador.” (LIPOVETSKY, 2009, p. 92). Enquanto artistas podiam romper com a estética vigente e rechaçá-la, o costureiro tinha de manter certa correspondência com seu tempo.

Contudo, ao pontuar estas diferentes nuances entre a atuação do costureiro criador e do artista, Lipovetsky (2009) visualiza na consagração do costureiro consequências para além de sua projeção social, consequências que o colocariam como epicentro de um novo modelo de negócios de moda. O reconhecimento do potencial artístico inerente ao ofício do costureiro do final do século XIX proporcionou o instrumental necessário para a articulação do que posteriormente se formataria como diretrizes para a alta costura.

Lipovetsky (2009) pontua que a consolidação da alta costura, em grande parte, deve ser atribuída à investida para a organização da produção e distribuição da moda e da regularização do conceito de inovação. Até então, havia uma profusão de modificações e novidades relacionada ao modo de vestir, porém, com um tom disperso e não tão acelerado, movida mais pelo gosto pessoal dos indivíduos participantes de atividades cotidianas da nobreza. Com a alta costura uma nova dinâmica é proposta, cria-se a necessidade da renovação constante das opções, da apresentação incessante de variações e novidades para a clientela ávida por modelos diferentes. Lipovetsky (2009, p. 84 e 109) destaca esta orquestração da renovação nos seguintes fragmentos:

Com a era da Alta Costura, ao contrário, pela primeira vez, há uma institucionalização ou orquestração da renovação (...). Ao invés de uma lógica fortuita da inovação, instalou-se uma normalização da mudança de moda, uma renovação imperativa operada com data fixa por um grupo especializado.

(...) Com a Alta Costura, a inovação, mesmo imprevisível, torna-se imperativa e regular; já não é uma prerrogativa de nascimento, mas uma função de um aparelho especializado relativamente autônomo, definido pelo talento e pelo mérito (...)

O costureiro estava agora habilitado não apenas a sugerir modos de vestir, mas ditar novas regras a cada nova apresentação, à medida que a inovação se estabelecia como imperativa e regular. A incessante renovação dos gostos, contudo, não era articulada de forma coercitiva, mas por meio de subterfúgios de sedução, estabelecendo novas lógicas de relação de poder (LIPOVETSKY, 2009).

Neste contexto, a formalização do segmento por meio da mobilização de sindicatos é favorecida, levando à organização de calendários de apresentação de coleções e regras que determinavam a excelência da construção artesanal das peças, o que caracterizou e moldou a moda francesa e, sem dúvidas, fundamenta importantes características da moda contemporânea.

Em 1910, intensificaram-se as mobilizações por parte dos costureiros para a delimitação de distinções entre as atividades de costura e de confecção, rompendo com a Câmara Sindical da Confecção e Costura, passando a se organizar e responder pela Câmara Sindical da Costura. Estatutos e normas de funcionamento foram estabelecidos em prol do reconhecimento enquanto grupo e em defesa de seus membros. As principais diferenças que a nova organização pretendia estabelecer se concentravam em questões referentes à distinção de classes, “durante esse processo, ambas se moldam aos limites e exigências de uma sociedade dividida de modo irremediável em duas classes sociais bem distintas” (GRUMBACH, 2009, p. 33). De um lado a costura visa assegurar sua capacidade criadora enaltecendo o luxo e requinte do acabamento de suas peças e protegendo-se de possíveis copiadore; enquanto a confecção pauta sua competitividade em grandes estoques produzidos com tecidos e modelagem de baixa qualidade (GRUMBACH, 2009).

Grumbach (2009) menciona, ainda, a proposição de segmentação interna em três nomenclaturas distintas: a alta costura, composta por ateliês que desfilavam suas coleções no calendário oficial; a média costura, composta por ateliês que não apresentavam suas coleções em desfiles, mas recebiam compradores profissionais estrangeiros; e a pequena costura, composta por costureiras tradicionais que em menor escala confeccionavam peças sob medida.

A organização e regulamentação deste modelo de criação e produção de determinados artigos de moda possibilitou que grandes nomes surgissem e se consolidassem posteriormente ao de Charles Worth, como Jacques Doucet, Jeanne Paquin, Madeleine Vionnet, entre outros.

Deste modo, se a Charles Worth atribui-se a proposição de um novo modelo para a moda, anos mais tarde, poderia ser atribuída a Paul Poiret a expansão do domínio da moda para outros objetos além do vestuário. Acerca disto, Grumbach (2009, p. 27) ressalta o seguinte:

Se Charles Frédéric Worth instituiu as regras da indústria da alta costura, foi Paul Poiret quem modificou profundamente seus hábitos. Segundo ele, não basta ao costureiro ser uma autoridade em matéria de vestuário. A moda orienta a sociedade. Logo, não existe nenhuma área da estética em que o costureiro não possa opinar.

Como observado por Grumbach (2009), Paul Poiret foi o primeiro a associar sua marca à comercialização de perfumes e, posteriormente, a uma variedade de produtos como sabonetes, cremes dermatológicos e artigos de maquiagem. Além desta contribuição, o costureiro tornou-se célebre por conduzir uma das maiores transformações do vestuário feminino da *belle époque*, o abandono do espartilho. Poiret realizava suntuosos bailes e desfiles para apresentar suas coleções (figura 3), a manutenção deste padrão pôs em risco suas finanças e contribuiu fortemente para sua falência.



Figura 3: Paul Poiret em frente à sua *maison* durante uma de suas suntuosas recepções.
Fonte: Grumbach (2009).

Erner (2005) diz que as primeiras vítimas da moda são os próprios estilistas, posto que, quando uma tendência de moda cai em desuso, o trabalho e a figura do profissional que a ela se vinculou, acaba por cair em desuso também. As transformações ocorridas na sociedade influenciam as vogas de estilo e, por sua vez, os que as produzem. Com a ressalva da velocidade que este ciclo adquiriu atualmente, pode-se dizer que Paul Poiret e toda a pompa que representava contrastaram com a proposta estética subsequente, fortemente representada por Gabriele Chanel.

A década de 1920 trouxe grandes mudanças comportamentais para a época, em específico no que diz respeito à emancipação feminina. Gabriele Chanel, na tentativa de retirar a mulher da posição meramente ornamental, propunha um modelo de elegância ao vestir associado à mobilidade e conforto, utilizando novos materiais e modelagens, até então considerados inapropriados para representar o luxo.

Sobre esta alteração de valores, Lipovestky (2009) complementa que Coco Chanel, apelido com o qual conquistou notoriedade, ao sugerir linhas retas e cores sóbrias rejeitava o luxo extravagante e sua demonstração ostensiva, características marcantes da personalidade e trajetória profissional de Paul Poiret. Desta maneira, pode-se afirmar, a partir de Erner (2005), que esta discordância estética acabou por gerar certa rivalidade, a ponto de Paul Poiret referir-se a Coco Chanel como a “inventora da miséria” (ERNER, 2005, p. 38) e declarar que a criadora vestia suas clientes como “pequenas telegrafistas subalimentadas” (LIPOVESTKY, 2009, p. 86).

Desavenças particulares à parte, cabe aqui ressaltar e propor o entendimento deste momento de redefinição de cânones de uma pressuposta elegância feminina em relação ao vestir, como importante indicativo do poderio e influência que a alta costura havia conquistado desde sua criação.

A partir da movimentação iniciada por Charles Worth e consolidada pelas ações de regularização e formalização ministradas pelo setor da moda na França, a alta costura conseguiu estabelecer-se como um sistema de influência sobre questões estéticas e produtivas de moda e vestuário que perdurou, sem grandes interferências, por aproximadamente um século. Este predomínio sofreria alterações com a mudança do cenário político, econômico e comportamental da sociedade, em conjunto com avanços tecnológicos e industrialização no período pós-guerra.

Isto possibilitaria uma reestruturação da organização do sistema de moda como um todo, culminando nos modelos denominados *ready to wear*, nos Estados Unidos, e o *prêt-à-porter*, na França, em meados das décadas de 1950 e 1960.

Em paralelo a consolidação da alta costura, ainda no século XIX, a indústria de confecção utilizava a máquina de costura para a produção em série de diversos artigos do vestuário, com modelagens e acabamentos padronizados e de qualidade inferior, destinados à classe operária, como destacado por Sant'Anna-Muller (2011, p. 122):

Desde o surgimento das indústrias de confecção, no século XIX, essas tinham um mercado consumidor muito mais amplo que aquele retido pela *Haute-couture*. As *maisons*, com seu espetáculo publicitário, detinham para si a área de criadoras, enquanto as confecções, lidando com um mercado de menor poder aquisitivo e que tinha menores exigências de exibição, ofereciam mercadorias destinadas a durar diversas estações. Não havia concorrência entre os dois polos.

Contudo, após a Segunda Guerra Mundial, a distinção bem acentuada entre a roupa de luxo artesanal assinada pelo costureiro e a roupa produzida industrialmente mudaria radicalmente, quando interesses de elites emergentes contrastam com interesses já estabelecidos. A alteração do modelo de produção interfere diretamente na relevância de valores advogados pela alta costura, como elegância, requinte e luxo; e demarca, principalmente, o fim do predomínio da roupa sob medida e, por consequência, o predomínio da própria alta costura.

A opção por tomar a alta costura como fio condutor desta seção é para exatamente explicitar as origens da consolidação do ofício de moda e de sua atuação profissional, altamente vinculada a dinâmicas sociais, com ciclos e rupturas que extrapolam a catalogação linear de variações de estilos e formas de determinado período ou década.

Ao considerar as nuances das intrincadas relações que permeiam a estruturação da alta costura é possível visualizar dualidades inerentes ao próprio desenvolvimento do perfil do profissional de moda. Observa-se necessário posicionar esta trajetória como parcial dentro do campo da moda, uma vez que representa a moda de luxo produzida por e para determinada elite.

É de grande importância para a moda praticada hoje no Brasil, compreender o quanto de suas ações contemporâneas estão atreladas ao que foi a alta costura no início de sua estruturação e explorar de forma mais detalhada sua origem e organização. Assim como, a influência que esta instituição ainda exerce em diferentes segmentos de moda da atualidade e principalmente na delimitação do perfil do profissional brasileiro.

4.2.2 Influências e intervenções de moda estrangeira no vestir brasileiro

Ao longo do século XVIII, a expansão da moda francesa para além de suas fronteiras foi responsável por uma internacionalização do vestir sem precedentes, conferindo aos franceses o posto de detentores de uma elegância digna de ser replicada. Neste período, havia a prática de circulação de bonecas de estilo, sendo estas uma réplica miniaturizada da indumentária em vigor na corte francesa, enviadas às cortes dos demais países da Europa a fim de mantê-los a par das últimas novidades de gosto e estilo, divulgando e disseminando o modo francês de vestir-se e pentear-se para o resto do mundo (LIPOVETSKY, 2009).

Esta influência moldou também elementos do vestir brasileiro perceptíveis ainda hoje, como a dependência e adesão a tendências de moda europeias, muito direcionada pelo histórico de colonização do país. Mendonça (2010) menciona que o vestuário nos primeiros três séculos de colonização era bastante simples e com a transferência da corte portuguesa para o então Brasil Colônia, em 1808, o interesse por moda foi se tornando crescente. “As mulheres brasileiras, que viviam escondidas de olhos cobiçosos em suas moradas coloniais, foram convidadas, finalmente, a sair às ruas para ver a moda da Corte” (MENDONÇA, 2010, p. 115).

No momento em que os navios portugueses aportaram em terras brasileiras ficou evidente o contraste em relação à moda vigente em solo europeu. Enquanto portuguesas, mesmo depois de uma longa viagem em condições extremas de superlotação e ausência de cuidados de higiene, incluindo uma infestação de piolhos, trajavam o estilo império com luvas acima dos cotovelos e cintura demarcada logo abaixo dos seios, as que aguardavam em solo, com maquiagem

branca no rosto, bochechas rosadas e moscas de beleza, correspondiam ao estilo rococó (MENDONÇA, 2010).

Observa-se, então, que mesmo com a forte influência de moda e da cultura europeia sobre o Brasil Colônia, houve espaço para o desenvolvimento de um vestir original e autêntico, por meio de intervenções direcionadas tanto pelas variações de condições climáticas quanto pelo contato com a cultura autóctone. Neste contexto, Chataignier (2010) enfatiza que as adversidades enfrentadas na colônia podem ser consideradas fator determinante na construção do vestir brasileiro, à medida que adaptações locais às tendências advindas da Europa, como o uso de tecidos mais leves e o emprego de temas e materiais regionais, demarcaram um novo espaço para o vestir nacional.

Mendonça (2010) apresenta interessante argumentação acerca desta dinâmica de imitação e reprodução de costumes estrangeiros, e a negação dos mesmos, no Brasil-Colônia. A autora expõe o assombro de visitantes europeias, em 1821, ao se depararem com os costumes e modo de vestir mais despojado e arejado das mulheres de sociedade brasileira e cita a escritora britânica Maria Grahnan: “como não usam nem coletes nem espartilhos, o corpo torna-se quase indecentemente desalinhado.” (MENDONÇA, 2010, p. 121). A partir disto, a autora questiona, então, se estas mulheres brasileiras não estariam à frente de seu tempo e adiantadas em relação à eliminação do uso de espartilho, proposta por Paul Poiret em meados da década de 1910, cerca de um século depois.

A dinâmica de manutenção da correspondência com referências estrangeiras foi por muito tempo a prática adotada para manter o controle e domínio sobre a colônia, em especial no que concerne aos trajes e costumes femininos. Contudo, esta influência sofreu interferência do que se pode chamar de estilo de vida próprio desenvolvido no país, a diversidade de culturas e povos estabeleceu dinâmicas próprias. Desta forma, o vestir brasileiro tem em suas raízes uma miscigenação ímpar e uma riqueza que se desenvolveu de modo paralelo à assimilação de tendências estrangeiras, não se restringindo a elementos de sua fauna ou flora.

4.2.2.1 Influências e interferências de moda estrangeira na estruturação e consolidação da moda brasileira na primeira metade do século XX

No início do século XX a produção da indústria têxtil nacional era incipiente; fabricavam-se principalmente artigos advindos da matéria-prima algodão, apresentando produtos grosseiros como lonas, utilizadas na confecção de uniformes, e cambraias, na fabricação de peças íntimas (BRAGA; PRADO, 2011).

A Segunda Guerra Mundial, entre os anos de 1939 e 1945, trouxe grandes alterações para o desenvolvimento da industrialização do setor têxtil brasileiro. Com a produção das indústrias europeias e norte-americanas voltadas para o suprimento das necessidades internas e direcionadas à manutenção da guerra, países como o Brasil foram beneficiados com a possibilidade de escoamento de sua produção. O país chegou a ocupar o posto de segundo maior produtor têxtil mundial na década de 1940, porém, com maquinário praticamente obsoleto, adentrou a década seguinte com a necessidade de renovação de seu parque industrial (MARINHO, 2005).

Neste contexto, a partir de Braga e Prado (2011), afirma-se que o declínio da alta costura francesa entre as décadas de 1930 e 1950 e as articulações para manter seu domínio e prestígio possibilitaram, de certo modo, o avanço da organização de uma produção de vestuário com preocupação de moda no Brasil. A fim de evitar a falência devido às restrições em tempos de racionamento e a diminuição das aquisições pelos clientes costumeiros, as *maisons* francesas passaram a vender junto às peças originais os denominados *toiles*, as telas ou modelagens dos mesmos, por um preço adicional, com instruções de execução e respectivas etiquetas a serem incluídas nas peças.

Deste modo, surgiram no Brasil estabelecimentos como Casa Canadá, no Rio de Janeiro, Casa Vogue e Madade Rosita em São Paulo, que se dedicavam a importação e a reprodução destas peças com a autorização das *maisons*. Porém, ainda segundo Braga e Prado (2011), em paralelo as reproduções fiéis, também se praticava a reprodução com alterações em detalhes e tecidos, sem as etiquetas originais.

Neira (2008) argumenta que neste período a cópia era interpretada como etapa inerente ao processo criativo e, por consequência, muitas vezes a prática de replicação era utilizada como instrumento de um aprimoramento técnico e, de tal forma, este procedimento era compreendido como um possível incentivo à indústria

nacional. Apesar desta prática se caracterizar enquanto cópia de fato, esta dinâmica desencadeou no país um aprimoramento para o setor e questionamentos sobre a criação de uma moda genuinamente brasileira. Proporcionou, também, o aperfeiçoamento das técnicas de costura utilizadas até momento, atualizando e especializando a prática profissional nacional pelo estudo e replicação das técnicas francesas, por meio de desmontagens e remontagens sucessivas das peças estrangeiras, processo que Braga e Prado (2011) denominam como “replicagem” ou “copiagem”.

Em entrevista concedida a Carvalho (2009, p. 3), Mena Fiala, que juntamente com a irmã Cândida Fiala dirigia o ateliê de moda da Casa Canadá, relata os principais procedimentos de produção do vestuário feminino empregados no período:

Os nossos vestidos eram copiados de Paris. Mas, nós tínhamos o trabalho de mandar fazer a fazenda igual, tingir na cor igual e pegar as melhores costureiras que tinham à disposição. Tinha italianas, tinha espanholas, tinha de tudo. Fazíamos os vestidos e dizíamos quando era cópia e quando era um modelo. E nunca enganamos: Se era cópia, era cópia! Se era modelo, era modelo!

Carvalho (2009) destaca que tais articulações como as da Casa Canadá fomentaram o surgimento do que poderia ser comparado às estruturas do *prêt-à-porter* de luxo francês em território nacional, a reprodução em série de artigos anteriormente exclusivos e únicos, contrastando com a forma de produção que prevalecia até então, a roupa confeccionada sob medida por alfaiates e costureiras próximos ao cotidiano de famílias de maior poder aquisitivo.

Em paralelo a esta dinâmica de replicação de modelos e costumes, Braga e Prado (2011) apontam o pioneirismo das ações do Instituto de Arte Contemporânea do MASP, na figura de Pietro Maria Bardi, ao realizar no ano de 1952 o Primeiro Desfile de Moda Brasileira. Esta foi uma iniciativa em prol do desenvolvimento de uma moda voltada aos costumes e referências brasileiros, como destacado a seguir por Braga e Prado (2011, p. 218):

Bardi resolvera, com o Primeiro Desfile de Moda Brasileira, ir ao âmago da questão: ‘A posição da moda brasileira situa-se, aparentemente nos seguintes termos: os nossos melhores ‘costureiros’ [sic] tomam passagem num avião, desembarcam em Le Bourget, atravessam Paris, enviam malas para o Palace Hotel e correm a procurar Christian Dior, Jacques Fath e outros colegas de mais elevada categoria. Examinam as coleções, compram-nas, transportam-nas para cá e eletrizam as senhoras de nossa sociedade capazes de desembolsar as altas quantias de que necessitam. Assim é a moda no Brasil’ sintetizou artigo da revista Habitat.

Após o desfile as peças foram comercializadas nas instalações das lojas Mappin onde, segundo Braga e Prado (2011), não tiveram boa aceitação diante da recusa da elite em questão em consumir o produto brasileiro, insistindo em seguir os ditames da moda francesa. A preferência do comprador interno por marcas estrangeiras por muito tempo se colocou como grande desafio para a moda brasileira.

Contudo, em meio à concorrência estrangeira, houve por parte da indústria têxtil brasileira, em fase de modernização e crescimento no pós-guerra, investimentos para o desenvolvimento de criação em moda genuína e autoral no país (NAVALON, 2012).

Neste processo de valorização da moda brasileira, Braga e Prado (2011) destacam iniciativas como a Feira Nacional da Indústria Têxtil, Fenit, em 1958. Com patrocínio da fabricante de fios sintéticos Rhodia, a feira proporcionou abertura para lançamento de novos criadores e foi palco de inúmeros desfiles, exercendo importante papel estruturador, na ausência de uma instituição que “congregasse novos costureiros e organizasse um calendário para lançamento sazonal das coleções – fossem elas de alta moda sob medida ou de confecções” (BRAGA; PRADO, 2011, p. 271).

Dener Pamplona, profissional de destaque do período, se tornaria o costureiro oficial da primeira-dama Maria Thereza Goulart, conquistando grande visibilidade e imprimindo sua assinatura no vestuário de luxo feminino brasileiro, como já mencionado, território amplamente ocupado por marcas estrangeiras. Em paralelo, outros profissionais se destacariam a partir da década de 1950, como Clodovil Hernandez, Guilherme Guimarães, José Nunes, entre tantos outros que também passaram a assinar criações próprias, mesmo que ainda guiados por questões de elegância e estética pautadas por diretrizes das grandes *maisons* francesas (BRAGA; PRADO, 2011). Este fato é também observado por Navalon (2012, p. 99):

Delineiam-se, dessa maneira, os primeiros criadores em moda do Brasil, mas ainda não podíamos negar nossa forte influência francesa, bem como americana. E durante décadas carregamos o fardo de que o que vinha do exterior, criação ou produto, era muito melhor do que o criado/produzido internamente.

Esta era a dinâmica de produção de um momento de construção do que se consolidaria enquanto práxis do ofício de moda no país, moldando a criação e o consumo de moda brasileiro a aspectos e diretrizes de modelos estrangeiros.

Destaca-se, aqui, a permanência desta dependência de diretrizes estrangeiras, uma vez que, ainda hoje, uma parcela das empresas brasileiras tem como ponto inicial de seu processo criativo viagens à Europa, pontuadas tanto por visitas a feiras de tendências, quanto por visitas a estabelecimentos comerciais para fotografar vitrines e comprar itens para reprodução integral ou utilizá-los como referência.

Durante o 2º Encontro Nacional de Pesquisa em Moda, realizado na Universidade federal de Goiás, UFG, em 2012, o designer Fabrício DaCosta, representando o coletivo OEstúdio, ressaltou em sua palestra a importância de alterar esta prática. Apresentou, ainda, a metodologia empregada pelo coletivo, que articula diferentes técnicas de estímulo à criatividade com problemáticas reais da sociedade, distanciando-se da simples repetição de tendências de moda corriqueiras e efêmeras. A seguir são apresentadas imagens das coleções “Com Ciência Negra”, de 2011, e “R.U.A, Realidade Urbana Anônima”, de 2013 (figura 4):



Figura 4: Coleções apresentadas pelo coletivo OEstúdio: “Com Ciência Negra” e “R.U.A, Realidade Urbana Anônima”. Fonte: Disponível em: <<http://ffw.com.br>>. Acesso: 2013.

Os resultados deste processo, já apresentados nas semanas de moda de São Paulo e do Rio de Janeiro, demonstram que o questionamento da dependência de diretrizes estéticas e produtivas estrangeiras vinculadas à fundamentação do processo criativo pode ser considerado como incentivo ao desenvolvimento de uma moda nacional relacionada a aspectos inovadores associados a temáticas locais e atuais.

4.3 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 2

Nesta seção serão apresentadas análises elaboradas acerca de aspectos constitutivos do design de moda, correspondentes à resolução do subproblema 2 da estrutura metodológica.

4.3.1 A particular trajetória do design de moda no Brasil

Embora a atual aproximação entre design e moda no Brasil tenha como marco oficial, no âmbito acadêmico, a autorização por parte do Ministério da Educação da adesão de cursos de ensino superior em moda às diretrizes curriculares do campo do design, a participação do setor produtivo junto às articulações acadêmicas também se destaca.

Segundo Pires (2007), o design de moda tem sua origem a partir da demanda manifestada pelo próprio setor em vista da exigência de aprimoramento profissional para enfrentar os desafios gerados por um novo contexto social, dentre os quais a autora enfatiza a crescente cultura do corpo e da aparência, o surgimento de novos nichos de mercado e a manifestação de novos comportamentos por parte dos consumidores.

Percurso semelhante pode ser notado no momento de mobilização e estruturação do primeiro curso de ensino superior em moda no país, no final da década de 1980. A origem das articulações da inclusão da temática moda na academia remonta a década de 1960, quando Eugenie Jeanne Villien propõe a disciplina “Desenho de Moda” como conteúdo programático dos cursos de bacharelado e licenciatura em Desenho e Plástica, da Faculdade Santa Marcelina, na cidade de São Paulo. Desta iniciativa se consolidaria na referida instituição, anos mais tarde, em 1987, o primeiro Bacharelado em Desenho de Moda do país. Fundamentam a construção e consolidação deste percurso acadêmico iniciativas como a do primeiro curso de longa duração em nível técnico ofertado no Rio de Janeiro pelo Senai-cetiq, em 1984, e a do curso de extensão em Estilismo e Modelagem do Vestuário na Universidade Federal de Minas Gerais, em 1986 (PIRES, 2002).

A trajetória acadêmica da moda é tardia em comparação a outros campos. Isto gerou, como ressalta Pires (2007), um contingente de profissionais autodidatas, como também, o entendimento de que para se exercer a atividade não era preciso mais do que talento artístico associado a um dado bom gosto. É possível detectar o reflexo deste pressuposto ainda hoje, no momento em que modelos e celebridades assumem o posto de cocriadores e desenvolvem coleções para empresas do setor de vestuário e acessórios.

O surgimento dos primeiros cursos de moda no país, sendo eles em nível técnico ou superior, foi impulsionado pela conjuntura vigente com o objetivo maior de libertar a moda do amadorismo, devido à instalação de novas indústrias têxteis e de confecção de vestuário (PIRES, 2002). O que passou a exigir do setor maior capacitação profissional, como evidenciado por Bastian, Neira e Sousa (2010, p. 6):

Tornou-se necessário o desenvolvimento de competências correlatas ao que poderia ser chamado desenvolvimento do 'gênio', 'dom' ou 'talento' inato. Assim, a escola ou a 'formação oficial' em moda assume um lugar de destaque para o desenvolvimento profissional, tornando-se praticamente obrigatória.

Segundo Pires (2002), na década de 1970, a diretora do Studio Berçot de Paris, Marie Rucki, era presença constante no Brasil para ministrar cursos livres de estilismo, como alternativa à lacuna do ensino formal, influenciando importantes profissionais brasileiros como Jum Nakao, Reinaldo Lourenço, André Lima e Ocimar Versolato. Marie Rucki mantém contato com o país ministrando cursos e palestras até os dias de hoje e, em relato a Pires (2002), articula a possibilidade do Brasil se destacar e crescer como potência de moda “quando assumir sua própria identidade e oferecer, aliado a ela, o padrão de qualidade exigido pelo mercado internacional” (PIRES, 2002, p. 6).

Neste sentido, a última década foi muito positiva para a moda brasileira tratando-se da visibilidade que vem conquistando no exterior. Exemplo disto pode ser destacado quando, em 2012, a renomada empresa do segmento *underwear* feminino, Victoria's Secret, lançou coleção de moda praia com temática inspirada nas praias brasileiras, intitulada “*From Brazil with love*”. Contudo, a sessão fotográfica para elaboração de catálogo e divulgação foi realizada no litoral do Taiti. Mesmo com tal contradição, é notável a influência da modelagem do *beachwear* brasileiro na coleção estrangeira.

Segundo Bastian, Neira e Sousa (2010), parte disto é atribuída à mobilização arquitetada, desde 2003, pela Associação Brasileira de Estilistas, Abest, em conjunto com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, Apex-Brasil, em prol do desenvolvimento e da internacionalização do setor têxtil e de vestuário nacional. Enfatizam, ainda, a influência desta mobilização no perfil multifacetado do profissional em formação, voltado para a atuação multidisciplinar (BASTIAN; NEIRA; SOUSA; 2010, p. 6):

Além de cumprir as exigências intrínsecas à prática profissional, busca-se acompanhar a internacionalização do mercado, pela multiplicação de ofertas de formação específicas, voltadas para os diversos subcampos de toda a cadeia têxtil e de vestuário. Esta opção, aliás, se reflete na ampliação do perfil da formação em moda oferecida no Brasil: um profissional que atua no varejo e na produção, assim como na gestão de negócios e marketing.

Positivamente, para se enfrentar o desafio mencionado por Marie Rucki, de consolidar uma moda efetivamente inovadora e autêntica, a perspectiva de investimento na formação profissional e acadêmica obteve relativo destaque no contexto nacional.

Segundo Pires (2002), durante o 1º Encontro Nacional de Coordenadores e Dirigentes de Cursos Superiores e Representantes de Classe de Estilismo de Moda do Brasil, realizado em 1998, na cidade de Fortaleza, foi deliberado que o programa curricular dos cursos da Faculdade Santa Marcelina e Universidade Anhembi Morumbi estavam aptos a nortear, na condição de elemento de consulta, a definição da Proposta de Diretrizes Curriculares dos Cursos Superiores de Moda, por estarem em consonância com as necessidades e a realidade da moda brasileira do período em questão.

No momento atual, a partir do recente diálogo com o campo do design, é proposta a renovação desta base de consulta, realocando-a nas diretrizes curriculares dos cursos superiores em design. Grande parte dos cursos originados nos anos 1980, em conjunto com os demais que foram surgindo até hoje, está em processo de adaptação à transição de nomenclatura para o design de moda, que envolve, entre outras mudanças, a reestruturação de componentes curriculares e a inclusão de disciplinas com foco em design, como “Metodologia de Projeto” e “Fundamentos de Design”, ao que Bastian, Neira e Sousa (2010, p.1) acrescentam:

Tais diretrizes têm permeado a cultura de ensino de moda no Brasil: conhecimentos e práticas do campo do design passaram a conviver com os mais tradicionais do campo da moda e a própria cultura do design também começou a se aproximar mais daquela, tratando mais profundamente de aspectos socioculturais e simbólicos, entre outros.

Neste contexto, o diálogo estabelecido entre design e moda promoveu questionamentos relacionados à centralização do processo de desenvolvimento do produto de moda na figura de um único criador, bem como ao estereótipo da inspiração sem fundamentação como gestora do processo. Dentre os estudantes que optam por cursos na área de moda, muitos carregam consigo o entendimento de que o processo de desenvolvimento da moda é centralizado na inspiração que aflora repentinamente, sem envolver técnica ou reflexão, pensamento este estimulado pela mídia em torno dos estilistas e desfiles. Quando ingressam no ensino superior e têm contato com as práticas e exigências do ambiente acadêmico, deparam-se, segundo Rech (2002, apud MONTEMEZZO, 2003), com a deficiência de bibliografia direcionada à moda que estimule discussões para além dos temas abordados em cadernos de tendência ou biografias de estilistas famosos.

Lipovetsky (2009) argumenta que a ideia do profissional que necessita apenas de talento pessoal é associada à imagem do costureiro criador desde Charles Worth, assim como, a noção de que sua atividade consiste em “elaborar modelos inéditos, em lançar regularmente novas linhas de vestuário que, idealmente, são reveladoras de um talento singular, reconhecível, incomparável.” (LIPOVETSKY, 2009, p. 91).

Deste modo, é possível visualizar que a relevância da transição não reside apenas no âmbito terminológico ou curricular, mas na manifestação de que o entendimento sobre o desenvolvimento do produto de moda também foi alterado, o que é evidenciado por Montemezzo (2003, p. 52):

Mesmo que em muitas [instituições de ensino] a mudança do enfoque da atividade se restrinja à mera mudança de nomenclatura, ou mesmo que esta tenha sido adotada por tendência de moda, é evidente que o ponto de vista sobre os produtos de vestuário mudou e, por conseguinte, os aspectos sociais, ergonômicos, ambientais e mercadológicos que o envolvem passaram a fazer parte das preocupações do seu desenvolvimento.

A contribuição do campo do design para o desenvolvimento de produto de moda pode ser percebida, principalmente, na quebra de paradigma proporcionada pela transição do pensamento de concepção como atividade de talento individual e singular, para a configuração pautada em pesquisa e fundamentada em procedimentos e metodologias.

Com base nas informações apresentadas, pode-se visualizar dois pontos críticos e pouco discutidos sobre a implementação do design de moda na academia, ocasionados tanto pelo caráter recente do tema, quanto pela superficialidade de contato e articulação de conteúdos entre os campos: de um lado, a não adequação de fato do projeto pedagógico do curso de moda às diretrizes do design, aderindo ao novo modelo proposto sem se aprofundar em seu repertório teórico, conceitos e implicações; de outro, a contestação da própria implementação do design de moda por determinados grupos internos ao campo da moda.

4.3.2 Articulações iniciais entre o campo de design e o campo de moda inerentes ao design de moda no país

O presente momento de implementação e legitimação do design de moda no âmbito acadêmico só é possível pela visão crítica das pesquisas em moda sobre o processo criativo e produtivo da moda que, à luz dos conceitos do design e outros campos, frequentemente é associada “a um mundo superficial, reino do transitório, do efêmero, e é entendida poucas vezes como uma prática projetual de profundo impacto na cultura e na sociedade.” (FIORINI, 2008, p. 95).

No entanto, a existência do design de moda não submete, obrigatoriamente, todo o campo de moda às diretrizes do design. O cerne da proposta de reestruturação do processo de desenvolvimento de produto de moda é incentivar o diálogo acerca do raciocínio projetual pautado no processo de design e, a partir disto, gerar reflexões críticas para o aprimoramento da atividade, de modo a permitir a equiparação de conteúdos entre os campos e a revisão de opiniões superficiais tanto da moda sobre o design, quanto do design sobre a moda. A partir desta visão, o design de moda tem um importante percurso de análise e integração de conteúdos a percorrer.

A fim de minimizar interpretações errôneas a respeito da moda, torna-se necessário esclarecimento acerca da abrangência do termo, que perpassa sua interpretação como “fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornado quase obrigatório” (CALANCA, 2008, p. 11), mas que não se limita a esta possibilidade. A moda presenciada hoje, extremamente cíclica e efêmera, se coloca como

importante indicativo acerca das dinâmicas da sociedade em que está inserida, uma vez que, na visão de Fiorini (2008), também se articula enquanto produto do contexto particular de cada época.

Como anteriormente mencionado, muitas instituições e muitos profissionais estão adotando a transição de forma passiva, sem crítica ou reflexão sobre a alteração de condutas necessária para sua execução de fato. Acerca disto, Fiorini (2008) expõe a falta de aprofundamento metodológico na área de moda perante as especificidades da implementação do design de moda e suas implicações e exigências. Aponta, ainda, duas questões a serem consideradas, que vão além da terminologia e se encontram pouco exploradas (FIORINI, 2008, p. 97):

Como pensar a metodologia projetual como eixo transversal aplicável a todos os campos do desenho [design], ou seja, os aspectos gerais e os pontos em comum com outras disciplinas projetuais?
Definir qual seria o aporte próprio da disciplina do desenho da indumentária. Quais são as particularidades que definem o objeto de estudo, que apresenta outras instâncias de reflexão ou outros aportes metodológicos?

Montemezzo (2003) busca demonstrar a relevância dos princípios projetuais do design para a estruturação do processo de criação em moda e, por conseguinte, para o processo de desenvolvimento de produto do design de moda, com a finalidade de contribuir para a construção de conhecimento em torno da discussão e resolução dos questionamentos acima citados.

A pesquisa desenvolvida por Montemezzo (2003), apresentada em sua dissertação de mestrado, situa-se no período referente à discussão da transição da moda para o design de moda. Propõe como objetivo analisar, entre determinado grupo de estudantes de graduação em moda, possíveis alterações na organização do pensamento relativo ao processo de criação de produtos de moda após o contato com princípios de design, coletando importantes dados acerca do aprimoramento do raciocínio projetual por meio da discussão de conteúdos de design aplicados aos processos de moda.

A autora avalia, então, a proposta de Rech (2002), sendo esta compreendida e posicionada em um momento anterior à transição, situando-se no período em que a moda está à procura de fundamentação teórica e metodológica, porém ainda não vinculada intrinsecamente ao design.

Neste contexto, pode-se afirmar que Montemezzo (2003) complementa Rech (2002) ao detectar similaridades entre a estrutura de sua proposição e a metodologia projetual do design. Então, fundamentada nas etapas do processo de design de produto delimitadas por Lobach (2001), sugere um aprimoramento das fases do projeto de moda, propondo etapas projetuais do desenvolvimento de produto de moda com foco em design. As propostas acerca das possíveis etapas de projeto são destacadas no quadro sinóptico disposto a seguir (quadro 4):

Rech (2002)	Löbach (2001)	Montemezzo (2003)
Desenvolvimento produtos/moda	Processo de design de produto	Fases do projeto
Geração do conceito	Preparação	Preparação
Triagem	Geração	Geração
Projeto preliminar	Avaliação	Avaliação
Avaliação melhoramento	Realização	Concretização
Prototipagem projeto final		Documentação para produção

Quadro 4: Síntese das propostas de Rech (2002), Lobach (2001) e Montemezzo (2003).
Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de Montemezzo (2003).

O momento de tal proposição é de transição, sendo talvez precipitado defini-las como etapas projetuais do design de moda, o que é evidenciado no título da dissertação: “Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico” (MONTEMEZZO, 2003), apresentando direcionamentos e observações muito coerentes com o futuro que a transição apontava e demandava.

Montemezzo (2003) prossegue sua investigação junto à linha de pesquisa sobre delimitação projetual para o desenvolvimento de produto de moda sob a perspectiva da metodologia projetual desenvolvida pelo campo do design em trabalhos mais recentes, sendo estes Sanches (2008) e Sanches (2011). Desta maneira, Sanches (2008) atualiza esta proposição e sugere a síntese da trajetória das ações do projeto de design vinculado a produtos de moda. Esta estrutura projetual se caracteriza na geração de informações abstratas e concretas seguidas de análise, síntese e avaliação, organizadas em quatro possíveis fases:

planejamento, geração de alternativas, avaliação e detalhamento e, finalmente, produção.

Montemezzo (2003) evidencia, ainda, a contribuição do enfoque projetual no desenvolvimento de produtos de moda ao apresentar os resultados de sua pesquisa aplicada no curso de Estilismo em Moda da Universidade Estadual de Londrina, UEL, no Paraná. Enfatiza a incorporação ao repertório dos estudantes, após o contato com disciplinas e conteúdos de design, a noção de integração de etapas propagando-se no modo de compreender o projetar, refletindo no que a autora destaca como elementos essenciais da formação acadêmica para o profissional de moda (MONTEMEZZO, 2003, p. 63):

a) a focalização do projeto no usuário/consumidor; b) a decodificação de tendências de moda e comportamento; c) a síntese dos valores estético-simbólicos associados aos valores práticos; d) a transposição do conceito para a materialização do produto; e) a visão panorâmica do processo.

Este percurso abre importante espaço para discutir os limites e possibilidades do desenvolvimento de produto de moda, assim como a formação profissional desta atividade no país.

A moda brasileira, ao incorporar o raciocínio projetual proposto pelo design às etapas de pesquisa anteriores ao projeto e que delimitam sua atuação, como pesquisa de público, mercado e tendências, estabelece um ponto de abertura para a discussão de novas problemáticas para a moda, indo além de sua capacidade de incitar o consumo, como evidencia Fiorini (2008, p. 97):

(...) o projeto de desenho apresenta-se como um processo de pensamento, cuja gênese está fundamentalmente em uma análise crítica dos condicionantes do problema e cujo fim será uma resposta integradora desse caminho percorrido, (...) deve abranger todas as situações que afetaram a vestimenta: o ambiente, a relação com outros objetos e artefatos culturais, as funções que ela deve cumprir, sua relação com outros sistemas significativos, suas características formais e técnico-produtivas.

Em consonância à perspectiva apresentada, Hardagh e Sousa (2008) destacam o desenvolvimento da capacidade de problematização proporcionado pela abordagem projetual do design. A resolução do problema não reside no produto, mas sim, na problematização acerca dos dados coletados nas pesquisas sobre o usuário e seu universo. Em relação a isto, Bonsiepe (2011, p. 229) complementa: “assim, deve-se considerar que a atividade projetual leva à formulação de novas perguntas cujas respostas dependem de novos conhecimentos gerados pela pesquisa”.

A vigência do design de moda exige um esforço ainda maior de assimilação e equiparação de conteúdos teóricos dos respectivos campos por meio de revisão bibliográfica, a fim de entender e minimizar lacunas conceituais. Isto para que, por meio desta assimilação de conteúdos, o design de moda possa introduzir o pensamento de design no cotidiano das empresas, visto que, segundo dados do Centro de Design do Paraná a moda é “o setor que mais copia modelos produzidos nos centros difusores, com adaptações ao clima e oferta de matéria prima” (PIRES, 2007, p. 7).

Em relação à discussão de integração dos conteúdos de moda e design, Pitombo (2010) visualiza o que se pode denominar como dicotomia inerente ao design de moda, distinguindo duas vertentes antagônicas; de um lado, design e, de outro, estilo. Descreve que a vertente de defesa do design concentra-se em questões de planejamento e abrangência sistêmica relacionada a demandas de mercado e, a vertente de estilo, referencia-se pelo campo da arte e seu processo artístico. Dando sequência à sua argumentação, Pitombo (2010, p. 126) sugere o conceito de formatividade como possível reparador desta dicotomia, de modo a conjugar elementos de invenção e artisticidade, como destacado a seguir:

Dizer, pois, com Pareyson, que a arte é formatividade, é reconhecer que ela é invenção, sim, mas um tipo de inventividade que floresce no próprio ato de execução, no contato com a matéria-prima. O artista produz, assim, concomitantemente, a obra e o seu próprio modo de produzir, ou seja, o seu estilo.

Contudo, a abordagem proposta por Pitombo (2010), sob a perspectiva da formatividade, é centrada em processos e discussões que permeiam o campo da arte. Sendo assim, estabelece relação com a vertente anteriormente citada como estilo.

Neste sentido, Bérghamo (1998) refere-se à questão da possibilidade de variação do emprego do termo estilo no campo da moda, citando diferentes posicionamentos. O termo tanto pode aludir à postura estética e visão artística do estilista, como ser retratado enquanto demanda de indissociação entre o indivíduo e uma dada posição social privilegiada, ou ainda, estilo como ênfase em características particulares do indivíduo. E, a partir deste uso múltiplo, destaca o papel de valores e expectativas em relação ao uso da vestimenta como imprescindíveis componentes do campo de moda.

Talvez seja este o ponto crucial da mudança pela qual as bases pedagógicas dos cursos vêm passando, a alteração da perspectiva artística sobre o estilista e seu processo criativo, transpondo para a perspectiva do designer de moda como intermediário dos interesses da empresa e do usuário, porém, não se resume a isto. A dicotomia entre design e estilo, observada por Pitombo (2010), é um desafio a ser vencido por meio da pesquisa, com o intuito de promover a integração dos conteúdos.

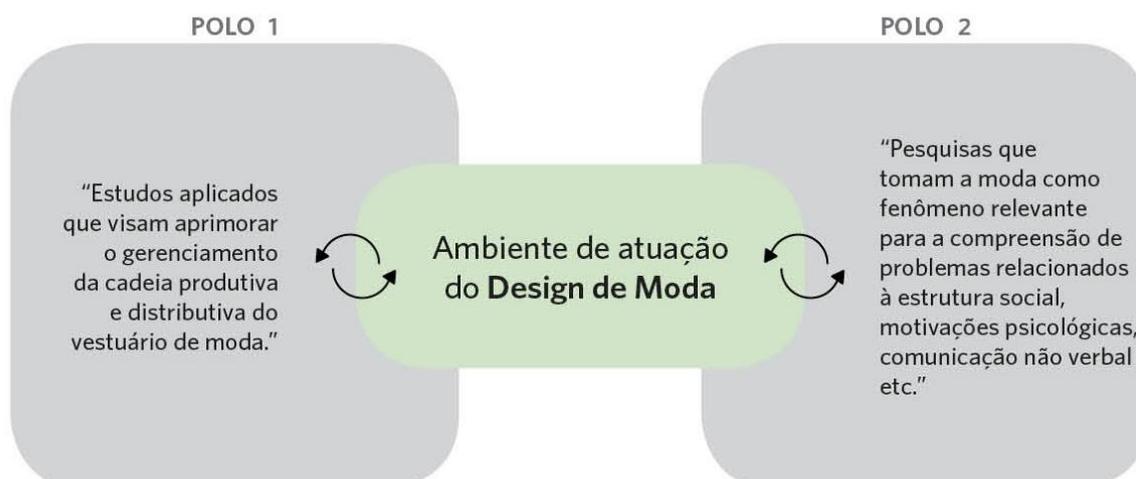
Neste sentido, Almeida (2005) apresenta importante parecer sobre as diferentes vertentes de estudo da moda ao evidenciar a distinção entre dois grandes polos de produção do conhecimento: de um lado, os temas que circundam a cadeia produtiva e distributiva do vestuário e, de outro, a moda enquanto fenômeno social e objeto de pesquisa. Almeida (2005, p. 200) descreve tais eixos detalhadamente:

(...) Um deles é constituído pelos estudos aplicados que visam aprimorar o gerenciamento da cadeia produtiva e distributiva do vestuário de moda (incluindo desde a fabricação de fios até a produção de desfiles de moda) e estão voltados, em última instância, para a produção e reprodução de capitais neste setor econômico e, portanto, às formas próprias de exercícios de poder que garantem este processo.

O outro é conformado pelas pesquisas que tomam a moda como fenômeno relevante para a compreensão de problemas relacionados à estrutura social, motivações psicológicas, comunicação não-verbal etc, cujo objetivo é a elaboração de uma abordagem crítica do fenômeno que desenvolva com rigor conceitos, metodologias e teorias que inovem sua compreensão e permitam o questionamento das práticas sociais que se estabeleceram e se reproduzem em torno da moda.

Com foco na delimitação apresentada, pretende-se estabelecer paralelo com o presente momento de implementação do design de moda no país. Tendo em vista o campo de atuação do design de moda, considera-se que suas articulações não são restritas às práticas produtivas, uma vez que também interagem com a produção do conhecimento gerada pela discussão das estruturas e práticas sociais.

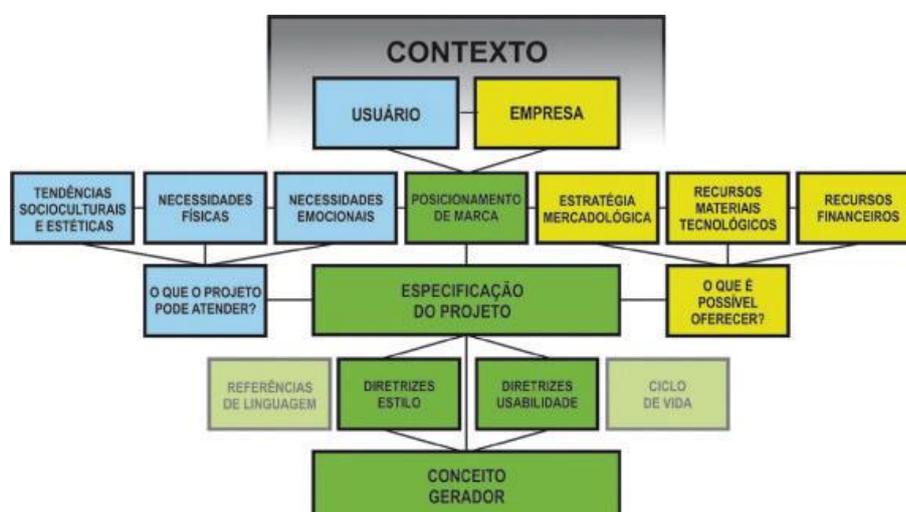
Deste modo, é proposta a interpretação de que o design de moda não está inserido, integralmente, em nenhum dos dois eixos mencionados, mas atua como elemento de conexão entre os saberes desenvolvidos por ambos, perspectiva ilustrada e sintetizada no quadro disposto a seguir (quadro 5):



Quadro 5: Ambiente de atuação profissional do design de moda.
Fonte: desenvolvido pela autora a partir de Almeida (2005).

O designer de moda, mesmo desenvolvendo seu trabalho no âmbito do primeiro polo, dentro de uma empresa e atrelado a prazos e determinantes administrativos, projeta para indivíduos que utilizarão o vestuário dentro do sistema social discutido e analisado pelo segundo polo, sendo ele o responsável por estabelecer a ponte entre os dois e apontar suas rupturas e possibilidades, assim como decodificar e incorporar elementos das duas vertentes, apresentando-os em forma de produto.

A presente argumentação pauta-se, também, no quadro desenvolvido por Sanches (2011), que demonstra a importância de visualizar o contexto em que está inserido o projetar, a fim de estabelecer correspondência entre atendimento das necessidades do usuário e estrutura produtiva e gestão da empresa (quadro 6).



Quadro 6: Análise do contexto que envolve o projetar. "Fluxo de Informação e Síntese na Fase de Preparação". Fonte: Sanches (2011).

Neste sentido, é possível evidenciar certa relação entre o contexto sugerido por Sanches (2011) e os polos de pesquisa de moda anteriormente analisados. As articulações demonstradas no quadro 6, desenvolvido por Sanches (2011), de certa forma transpõem a argumentação apresentada por Almeida (2005) para o ambiente de atuação profissional do design de moda, demonstrando a importância da capacidade problematizadora e visão sistêmica do design de moda tanto no ambiente acadêmico, quanto no profissional.

O surgimento e implementação do design de moda no âmbito acadêmico estabelece um novo patamar de discussão entre os campos da moda e do design. Ao compartilhar este novo segmento, o seguinte questionamento é gerado: até que ponto o design de moda realmente se tornou homogêneo ou apenas uma justaposição de conceitos?

Embora design e moda tenham origens e percursos históricos distintos, isto não impossibilita elementos de compatibilidade entre seus conceitos, porém, a integração de conteúdos entre os campos, proposta e concretizada no design de moda, passa por seu momento de amadurecimento e se depara, naturalmente, com críticas e pontos de incompatibilidade.

Deste modo, faz-se necessário promover uma maior delimitação e aprofundamento sobre as confluências e dissonâncias entre design e moda, intrínsecas ao design de moda, a fim de contribuir para a integração entre os campos por meio da articulação de referenciais teóricos e análise comparativa de percursos históricos. Logo, compreende-se, aqui, o design de moda como responsável pela realização desta equiparação de conteúdos entre design e moda, a qual envolve grandes transformações e quebra de paradigmas.

4.4 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 4

A oficialização da formação em nível superior em design de moda no país tornou o diálogo entre bases e referenciais teóricos concernentes ao campo do design e ao campo da moda tema essencial e indispensável a ser incluído nas práticas e discussões de ambos os campos. Apoiando-se nesta premissa, a presente seção investiga possíveis interações e articulações de conteúdos de referencial teórico do design na consolidação de repertório teórico próprio do design de moda, em correspondência à discussão dos resultados do subproblema 4.

4.4.1 Possíveis assimilações de conteúdos concernentes ao campo do design na consolidação das bases teóricas do design de moda

O termo “*fashion designer*” é amplamente disseminado em língua inglesa para se referir aos profissionais de criação em moda. Seu equivalente em português, a partir das novas diretrizes validadas pelo Ministério da Educação, em 2004, tanto poderia ser entendido como estilista quanto designer de moda. O emprego de termos distintos para identificar condutas profissionais que remetem à mesma profissão carrega consigo, ainda que de modo implícito, certa noção de que o termo estilista estaria vinculado ao campo da arte, enquanto o termo designer de moda estaria vinculado ao campo do design e que, por conta disto, haveria atribuição de valor diferenciada à atuação de cada profissional (CHRISTO; CIPINIUK, 2011).

A partir das colocações de Christo e Cipiniuk (2011), ressalta-se que este mesmo contexto de sobreposição de noções distintas relativas a determinada atuação profissional gerada pelo surgimento desta nova categoria, designer de moda, não ocorre do ponto de vista do campo do design. É possível verificar que o surgimento desta categoria, em um primeiro momento, não alterou estruturas tradicionais do campo, como as áreas de design gráfico e design de produto. A atuação do designer de moda estaria vinculada a questões relacionadas ao projeto de vestuário e moda, temática esta que não encontra correspondência direta com abordagens tradicionais do campo do design.

Christo e Cipiniuk (2013) argumentam que as pesquisas acerca dos limites e demarcações entre o processo de desenvolvimento de objetos tradicionalmente entendidos como de design e aqueles tradicionalmente entendidos como de vestuário e moda seriam intensificadas a partir da década de 1990, o que viria a contribuir para a posterior legitimação da atividade do profissional de moda como também pertencente ao campo do design.

Os autores enfatizam, ainda, que embora este momento de incorporação possa ser compreendido como resultante de uma aparente movimentação natural entre os campos, não está livre de reações e conflitos. No específico caso brasileiro, a mudança implica, por consequência, no estabelecimento de determinadas interações de noções e valores que interferem na estrutura e funcionamento dos campos, sendo possível observar certa polarização dos agentes internos aos campos, como exposto por Christo e Cipiniuk (2013, p. 2):

Tanto os profissionais tradicionalmente legitimados como pertencentes ao campo do design parecem ter dificuldade em compreender, aceitar e, mesmo, não julgar como fútil e desnecessário, os projetos de objetos do vestuário vinculados à moda, como os profissionais vinculados ao fenômeno moda também parecem identificar a atividade do designer como restrita e direcionada apenas pelas demandas dos usuários e das empresas produtoras, ou do mercado.

O processo de constituição e consolidação do campo do design e do campo da moda se desenvolve em vias paralelas no Brasil. Isto implica em muitas outras intrincadas relações de aproximação e distanciamentos de conteúdos e práticas, que vão além da atualização de nomenclatura ou do aglutinar de uma nova categoria. Compreende-se, então, o diálogo entre bases e referenciais teóricos concernentes ao campo do design e ao campo da moda como aspecto inerente à constituição do design de moda.

Com base na revisão de literatura realizada verificou-se certa abertura de diálogo entre os campos, tanto pelo viés acadêmico quanto profissional, acerca da análise do processo criativo empregado pelo profissional de moda e as possibilidades de aprimoramento deste também enquanto processo projetual pautado em métodos.

Acerca deste processo projetual, Fiorini (2008) reforça a afirmação de que o projeto de vestuário é permeado por momentos de subjetividade e intuição. Porém, destaca o caráter abrangente da ação de projetar, acrescentando outras etapas e questionamentos (FIORINI, 2008, p. 98):

(...) certamente o desenho da indumentária apresenta inumeráveis traços intuitivos que são criados nas suas produções, mas, sem dúvida, nos projetos de desenho de produto de moda são questionadas instâncias-chave que envolvem um pensamento sistemático e fases metodológicas próprias de um saber projetual.

Neste sentido, Kunzler e Wolff (2010) apresentam interessante comparação de propostas de organização prática do processo criativo, explorando os métodos de projeto com foco em moda apresentados por Treptow (2005), Jones (2005), Barcaro (2008), Sorger e Udale (2009).

Ao delinear a estrutura das distintas propostas metodológicas apresentadas a seguir (quadro 7), as autoras apontam para a presença de temas semelhantes que estruturam ou direcionam os modelos de processo de desenvolvimento de coleção. Embora possuam especificidades, como a ênfase em diferentes peculiaridades na organização dos procedimentos, tais propostas intercalam etapas de um processo tanto criativo quanto produtivo, das quais Kunzler e Wolff (2010, p. 6) destacam: pesquisa de tendências, planejamento de coleção, elaboração de quadro cronológico e desenvolvimento.

DORIS TREPTOW (2005)	SUE JENKYN JONES (2005)	ANDREA BARCARO (2008)	RICHARD SORGER; JENNY UDALE (2009)
1.Planejamento 2.Cronograma da coleção Prazos para lançamento da coleção 3.Parâmetro da coleção Mix de produto Mix de moda Tabela de parâmetro 4.Dimensão da coleção Escolha do tamanho da coleção Estoque	1. Briefing Análise do briefing 2.Desenvolvimento Escolha do público/mercado alvo Análise/alternativa do problema 3.Custeio Análise de valores para peças 4.Gerenciamento de tempo Prazos para entrega	1. Portfólio das Coleções Sistematização do portfólio Análise de marcas, investimento, marketing e trend Análise de apoio 2. Sistematização da coleção Escolha do número de modelos para mostruário, tecidos, cores Análise de valores 3. Cronograma operacional Prazos para coleções Datas de lançamentos	
5. Pesquisa de tendência Briefing da coleção Inspiração	5. Inspiração Criatividade Tendências Criação		1. Pesquisa Pesquisa de tendência
6.Desenvolvimento Cartela de cores Tecidos Aviamentos		4. Desenvolvimento da coleção Desenhos e esboços Escolha de acessórios Criação de peças pilotos	2.Desenvolvimento Desenho e esboços Escolha de tecidos/aviamentos Modelagem e produção das peças piloto
		5. Campanha de Venda Revisão das redes de distribuição Mostra da coleção 6. Produção e compra Contratação de terceirizados Recebimento e teste do produto final Remessa ao ponto de venda	3.Lançamento Mostra da coleção Venda da coleção
7.Fase de Realização Esboços Desenhos técnicos Modelagem Peça piloto Reunião de aprovação Mostruário Lançamento e divulgação	5. Apresentação Cadernos de croquis <i>Storyboards</i> /peças prontas	7. Entrega da coleção	

Quadro 7: “Metodologias de Design de Moda”. Fonte: Kunzler e Wolff (2010).

No entanto, a presente dissertação não tem como objetivo o aprofundamento da exploração e comparação entre particularidades de diferentes proposições de estruturação metodológicas, tais como as já sintetizadas por Kunzler e Wolff (2010). A argumentação aqui apresentada fundamenta-se na análise deste panorama a fim de visualizar possibilidades de diálogo entre design e moda pelo viés da discussão do desenvolvimento de produto de moda, assim como, quais questionamentos emergem desta ótica.

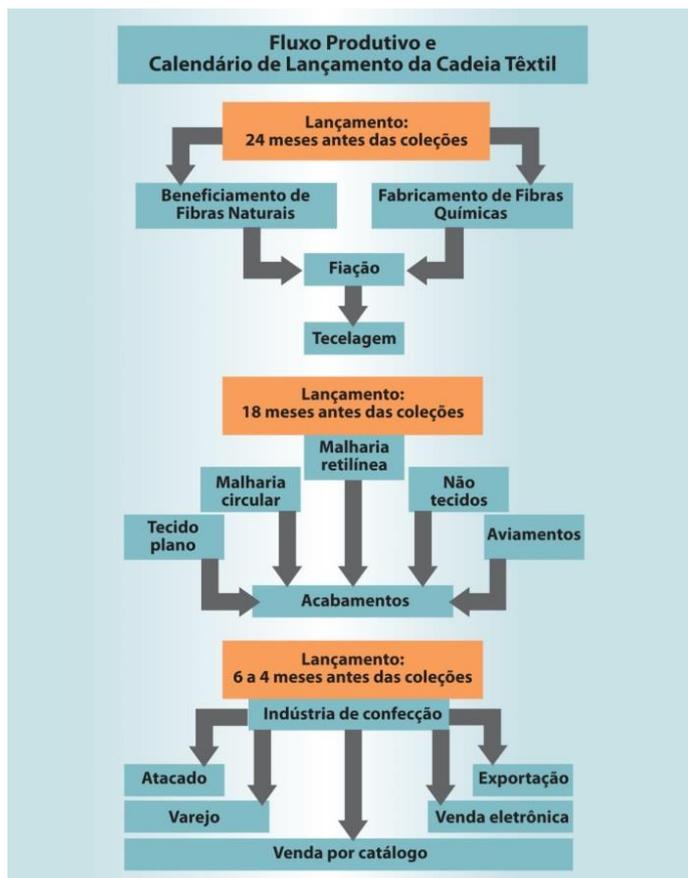
Dando sequência, apresenta-se a perspectiva de autores que se dedicaram à temática no país, tendo como ponto de partida reflexões acerca do processo de criação em moda em articulação a elementos e conceitos do campo do design.

Pires (2007) observa que o interesse por este tema foi impulsionado por meio de pesquisas e estudos de casos anteriores à oficialização dos cursos de design de moda, que contribuíram para fomentar a discussão sobre a formação profissional do campo da moda em associação a diretrizes do campo do design.

As considerações de Montemezzo (2003) também estão inseridas neste contexto e, a partir dos resultados obtidos por meio de sua dissertação de mestrado, argumenta que a própria compreensão do processo de desenvolvimento de produto de moda está em transição à medida que novas problemáticas são aglutinadas ao seu processo criativo. Tal transição denota convergência com uma conduta criativa que se enquadra na resolução de problemas de design, uma vez que articula, como citado pela autora, fatores sociais, antropológicos, ecológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos, contemplando necessidades e desejos de um mercado consumidor. Enfatiza, ainda, que a adesão às diretrizes de design por instituições de ensino de moda não deve se restringir à mudança de nomenclatura.

Em consonância com a abordagem do desenvolvimento de produto de moda vinculado aos procedimentos de design, Navalon (2008) aborda implicações e interconexões metodológicas desta transição. A autora situa a atividade do profissional de moda e o desenvolvimento de coleção dentro de uma cadeia produtiva maior e mais intrincada, com etapas anteriores e posteriores à elaboração de coleção que também interferem nesta prática. Diante disto, investiga as diferentes fases de criação em design de moda, analisando desde aspectos relativos à concepção e elaboração, até elementos mais técnicos de construção da vestimenta.

Navalon (2008) elabora, também, interessante quadro explicativo referente à representação gráfica do fluxo produtivo e calendário de lançamentos da indústria têxtil, tão complexo e desenvolvido quanto as etapas posteriores da cadeia produtiva de moda (quadro 8), tornado possível visualizar o profissional de moda, seja ele estilista ou designer de moda, como parte integrante desta dinâmica. Coloca-se em evidência, então, a compreensão do processo como um todo e a importância da atuação sistêmica e integrada.



Quadro 8: “Representação gráfica do Fluxo produtivo e calendário de lançamentos da indústria têxtil”.
Fonte: Navalon (2008).

Com base nos autores mencionados, considera-se que o diálogo entre moda e design pode ser consolidado por meio do exame do processo criativo de moda como também vinculado a um panorama de produção em escala industrial, que demanda maiores especificações acerca da produção de moda enquanto vestuário reproduzido e consumido em massa, investigação pertinente e necessária não apenas para a moda nacional.

Iniciativas que tomam o vestuário e seu processo produtivo como objeto de estudo para além da produção artesanal destinada somente à elite consumidora podem ser encontradas, já na década de 1920, no trabalho desenvolvido por Varvara Stepanova e Alexander Rodchenko, adeptos do construtivismo russo, e Thayaht, artista ligado ao futurismo italiano.

Stepanova, em parceria com Rodchenko, desenvolveu experimentações e estudos sobre uniformes de trabalho com preocupação voltada para realização de tarefas específicas, adotando modelagens facilitadoras de posturas e movimentos adequados, com o objetivo de “melhorar a qualidade de vida de grandes setores da sociedade” (Fiorini, 2008, p. 99).

Por sua vez, Thayaht, artista italiano que na década de 1920 desenvolveu ilustrações e logotipo do ateliê criativo de Madeleine Vionnet, propôs na mesma época uma vestimenta universal a ser utilizada pela classe operária como roupa cotidiana e também como símbolo de oposição aos gostos e costumes da burguesia, denominada TuTa (figura 5). É interessante ressaltar que, segundo Vaccari (2013)², esta roupa extremamente funcional e de baixo custo, mesmo direcionada para o proletariado, curiosamente foi adotada como moda passageira pela alta sociedade de Florença, na Itália.



Figura 5: À esquerda, “Roupa de produção” de Varvara Stepanova. À direita, Traje TuTa desenvolvido por Thayaht. Fonte: respectivamente, Moura (2008) e Vaccari (2013).

Ao discutir a moda enquanto processo industrial de grande impacto social e cultural destaca-se a possível contribuição do campo do design por meio da análise de seu aporte teórico sobre o projeto de objetos produzidos industrialmente.

Entende-se como apropriado, neste momento de articulação entre a ótica do desenvolvimento de objetos de vestuário e moda fabricados industrialmente e os referenciais teóricos de design, retomar as colocações de Lobach (2011) sobre a configuração do entorno material que circunda o homem e com o qual este interage.

² Informação fornecida por Alessandra Vaccari durante o curso “Visibilidade e invisibilidade da moda: o papel do designer de moda”, realizado em setembro de 2013, na Each, USP.

A partir da já mencionada classificação dos objetos de uso produzidos industrialmente sugerida por Lobach (2011), ressalta-se duas categorias específicas: a de produtos de consumo e a de produtos de uso individual. Como descrito pelo autor, o produto de consumo possui como característica mais demarcada o fato de deixar de existir ao ser utilizado ou consumido, como produtos alimentícios ou de higiene. Neste caso, a atuação do designer acaba por concentrar-se, em grande parte, em questões relacionadas ao projeto de embalagem. Já o produto de uso individual é aquele que estabelece uma relação maior com o usuário e, geralmente, apresenta vida útil maior do que a dos produtos de consumo. Como defende o autor, a principal tarefa do designer encontra-se no desenvolvimento de produtos de uso pessoal.

Desta forma, no âmbito da presente investigação, é proposto o exercício de transpor tal argumentação para o enfoque da produção de vestuário, enquanto objeto produzido industrialmente. Na tentativa de enquadrar o produto de moda na classificação elaborada por Lobach (2011), em um primeiro momento, constata-se que este estabeleceria correspondência com a categoria de produto de uso individual, uma vez que o vestuário é de uso direto, individual e estabelece significativa relação pessoal entre usuário e objeto.

No entanto, esta tentativa de classificação recai sobre o objeto vestuário e não sobre a moda como um todo. A roupa pode ser classificada como objeto de uso, porém, a moda não, pois esta não se caracteriza enquanto objeto concreto. A moda atua sobre a configuração do vestuário e também sobre decisões do usuário, interferindo em suas relações de uso, fazendo com que objetos criados para determinada função possam mover-se de uma categoria para outra.

Diante das dinâmicas do sistema de moda, o desejo de consumo em torno de determinado objeto pode sobrepujar necessidades práticas a ponto de torná-lo descartável. Seria possível, então, transformar uma peça de vestuário inicialmente projetada para o uso individual em um objeto de consumo, com vida útil efêmera e que se esvai no momento de uso.

No sentido de explorar e aprofundar esta afirmação recorre-se uma vez mais às explicações de Lobach (2011). O autor destaca que a delimitação das funções de configuração dos objetos industriais auxilia o designer a desenvolver produtos em consonância com necessidades e aspirações do usuário. E ressalta especificidades

inerentes a articulação de tais funções, como destacado a seguir (LOBACH, 2011, p. 67):

Todo produto industrial tem uma aparência sensorialmente perceptível, determinada por elementos de configuração, forma, cor, superfície etc. Possui também uma função estética que definimos como aspecto psicológico da percepção sensorial durante o uso. A esta função estética pode-se juntar a função prática, a função simbólica ou ambas. Sempre, porém, uma das funções terá prevalência sobre as outras.

A fim de salientar a presumível predominância de uma das funções perante as demais, Lobach (2011) compara a ocorrência de algumas variações relativas à configuração de um mesmo objeto. Exemplifica como resultante da configuração sob a predominância de uma função os seguintes objetos: a cadeira de jantar das comunidades norte-americanas Shaker, relativa à predominância da função prática; a cadeira Red and Blue de Gerrit Rietveld, com predominância da função estética; a cadeira Barcelona de Ludwig Mies van der Rohe, com predominância da função simbólica. Na imagem a seguir, apresenta-se a exemplificação desenvolvida pelo autor acerca da predominância de funções no projetar de determinados produtos e, em específico, as cadeiras mencionadas (figura 6):

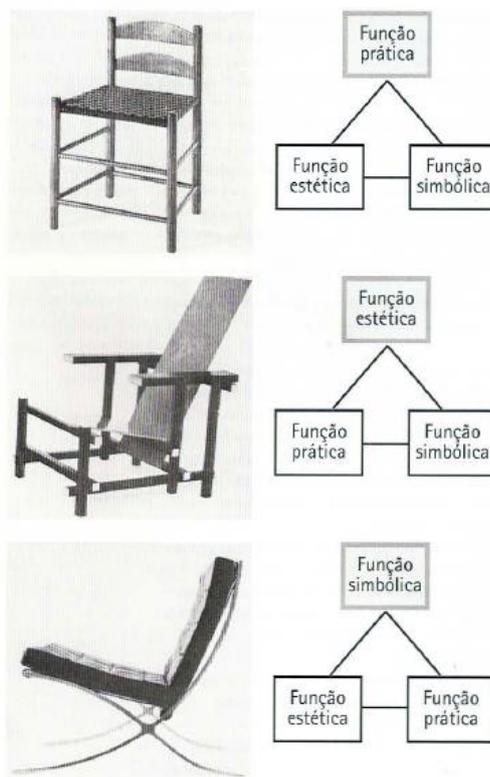


Figura 6: Análise da predominância de função. Fonte: Lobach (2011).

Em alinhamento com a presente exploração das possíveis relações entre proposições de Lobach (2011) e especificidades do vestuário, destaca-se a contribuição de Gomes Filho (2006) ao apresentar a ampliação do estudo das funções dos produtos industriais para outros objetos, dentre os quais inclui aspectos da vestimenta e aborda delimitações referentes à temática do design de moda.

Neste sentido, a partir de Lobach (2011) e Gomes Filho (2006), realiza-se a análise das possíveis nuances e contrastes que a articulação com conteúdos de moda pode acrescentar à delimitação das funções práticas, funções simbólicas e funções estéticas dos produtos industriais relacionadas à configuração do vestuário.

Desta forma, nuances de influência de conteúdo de moda podem ser verificadas até mesmo em artigos em que, presumivelmente, funções práticas seriam predominantes, como uniformes de trabalho. A concepção de uniformes profissionais voltados para atendimento ao público, tais como os de comissárias de bordo, é mais suscetível a variações de tendências de moda e sazonalidades, como ilustrado na figura 7. Alternâncias de estilo, formas e cores não exercem tanta influência quando aplicadas a uniformes industriais ou da área de saúde, delimitados por questões de segurança e assepsia.



Figura 7: Possíveis articulações de conteúdos de moda na delimitação de funções práticas. Emilio Pucci para Braniff Airlines, em 1965. Fonte: Disponível em: <<http://www.insidethearchive.com>>. Acesso: 2014.

Dando sequência, aspectos simbólicos podem ser amplamente explorados em relação à escolha de uso de determinado vestuário. Este tópico, no âmbito da moda, torna-se ainda mais vasto e diversificado. É possível ressaltar, a princípio, a intervenção do usuário na configuração final do objeto a fim de adequá-lo a aspectos subjetivos e pessoais de sua personalidade, tal como em customizações. E abrange, até mesmo, a possibilidade de uma celebridade ou figura pública intensificar vendas, como no caso em que todo o estoque de determinado modelo de vestido, da empresa do segmento *fast fashion* “Topshop”, ter se esgotado em torno de uma hora após ser usado por Catherine Middleton, Duquesa de Cambridge, em evento oficial (figura 8).



Figura 8: Possíveis articulações de conteúdos de moda na delimitação de funções simbólicas.
 Fonte: Disponível em: <<http://katemiddletonstyle.org>>. Acesso: 2013.

Finalmente, a predominância de aspectos de função estética na configuração do vestuário também apresenta variações de interpretação. Este aspecto em relação à vestimenta pode ser associado ao resultado da execução de um trabalho de extrema habilidade e excelência no emprego de técnicas artesanais, como as coleções apresentadas por ateliês de Alta Costura. Ou ainda, pode ser analisado enquanto performance ou intervenção artística, como executado pelo estilista Jum Nakao em seu desfile “A costura do invisível”, quando ao final da apresentação de modelos confeccionados em papel com a mesma perícia de um costureiro de Alta Costura, as peças são completamente destruídas ainda na passarela (figura 9).



Figura 9: Possíveis articulações de conteúdos de moda na delimitação de funções estéticas.
 Fonte: Acima, <<http://www.style.com>>, Christian Dior Couture, 2007.
 Abaixo: <<http://www.jumnakao.com>>, 2004.

Elaborou-se tal percurso panorâmico a fim de aprofundar a análise sobre a predominância de determinada função na configuração do objeto aplicada ao projeto de vestuário e, também, sobre possíveis implicações da interação de conteúdos de moda junto ao processo de configuração, até mesmo em momentos posteriores às etapas de projeto.

Destaca-se, então, que esta tentativa de relacionar o vestuário à predominância das funções dos produtos industriais evidencia o poder de interferência da moda sobre o vestuário produzido industrialmente. E, a partir de Svendsen (2010), é possível compreender a roupa como recorrente objeto pelo qual a moda se materializa, contudo, a influência da moda enquanto manifestação social e cultural não se resume a isto. Cabe ressaltar, neste sentido, a perspectiva de que a moda não se restringe ao objeto e sua configuração. Ela estende seu efeito à própria construção da interação de uso pelo indivíduo e, até mesmo, aos meios de produção.

Com o intuito de exemplificar o poder de persuasão da moda para além da materialização do objeto, realiza-se a análise do modelo de produção denominado *fast fashion*, que, em linhas gerais, consiste na produção rápida de peças para reposição constante nos pontos de venda, pautada em renovação de tendências de moda, promovendo a busca incessante por novidades. Contudo, além da baixa qualidade do produto final, este modelo é associado a condições indignas de trabalho e conta com inúmeras denúncias de condições análogas à escravidão na tentativa de manter baixos custos de produção e cumprir prazos de entrega.

Os produtos resultantes do modelo de produção *fast fashion* podem ser caracterizados enquanto exacerbação da função simbólica do objeto de moda, tendo como principal objetivo de sua produção o descarte prematuro. Necessidades básicas de peças de vestuário de uso cotidiano, como aspectos ergonômicos, são distorcidas ou nem mesmo consideradas.

Desta forma, a configuração do objeto pautada na satisfação de necessidades do usuário, por meio da articulação das funções práticas do objeto, é obliterada neste modelo produtivo em favor de uma propulsão consumista e de manutenção de lucros das empresas, com acentuada participação e anuência do consumidor.

Lobach (2011) faz menção a esta vertente de consumismo intensificado pela moda, assim como sua influência sobre aspectos de configuração de objetos tradicionalmente atribuídos ao design, como relógios de pulso. O autor menciona o caráter prático e sóbrio dos elementos que inicialmente direcionavam a configuração de relógios de pulso e que com o tempo se tornaram cada vez mais profusos e aleatórios a fim de satisfazer desejos individuais de diferentes consumidores (LOBACH, 2011, p. 49):

Hoje muitos relógios foram convertidos em elementos de moda (...). Esta tendência, a mudança rápida e a criação de muitas variantes, resulta no aumento do lucro do fabricante. Estes produtos para o uso pessoal são quase sempre submetidos a mudanças de aparência, através de uma manipulação formal, que não se relaciona com o seu funcionamento. Isto se manifesta especialmente em produtos de pequena complexidade técnica e em produtos de baixo custo de produção.

Por meio desta dinâmica os produtos se tornam rapidamente elementos de moda e alteram a prática profissional do design, no momento em que “o designer industrial passa a fazer apenas cosmética de produtos” (LOBACH, 2011, p. 49). E, a partir disto, pondera-se que a moda enquanto manifestação de influência e poder atua também sobre a produção e organização do campo de design.

Este ponto apresenta importante reflexão acerca das dinâmicas de ambos os campos e das discussões intrínsecas ao design de moda.

Desta maneira, como já destacado por Montemezzo (2003), observa-se que a aproximação a conteúdos de design pode ser representativa de mudanças estruturais para o campo da moda. Cabe aqui indagar se este mesmo percurso de aproximação e a aceitação e legitimação do designer de moda enquanto produtor do campo do design poderia ser compreendido, também, como um momento de mudanças estruturais para o campo do design.

Cardoso (1998) apresenta crítica que se relaciona a esta dinâmica de interferências externas na produção de objetos de design, porém pautando-se no conceito de fetichismo, sendo este, sob o ponto de vista do autor, “a ação respectivamente espiritual, ideológica e psíquica de acrescentar valor simbólico à mera existência concreta de artefatos materiais (...)” (CARDOSO, 1998, p. 28). Contudo, o autor não associa sua argumentação ao campo da moda, conduzindo-a por meio da análise da estrutura de funcionamento do campo do design.

Em consonância a esta colocação, Lobach (2011) relata a articulação de prestígio influenciando o projetar, tal qual Cardoso (1998) em relação ao fetiche. Lobach (2011) inclui aspectos relativos à indumentária, contudo, classifica esta interação como delimitações simbólicas de status e prestígio e não como dinâmicas de moda.

Para Cardoso (1998), ao concentrar-se somente em sua tradição funcionalista, compreendida como adequação da forma ao bom funcionamento do objeto, o design cede espaço para que outras áreas, como o marketing e a publicidade, decidam as demais funções do objeto e, por consequência, também contribuam para delimitar o grau de interação com as premissas de design. O autor faz um apelo aos designers para que não sejam omissos ou indiferentes a esta discussão, pois entende que admitir a faceta fetichista intrínseca ao objeto e sua configuração pode ser um caminho para a retomada das diretrizes da atividade nestas ocasiões.

Entende-se que as conjecturas apresentadas por Cardoso (1998) podem ser incluídas na análise das relações entre os campos de design e de moda, pois, enquanto o design desenvolvia seu aporte teórico acerca da configuração de objetos, pontuado por momentos de apreciação crítica do entorno, a moda

desenvolvia e consolidava um modelo de funcionamento que se apoiaria no comportamento fetichista e no estímulo de novos desejos de consumo.

A partir da identificação da influência do sistema de moda em diferentes objetos e indivíduos, é proposto o questionamento sobre até que ponto o designer pode ser considerado como omissivo ou indiferente à exacerbação dos valores simbólicos de objetos por ele produzidos, uma vez que esta constante distorção do uso de produtos apresenta-se como característica reforçada pela sociedade de consumo contemporânea, assim como, parâmetros de obsolescência programada e acelerada, em grande parte, também permeiam e direcionam a organização da produção industrial atual.

Neste sentido, Christo (2008) ressalta a apropriação gradual, por parte do design, do discurso de obsolescência e efemeridade presente na moda. Fundamenta sua argumentação em casos como o da empresa de utensílios domésticos Coza, que apresenta novos lançamentos com características de sazonalidade que remetem aos lançamentos de coleções de moda, assim como pode ser notado o emprego de tendências e a divisão e apresentação dos projetos em formato de coleções por empresas de móveis, como no caso da empresa Tok&Stok.

Sobre este aspecto, a incidência de tendências de moda em projetos de design, Lipovetsky (2009) argumenta que os objetos de design também estão articulados dentro desta estrutura que permite sua caracterização como resultante de uma tendência de moda em menor intensidade, como destacado a seguir (LIPOVETSKY, 2009, p. 194):

Insurgindo-se contra a sentimentalidade irracional dos objetos (...), o design não sai da ordem da sedução, mas inventa uma nova modalidade dela. A encenação e o artificialismo não desaparecem, chega-se a eles pela via inédita do mínimo e da 'verdade' do objeto: é o charme discreto do despojamento, da economia dos meios e da transparência.

Diante de tais informações, pondera-se que a lógica da obsolescência programada se caracteriza como importante elemento da sociedade de consumo e pode-se dizer que até mesmo o "bom design" é passível de ser subjugado à sua estrutura. Para ilustrar esta proposição, toma-se como exemplo o aparelho *iphone*, *smartphone* produzido pela empresa *Apple* (figura 10).



Figura 10: Variações de modelo do aparelho *iPhone*.
Fonte: Disponível em: <<http://www.apple.com>>. Acesso: 2013.

Este específico produto, resultado do trabalho da equipe de design em conjunto com outras áreas da referida empresa, apresenta inovação relevante em seu campo de atuação, oferecendo um produto de boa qualidade e funcionalidade, em correspondência com alguns aspectos acerca das especificações de um bom design elencados por Burdek (2006, p. 15):

Bom design não se limita a uma técnica de empacotamento. Ele precisa expressar as particularidades de cada produto por meio de uma configuração própria. Ele deve tornar visível a função do produto, seu manejo, para ensejar uma clara leitura ao usuário. Bom design deve tornar transparente o estado mais atual do desenvolvimento da técnica. (...).

Contudo, o momento de apresentação de novos lançamentos deste *smartphone* estabelece notável similaridade com dinâmicas da moda, sobretudo, pelo viés de intensificação de desejo de consumo. A possível obsolescência tecnológica se torna também simbólica e de desejabilidade, ao passo que o lançamento de um novo modelo adquire a capacidade de suplantar simbolicamente a versão anterior, elemento recorrente no consumo de moda. Desta maneira, constroem-se relações que transformam o ato de possuir o objeto mais importante do que o uso efetivo do mesmo, conduta que reitera a vertente de sazonalidade, efemeridade e culto à novidade, características marcantes do sistema de moda.

Neste contexto, Amnom Armoni, coordenador do curso de pós-graduação em Gestão Estratégica em Moda da Fundação Armando Alvares Penteado (Faap), destacou, em palestra proferida na mesma instituição, a guinada do marketing da empresa para elementos de imagem de marca de empresas de moda do segmento de luxo (informação verbal)³.

³ Informação fornecida por Amnom Armoni, durante a palestra “O Paradoxo da Moda: Criação e Gestão.” Jum Nakao e Amnon Armoni. Abril de 2012.

Acerca disto, cabe relatar que *Apple* anunciou, em 2013, a contratação do então diretor executivo da Yves Saint Laurent, Paul Deneve, como diretor de projetos especiais e, entre outros profissionais relacionados à área de moda, contratou também Angela Ahrendts, executiva da empresa Burberry.

Desta maneira, pondera-se que a análise das pesquisas e autores apresentados, conduzida pela perspectiva do design de moda, possibilitou identificar percursos confluentes entre os campos de design e de moda.

Observou-se o gradativo direcionamento, por parte da moda, para a busca por organização e construção de um processo de desenvolvimento de coleção com etapas mais demarcadas, permeado por momentos de pesquisa em diferentes fontes, com o intuito de consolidação de um repertório que não atua somente em função da subjetividade do profissional, mas sim, de forma integrada. Notou-se também a gradativa adesão, por parte do design, às práticas e dinâmicas representativas do sistema de moda, acrescentando ao contexto de diálogo entre referenciais teóricos questionamentos para além da funcionalidade prática do objeto e metodologias de projeto.

4.5 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 5

Nesta seção, em correspondência com a discussão dos resultados referentes ao subproblema 5, são apresentadas análises acerca do percurso de construção da atividade do profissional vinculado ao desenvolvimento de produtos de vestuário e moda, sobretudo quanto a variações de aspectos desta profissão ao longo dos séculos XIX e XX, ainda não formalizada como design de moda, e possíveis influências sobre a organização da área atualmente.

4.5.1 Possíveis assimilações de conteúdos concernentes ao campo da moda na consolidação das bases teóricas do design de moda

O módulo da pesquisa correspondente ao subproblema 5 aponta para a necessidade de maior aprofundamento sobre a atuação do profissional de moda sem vinculação com conceitos de design, com o objetivo de analisar sua atuação para além do projeto do produto de moda e suas relações com o usuário, em busca

de informações que possibilitem melhor compreender as motivações da atual transição de nomenclaturas e adesão às diretrizes curriculares do campo de design.

Por meio da revisão de literatura a respeito da estruturação do perfil do profissional de moda, é possível perceber que tal percurso não se configura como um todo uniforme e homogêneo. Percebe-se ainda, que momentos antagônicos não se apresentam como exclusivos do atual período de mobilizações e reestruturação do campo da moda no país (NAVALON, 2012). A construção e legitimação de uma nova categoria de profissional que incorpora tanto características do campo da moda quanto do campo de design, então denominado designer de moda, é acompanhado por outros pontos conflituosos, além dos já abordados na seção anterior “4.4”.

Christo e Cipiniuk (2013) argumentam que as diferenças entre o processo criativo do designer de moda e do estilista não se apresentam de modo claro e objetivo, uma vez que a atuação de ambos é permeada por elementos semelhantes. Segundo os autores, esta distinção está mais relacionada a noções e valores específicos que exercem influência sobre como a atividade do outro campo é compreendida, como destacado a seguir (CHRISTO; CIPINIUK, 2013, p. 3):

De certa forma, as próprias definições e delimitações das atividades do designer e do produtor de objetos do vestuário estão cercadas de noções datadas e localizadas que interferem na percepção sobre as possibilidades de atuação destes profissionais no processo produtivo e no valor atribuído a eles, contribuindo, conseqüentemente, para estas reações e conflitos.

Navalon (2012) enfatiza que diversas alterações ocorreram ao longo da consolidação deste sistema de moda e de seu representante profissional. Contudo, tais alterações se manifestariam não somente com o caráter de sobreposição de funções e ofícios, mas, em grande parte, no sentido de ampliar as possibilidades de atuação, em consonância com mudanças de contextos sociais e econômicos.

Funções e nomenclaturas associadas à prática profissional do campo da moda já ocasionaram debates no país em momentos anteriores, como observado por Laís Pearson, profissional pioneira do setor. No final da década de 1960, Laís exercia a função de coordenadora de moda na empresa de fios metálicos Lurex Internacional e relata que, nesta época, nem mesmo seus empregadores sabiam ao certo quais funções desempenharia em seu novo cargo. Desta maneira, precisou aguardar a chegada de representantes da sede internacional e, então, passou a produzir traduções de textos técnicos para a filial no Brasil e a elaboração de textos publicitários e jornalísticos para publicações em revistas (informação verbal)⁴.

A partir dos relatos de Laís Pearson é possível identificar certo descompasso da moda brasileira em relação à moda estrangeira, visto que, em meados das décadas de 1950 e 1960, enquanto a moda internacional se adaptava e evoluía dentro de uma dada estrutura industrial e do novo modelo de criação e produção denominado *prêt-à-porter*, no Brasil iniciava-se a mobilização pela qualificação do profissional e do produto, como já mencionado, amplamente referenciado no modelo de alta costura francesa.

A partir da década de 1970, segundo Navalon (2012), seria constituído um panorama de maior abrangência para moda e os profissionais em torno de sua cadeia produtiva. Haveria neste momento pelo menos três nomenclaturas concomitantes para se referenciar àquele que desempenhava o papel de criar moda, sendo estas: “costureiro”, “criador em moda” e “estilista”. Estas variações diluíam-se em algumas outras funções e títulos ligados à etapa de criação em diferentes momentos, como coordenador de moda, diretor de moda, gerente de produto.

Neste sentido, Rybalowski (2010) analisa tais dinâmicas sob o ponto de vista do aumento da complexidade da atuação deste profissional ao longo da consolidação de sua trajetória e enfatiza que as organizações mercadológicas e produtivas da atualidade incorporaram novos desafios e temáticas ao ofício do profissional de moda. Esta conjuntura, por sua vez, estimulou a diversificação das competências exigidas, tornando a atividade ainda mais intrincada e multidisciplinar, tanto no âmbito da moda brasileira como no da moda internacional.

O criador de moda passou, então, ainda segundo a perspectiva de Rybalowski (2010), a atuar também como gestor de processos interdisciplinares, trabalhando em conjunto com demais profissionais em diferentes etapas da cadeia produtiva. A autora enfatiza que mesmo com diferentes variantes e agentes, o profissional vinculado às práticas e dinâmicas da moda permanece como condutor deste processo.

⁴ Informação verbal fornecida por Laís Pearson durante palestra no evento “Sexta Feira da Moda na USP”, no dia 30 de novembro de 2012.

Deste modo, decorrendo paralelamente à questão específica da concorrência gerada entre o designer de moda e o estilista, pode-se depreender que a moda como um todo esteja em um momento de transição, pois, como visto em Christo e Cipiniuk (2013), é uma movimentação cíclica inerente ao campo. O declínio de determinadas práticas e organizações acontecem no mesmo espaço em que há o surgimento e emergência de outras (CHRISTO; CIPINIUK, 2013, p. 10):

Desta forma, as posições ocupadas, por exemplo, pelas modistas, pelas costureiras das casas de moda, pelos costureiros, pelos estilistas ou pelos designers de moda, e as mudanças de valor atribuídas a estas posições, parecem indicar um movimento próprio do campo de produção de objetos do vestuário, onde novos agentes se estabelecem, novas relações se constituem e, com elas, novos critérios e valores são instituídos determinando o valor da posição ocupada por cada agente e, conseqüentemente, dos produtos associados a eles.

Relacionado ao mesmo contexto, tanto Montemezzo (2003) quanto Christo e Cipiniuk (2013) apontam a faceta da moda enquanto persuasão e influência ocasionando possíveis interferências nas dinâmicas que moldam conteúdos da prática profissional e construção do campo. Montemezzo (2003) perpassa o tema quando expõe a crítica ao pouco comprometimento de alguns novos cursos de design de moda com as diretrizes curriculares de design, sendo adotado como tendência de mercado e novidade, minimizando a importância de conteúdos teóricos.

Christo e Cipiniuk (2013) evidenciam a possibilidade desta adesão ao design de moda por questões de tendência adquirir a característica de atualização de práticas, como se o surgimento de uma nova nomenclatura pudesse substituir a vigente. Contudo, os autores consideram esta compreensão produto das interações entre os campos envolvidos, design e moda, e do momento específico de validação de novos agentes, que não se ancora, exatamente, em características de fato inerentes à prática deste novo profissional.

A partir da concatenação e assimilação dos autores apresentados é possível observar que aspectos de transição e mudanças não são específicos da trajetória da moda desenvolvida no país. Considera-se, também, que dinâmicas de tendência e moda podem interferir em organizações do campo e na adesão a determinado direcionamento teórico em voga, independentemente de quais sejam as nomenclaturas em vigor ou em transição.

Em complemento a esta afirmação, incorpora-se aqui a colocação de Erner (2005) ao identificar que as práticas do ofício vinculado à moda também estão sujeitas a este sistema de contínua mutação, incluindo o próprio profissional. O autor reitera a perspectiva de que a constante da moda é a própria mudança, como destacado no seguinte fragmento (ERNER, 2005, p. 22):

(...) os costureiros estão provavelmente entre as primeiras vítimas da moda.
(...) Com eles, começou a grande valsa dos talentos: Poiret eclipsou Worth antes de entregar seu magistério a Chanel. Desde esse glorioso início, os nomes mudaram, mas o roteiro continua o mesmo. As estações reservam aos estilistas o mesmo destino que às cores e formas. Um ano, é necessário vestir azul, o ano seguinte passa a ser do vermelho; da mesma maneira Gucci sucede a Cerruti.

Diante de tais informações, em alinhamento com a revisão de literatura já analisada na seção “4.2”, que tratou de elementos constitutivos do campo da moda e de seu representante profissional, neste ponto, compreende-se como relevante retomar o contexto de fundamentação e implantação de diretrizes que possibilitaram o desenvolvimento da alta costura.

Como mencionado anteriormente, a partir de Charles Worth o costureiro passou a assinar suas peças e equiparou o resultado de seu trabalho à obra prima do artista, contribuindo para a organização e consolidação da alta costura como um modelo de negócio que mantém representatividade e prestígio até os dias de hoje, em sua atual estrutura de eventos, tais como as semanas de moda.

Em relação a isto, Vaccari (2013)⁵ ressalta como significativo êxito do percurso iniciado pelo costureiro-criador o ato de transformar a si próprio em componente da construção simbólica da imagem da alta costura, no momento em que o profissional adquiriu a capacidade de projetar-se como personagem idealizado passível de ser comercializado e consumido como um item da marca a qual se dedica. A autora apresenta interessante argumentação sobre a trajetória deste profissional, conduzida pela investigação acerca das influências da moda enquanto espetáculo, detalhada nos parágrafos seguintes.

⁵ Informação fornecida por Alessandra Vaccari durante o curso “Visibilidade e invisibilidade da moda: o papel do designer de moda”, realizado em setembro de 2013, na Each, USP.

Vaccari (2013) inicia sua exposição trazendo a imagem do encerramento do desfile de *prêt-à-porter* outono/inverno de 2011, da *maison* de alta costura Christian Dior. A imagem refere-se ao momento de agradecimento final, logo após o desfile, em que o criador responsável pela coleção deveria aparecer para receber os aplausos do público.

No entanto, cerca de trinta pessoas adentram os primeiros metros da passarela, todas vestidas com o mesmo jaleco branco, representando a equipe de criação do ateliê Dior (figura 11).



Figura 11: Equipe do ateliê de criação da *maison* Dior.
Fonte: Disponível em: <<http://www.style.com>>. Acesso: 2011.

Esta imagem tornou-se emblemática para o universo da moda devido aos acontecimentos que a antecederam. Isto se dá no momento específico em que o criador John Galliano foi afastado da direção criativa da empresa, cargo de comando ocupado por ele desde o ano de 1997, por ter protagonizado um escândalo que culminou em denúncias formais por motivos de conduta preconceituosa e antissemita. À frente da empresa a mais de dez anos, Galliano era considerado pela crítica de moda internacional como criador excepcional e de grande relevância no sucesso da marca ao qual se dedicava. Construiu ao longo dos anos, uma expectativa não somente sobre suas criações, mas, também, sobre sua entrada final na passarela, de modo que esta era parte integrante do espetáculo (figura 12).



Figura 12: O criador de moda John Galliano ao final das coleções de 2007 e 2010, respectivamente, da *maison* Dior. Fonte: Disponível em: <<http://www.style.com>>. Acesso: 2011.

O contraste gerado pela comparação entre as figura 11 e figura 12 apresentadas deixa transparecer a estrutura que ampara a construção da imagem do criador de moda enquanto artista detentor de talento individual inigualável. A partir deste exemplo, Vaccari (2013) desenvolve a análise do que identifica como a capacidade de delimitação e manipulação do que se constrói enquanto visibilidade e invisibilidade do sistema de moda. A equipe de criação do ateliê sempre existiu e sempre participou da elaboração e execução das peças apresentadas nos desfiles, porém, somente a imagem do estilista prevalecia, até que por interferência de acontecimentos externos isto precisasse ser modificado, como foi o caso em 2011.

Desta forma, Vaccari (2013) articula sua perspectiva sobre a construção da imagem do profissional de moda pautada nesta dinâmica de visibilidade e invisibilidade: no ato de se atribuir visibilidade a um determinado ponto colocando-o sob os holofotes da moda, inevitavelmente, se está retirando o foco de outro ponto, destinando-o à invisibilidade. Ao tornar como constante visível a magia e o encanto do ato artístico da criação e da excelência de peças atribuídas a um único criador, a alta costura relegava à invisibilidade o outro polo de sua atividade, os processos produtivos dos ateliês, retirando do processo aparente os meios materiais pelos quais se chegaram aos resultados e os profissionais igualmente capacitados envolvidos na execução. E, segundo Grumbach (2009), até a década de 1950 os ateliês empregavam inúmeros trabalhadores na produção artesanal em grande escala da alta costura.

Haveria, então, neste contexto, o autor, profissional que produzia a coleção e seus desdobramentos de forma competente e relevante em conjunto com equipe igualmente capacitada; e o personagem, a imagem que o autor criava em torno de si e de sua produção e associava à marca. Vaccari (2013) destaca a habilidade de Coco Chanel, ainda na década de 1920, em visualizar este mecanismo e aplicá-lo em seu empreendimento. E, em relação à moda contemporânea, cita o diretor criativo da *maison* Chanel, Karl Lagerfeld, que, de certo modo, também compreende e articula tal dinâmica, consolidando sua imagem como autor e personagem.

Acerca da contratação de Karl Lagerfeld pela *maison* Chanel na década de 1980, Grumbach (2009) relata o ineditismo desta ação, retratando mais um aspecto conflituoso do momento de consolidação e transição entre diferentes práticas profissionais de moda, como destacado no segmento a seguir (GRUMBACH, 2009, p. 268):

Em 1983, (...) Chanel não renova o contrato com seu modelista exclusivo, Philippe Guibourgé, e confia a direção artística de suas coleções a um homem que reivindicava seu status de estilista livre: Karl Lagerfeld. Criando um precedente, o mais famoso dos estilistas assalariados conta, entre suas clientes, com a mais mítica das casas de costura. Ao aceitar a direção artística de Chanel, ele eleva o status de estilista à categoria de grande costureiro.

O criador Karl Lagerfeld, além do cargo ocupado à frente da direção criativa da *maison* Chanel, atua também em marca própria homônima e na empresa de moda italiana, Fendi. É considerado pela crítica internacional especializada profissional talentoso e visionário ao gerir as diferentes empresas, por compreender a organização da moda em seus diferentes modelos e atuar com sucesso tanto na alta costura quanto no *prêt-à-porter* ou, ainda, em parcerias com *fast fashion*. Em paralelo a sua consistente carreira profissional, Karl Lagerfeld articula também a construção de sua imagem pessoal veiculada comercialmente, junto às coleções que produz, como destacado na figura 13, a seguir, retiradas de seu site oficial:



Figura 13: À esquerda, “Karlism”, ícones para frases e citações do criador de moda em seu site e, à direita, boneca Barbie produzida em sua homenagem.
 Fonte: Disponível em: <<http://www.karl.com>>. Acesso: 2014.

Ao investigar a transposição destas articulações, que remontam às origens do ofício desde o século XIX, para os dias atuais, Vaccari (2013) observa que na organização da moda contemporânea o criador de moda não mais precisa do respaldo do artista. Segundo a autora, este criador conquistou por outros meios seu espaço e representatividade na sociedade contemporânea.

Pondera-se, a partir disto, que esta lógica de construção do personagem influencia outros campos e profissionais na atualidade. Desta forma, propõe-se que tais articulações assemelham-se às praticadas pelo designer Philippe Starck. Observou-se que a técnica de construção do perfil do autor em conjunto à imagem de seu personagem, identificada por Vaccari (2013), também é utilizada pelo referido designer, quando este passa a associar sua imagem pessoal às campanhas publicitárias recentes de seus produtos, como ilustrado nas imagens a seguir (figura 14):



Figura 14: Bicicleta Pibal, 2012. Linha de malas de viagem StarckTrip, 2014.
 Fonte: Disponível em: <<http://www.starck.com>>. Acesso: 2014.

Contudo, mesmo com esta associação a determinados aspectos relativos ao sistema de moda, Philippe Starck deixa transparecer seu processo e os métodos de concepção e produção. Portanto, design em sua faceta de compreensão da sociedade para configuração do ambiente material artificialmente modificado pelo ser humano, não se encaixa integralmente na questão de visibilidade/invisibilidade proposta por Vaccari (2013), pois, muitas vezes, os processos produtivos fazem parte da identidade de determinado objeto.

Moura (2008) destaca que esta categoria profissional, o designer industrial, não se constituiu sobre a projeção da imagem pessoal do profissional. Muitas vezes seu trabalho era anônimo dentro das empresas em que exercia seu cargo. Mesmo quando um nome sobressai em relação a outros, como Dieter Rams e seu trabalho desenvolvido na empresa Braun, exalta-se o resultado de sua produção e não sua imagem pessoal, não como personagem criada como extensão de um produto da marca. Moura (2008) enfatiza, ainda, as alterações do perfil e do comportamento deste profissional no design contemporâneo, como evidenciado no seguinte fragmento (MOURA, 2008, p. 38):

No design considerado moderno, uma das máximas era que o objeto devia falar por si mesmo e não trazer claramente a identidade de seu autor. Porém, no design contemporâneo, este fato passa a se estabelecer mais claramente. Podemos identificá-lo nos trabalhos e produtos de David Carson, Neville Brody, Philippe Starck, que são notórios nesta questão.

A partir desta análise, foi observado que o processo de design e o resultado final deste, o produto de design, acabam por sofrer interferências relativas à fetichização do objeto, anteriormente mencionada por Cardoso (1998), atribuindo características que não são, exatamente, inerentes à sua configuração ou às suas formas de uso. Esta análise evidencia, também, uma possível dualidade do design contemporâneo: por um lado o design desfaz a névoa de encantamento e aponta novas problemáticas para a moda, mas, por outro, sofre influência das dinâmicas de moda, de publicidade e de marketing da sociedade de consumo atual, tornando-se, por consequência, participante ativo deste espetáculo.

Neste sentido, ao retomar Vaccari (2013), é possível considerar a existência de outros personagens associados às dinâmicas da moda. Em tempos de divulgação e propagação imediata da informação, as redes sociais intensificam a possibilidade de consolidação de um determinado personagem sem que este contribua, exatamente, com algum tipo de produção material ou criativa relativa à

moda, sem a necessidade deste se apresentar como, de fato, autor. Tais aspectos apontam para o que se assemelharia à construção da figura de celebridades de moda, que utilizam a imagem criada em torno de sua figura para intensificar vendas.

Suzy Menkes, reconhecida jornalista e crítica de moda, fez contundentes observações acerca do cenário que se construiu ao redor das apresentações de desfiles das semanas de moda. Caracterizou tal aglomeração como circo montado nas entradas dos locais de desfiles e criticou diretamente a editora de moda da revista Vogue japonesa, Anna Dello Russo, por fomentar tal comportamento⁶:

Alta, magra, com um corpo tonificado e bronzeado, a designer e editora de moda é um expositor ambulante para produtos de grife: quanto maior o cinto, mais curta e bufante a saia, mais excêntricos os sapatos, melhor. A multidão ao seu redor gorjeia [alusão à rede social *twitter*] loucamente: Quem ela está vestindo? Será que ela mudou de roupa desde o último show? Quando ela vai usar sua própria coleção H&M? Quem lhe deu estes sapatos de milhas de altura?!

Contudo, tais polêmicas e conflitos refletem novamente como o campo da moda, incluindo a atividade profissional em si, não é fixo e demonstra que estão em curso importantes mudanças. Este percurso salienta que novas lógicas de organização estão surgindo e também em trânsito, assim como, novos meios e formas com que o indivíduo se relaciona com a moda, em consenso com as atualizações da sociedade contemporânea.

Em um sistema que urge pelo novo, em que instâncias de validação são fortemente embasadas em aspectos cambiantes e sazonais, novos caminhos são construídos e novas regras são introduzidas. Informações não mais são pautadas e difundidas, exclusivamente, na linearidade da alta costura para o prêt-à-porter e, então, para a indústria e confecções. Delimitações que anteriormente distanciavam a atuação de distintos segmentos, como a alta costura e a confecção, são atenuadas. E a partir disto, pondera-se que elementos simbólicos cambiantes podem atuar, no âmbito da moda, sobre aspectos concretos, modificando estruturas estabelecidas.

⁶ Disponível em: <<http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2013/02/10/the-circus-of-fashion>>. Acesso: 2013. Tradução nossa.

A rapidez com que o produto chega às lojas, e ainda mais a rapidez com que delas escoam, tornou-se importante diretriz para a moda atual, interferindo até mesmo no processo e na autonomia criativa de criadores, estilistas ou designers de moda. Para manter a competitividade as empresas adotam calendários de lançamentos desafiadores tanto para a produção seriada e industrial do prêt-à-porter, quanto para a produção artesanal da alta costura.

No intuito de complementar esta afirmação, compreende-se como relevante mencionar o trabalho desenvolvido pela designer de moda alemã Diana Murek que, em suas próprias palavras, analisa tendências de moda vigentes, fontes de inspiração e similaridades entre coleções, como as apresentadas a seguir (figura 15 e 16):



Figura 15: Comparações propostas por Diana Murek, “*Into the same idea*”.
Fonte: Disponível em: <<http://www.Intothefashion.com>>. Acesso: 2012.



Figura 16: Três ocorrências entre duas distintas marcas. Comparações propostas por Diana Murek, “*Into the same idea*”. Fonte: Disponível em: <<http://www.Intothefashion.com>>. Acesso: 2012.

Com relação às comparações elaboradas entre coleções apresentadas durante o calendário de outono/inverno 2011/2012 pelas marcas Miu Miu e Louis Vuitton (figura 16), a designer articula que o resultado final de determinadas peças acabaram por demonstrar momentos de grande semelhança, apesar das distintas referências que fundamentam as coleções. Diana Murek reforça que, em sua visão, esta comparação não diminui a qualidade do trabalho criativo e de execução empregado nas coleções.

Desta forma, compreende-se que a detecção de tais similaridades nos casos acima citados não se trata, exatamente, de cópia, entretanto, este acontecimento reflete mais uma faceta das intrincadas relações inerentes ao universo da moda contemporânea, que extrapolam a configuração do objeto em si e, novamente, deixam transparecer as estruturas das dinâmicas próprias de moda. No exemplo em questão, a necessidade de adequação aos fluxos de tendências de moda, mesmo por empresas já consolidadas.

Grande parte das empresas do setor do vestuário pauta sua criação em cadernos de tendências de moda elaborados por escritórios especializados como forma de garantir certa segurança de investimento. Contudo, tal prática contribuiu para a transformação das tendências em arbitrariedades e determinações, uma vez que deveriam ser apontamentos e não regras. Caldas (2006) evidencia este emprego distorcido do termo “tendência” pela área de moda, distanciando-se do significado original de apontar uma direção sem necessariamente atingi-la, “(...) é um tipo de discurso que decreta as coisas, que não deixa nenhuma pista aparente sobre o seu modo de produção (...)” (CALDAS, 2006, p. 34).

Importante questionamento gerado por meio da análise de tais perspectivas é se de fato é possível exigir identidade, diferencial e inovação dentro de um sistema de moda que já estabelece previamente a equação contenedora dos elementos e temas a serem utilizados como guias no desenvolvimento das próximas coleções. Formas, tecidos, comprimentos, cores, entre outras informações são apresentadas por grandes *bureaux* de estilo. Desta maneira, tendo ponto de partida e de chegada pré-delimitados, como alcançar resultados distintos e inovadores?

A discussão deste quadro tornou-se imprescindível para o campo da moda. A utilização de tendências, por parte de algumas empresas, como processo criativo atrelado à certeza de retorno financeiro orbita o lugar comum já testado por terceiros. Este posicionamento acentua o problema da reprodução indevida, pontuando certa naturalização e aceitação da cópia como meio de concepção para a moda, construindo e legitimando um contexto no qual cópia pode ser considerada um meio de criação.

Empresas como as do segmento *fast fashion* acabam por se beneficiar deste modelo quando as próprias marcas e *maisons* já consolidadas autorizam licenciamentos, ou mesmo, desenvolvem coleções colaborativas, para contornar a questão da cópia constante por tais empresas.

A multinacional H&M desenvolve parcerias correlatas desde 2004. O já mencionado criador Karl Lagerfeld foi um dos primeiros de uma série de mais de dez anos de colaborações que, posteriormente, contariam com nomes como os de Viktor & Rolf, Alexander Wang, Sonia Rykiel, entre outros. Atualmente, a abrangência deste modelo de colaborações possibilitou o contato com redes brasileiras, como Stella McCartney para a rede C&A e Versace para Riachuelo. Em contrapartida, a criadora de moda Miuccia Prada negou-se a associar a imagem de sua marca a tais parcerias, pois alega que sua postura criativa não se adequa a lógica *fast fashion*, como destacado no fragmento a seguir⁷:

Eu nunca sequer considerei e explico o porquê. Eu não gosto da ideia de uma cópia ruim do que se faz para a marca principal. Se eu tivesse uma ideia genial para fazer moda que custasse menos, mas que não fosse uma cópia ruim de outra coisa, com critérios e formas de fazer completamente diferentes, eu o faria. Também para mim seria uma ideia genial. Por agora, o que eu vejo, mais ou menos, é a cópia ruim. Além de que, com roupas que custam pouco, você precisa perguntar por que custam tão pouco. Porque ninguém nunca se pergunta sobre isso.

A alta costura depara-se hoje com uma concorrência que se utiliza dos mesmos subterfúgios que ela ajudou a consolidar: a tentativa de sedução por meio da proposta de acesso a determinado estilo de vida atrelado ao consumo de elementos intangíveis associados ao produto. Contudo, sem a necessidade de oferecer, junto a isto, um produto de qualidade. A qualidade do produto final é fundamental para o segmento de luxo da alta costura e está diretamente ligada aos meios de produção e os profissionais envolvidos.

Na tentativa de moldar sua produção artesanal de luxo ao novo paradigma industrial, a alta costura acaba por desgastar sua imagem de criadora de sonhos e de sedução. Tanto Erner (2005) quanto Grumbach (2009) destacam que, nos dias atuais, o segmento mantém não mais do que três mil clientes em todo o mundo e ampliam o montante de suas vendas com perfumes e cosméticos. Corroboram esta informação Buttner, Faria e Navalon (2010) ao apontar que apesar de se posicionar como forte símbolo publicitário, a produção da alta costura deixou de ser economicamente relevante.

⁷ Disponível em: <<http://www.wwd.com/fashion-news/fashion-features/more-from-miuccia-prada-3449050>>. Acesso: 2013. Tradução nossa.

A pesquisadora Johanna Blakley, em palestra apresentada no evento TED, “*Lessons from fashion's free culture*”, argumenta positivamente sobre o que ela denomina como a cultura *open source* do sistema de reprodução da moda, e que deveria ser estudado e divulgado por outros nichos de consumo e criatividade, como o mercado musical. Acerca deste aspecto Grumbach (2009) menciona que a indústria da moda dispõe sua inovação gratuitamente, antes mesmo de explorá-la comercialmente, “os falsificadores abastecem seus clientes antes dos criadores, que não se beneficiam mais nem do crédito por suas invenções.” (Grumbach, 2009, p. 370).

O autor analisa este contexto e estende seu questionamento à validade dos atuais desfiles e apresentações organizados em semanas de moda, visto que seu propósito maior de divulgar a produção material da *maison* e o trabalho do estilista não é mais o que se evidencia nestes eventos.

A crítica proposta por Grumbach (2009) se faz pertinente em relação à atual emergência de novos polos validadores e ampliação do acesso à informação com a internet, estruturas tradicionais entram em choque com novos polos de distribuição de informação e consumo, inclusive com a assimilação de novos cenários e agentes. Os meios de comunicação permitem a inclusão de novas mídias e a propagação das imagens é imediata. O autor enfatiza, ainda, a colocação do criador de moda Heidi Slimani sobre este nova conjuntura: “Impossibilitada de adaptar sua logística, a moda está atrasada em relação à moda, e se defende com as pré e pós coleções. Tudo isso tinha um sentido. Não tem mais.” (GRUMBACH, 2009, p. 380).

Neste sentido, considera-se pertinente indagar, também, as consequências negativas dos diferentes modelos de produção e criação em moda para desenvolver, como ressaltado por Grumbach (2009), um campo de discussão para a construção de uma lógica industrial de concepção e criação para a moda.

Desta forma, destaca-se a colocação de Lima, Navalon e Nakad (2008) acerca da diversificação atual dos modelos e práticas dentro do sistema produtivo da moda contemporânea. Os autores apresentam a segmentação dos setores de moda distribuída da seguinte maneira: **alta costura**, produção de luxo sob medida de modelos originais, com materiais e técnicas de alta qualidade; **prêt-à-porter**, produção padronizada e seriada de qualidade, com inovação e autenticidade; **reprodução industrial**, roupas baratas produzidas em série e em grande escala, no qual preços e prazos sobrepujam aspectos criativos. E destacam, ainda, a

necessidade de pesquisas que contemplem os contrastes e peculiaridades inerentes a esta organização fragmentada, como disposto a seguir (LIMA; NAVALON; NAKAD, 2008, p. 10):

Ao entender e diferenciar Alta-Costura, Prêt-à-Porter e Reprodução Industrial, a partir da diversificação do uso matérias primas, técnicas de costura, preços, classes sociais, modos de vida, objetivos, renomes e aspirações nitidamente contrastadas, o sistema de nichos de mercado tão complexos, provam a necessidade da pesquisa para que a engrenagem da moda funcione corretamente.

Portanto, compreende-se aqui, que o domínio do criador de moda, estilista ou designer de moda abrange mais componentes que a própria configuração do vestuário, como também o vestir e suas relações com o indivíduo, considerando que “vestir-se é estruturar uma combinação específica de linhas, pontos, cores, que fazem ver, compreender e manifestar o diálogo com o meio circundante.” (SQUACCIANO, 1989 apud SANT’ANA, 2009, p. 77). E, diante disto, tal perspectiva tangencia a investigação de novas práticas e novos diálogos com o indivíduo enquanto usuário da vestimenta e não, somente, consumidor de tendências de moda.

4.6 Descrição e discussão dos resultados referentes ao subproblema 6

A presente seção “4.6” correspondente à resolução do subproblema 6 da estrutura metodológica desta pesquisa e apresenta as análises de possíveis relações mais abrangentes acerca dos resultados já discutidos nas seções “4.4” e “4.5” deste capítulo, que são dedicadas à resolução dos subproblemas 4 e 5.

4.6.1 Cotejamento das análises das possíveis interações e assimilações entre os referenciais teóricos do campo da moda e do campo do design na consolidação do repertório teórico próprio do design de moda

Como já discutido, a partir da oficialização da formação em ensino superior em design de moda, o campo do design e o campo da moda consolidaram um segmento em comum de diálogo e trocas mútuas. Inicialmente, na presente pesquisa, tais trocas e diálogos foram tratados como convergências e divergências de um dado momento de transição no país. Contudo, com o aprofundamento da revisão de literatura, foi possível observar que este momento de transição é resultante de construções e percursos anteriores e que, por aspectos específicos da consolidação de cada campo no país, antagonismos foram intensificados até que o diálogo fosse alcançado. Optou-se, então, nesta seção, por não se tratar de divergências e convergências entre percursos e consolidação dos campos, mas, como citado por Navalon (2012), de aproximações e distanciamentos de percursos históricos e de fundamentação e consolidação de repertório teórico.

Pires (2012) argumenta que o emprego do termo “design de moda” para se referir a este novo campo de estudo é inapropriado, pois evidencia o contraste entre conceitos originários e elementares de cada campo. A autora define a área do design de moda como interdisciplinar e complexa em sua essência, o que é posto como grande desafio para a estruturação dos projetos pedagógicos dos cursos que formarão o profissional de design de moda. Destaca, também, a necessidade de delimitação deste novo campo de estudo na tentativa de esclarecer tensões e impasses gerados no ambiente acadêmico e, diante disso, ressalta: “Tal interdisciplinaridade e complexidade não podem pertencer a um único campo e a um único gênero, o feminino, muito menos ainda ter a cópia e o padrão como pressuposto.” (PIRES, 2012, p. 6).

Pires (2012) destaca, ainda, o distanciamento no início da estruturação do ensino em nível superior dos campos referidos. O campo do design contou com participação de representantes de uma instituição internacionalmente relevante no período de fundação de seu primeiro curso, a Escola de Ulm. No caso da moda, sob a perspectiva da autora, este campo se constituiu vinte e cinco anos mais tarde de modo empírico e sem um referencial teórico e pedagógico claro para formação do perfil profissional, fundamentando-se em diversos modelos internacionais, sobretudo, europeus.

Em correspondência com esta perspectiva, Bastian, Neira e Sousa (2010) argumentam que os projetos pedagógicos dos cursos de ensino superior em moda seriam profundamente influenciados pela resolução que, em 2004, permitiria a adesão dos mesmos às diretrizes curriculares do campo de design. Diante disto, Bastian, Neira e Sousa (2010) pontuam disparidades no desencadear deste processo de transição e assimilação de novos conteúdos, como a ausência de repertório específico de design de moda no Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade), instrumento de avaliação de cursos em ensino superior no país.

As autoras destacam, ainda, algumas possíveis implicações em relação à proposta de alinhamento de habilitações em ensino superior em moda, realizada em caráter de consulta pelo Ministério da Educação, que sugeria, então, a modalidade “Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda”. E questionam se estas mudanças sinalizariam para o encerramento de bacharelados em design com formações específicas e se, a partir disto, caberia ao design de moda apenas a habilitação na modalidade tecnólogo.

Com base em tais informações, é possível observar a forte concentração da discussão no país em elementos de regularização e legitimação, incluindo aspectos legislativos, do ensino em design de moda, certamente, por se tratar de um processo recente e ainda em construção.

Neste sentido, Pires (2012) compreende como inviável a manutenção da estrutura tradicional de ambos os campos quando do momento de discussão sob a perspectiva do design de moda. Compreende-se então, a partir desta perspectiva, que este desafio estende-se aos pesquisadores dos referidos campos e às suas práticas, pois, como conclui a autora “o design de moda continua um conceito em aberto, indefinido, em busca de afirmação.” (PIRES, 2012, p. 7).

A autora também defende que o raciocínio projetual empregado na configuração do vestuário, por meio do design de moda, não difere significativamente do projeto de outros objetos, salvo certas especificidades, e sugere que o campo da moda, em geral, inclua em seus estudos autores do campo do design, uma vez que este possui relevantes discussões e conhecimentos concernentes ao percurso de teorização sobre a configuração dos objetos e pode trazer importantes questionamentos para a organização da moda atual.

Christo e Cipiniuk (2013), em relação a isto, apontam para a atuação de diferentes agentes internos aos campos e ressaltam a possibilidade de que cada um traga consigo uma interpretação própria da atuação do outro de acordo com seu posicionamento nesta estrutura acadêmica. E, de certo modo, tais agentes interfeririam na manutenção de postos já conquistados. Como já abordado nas seções e capítulos anteriores, tal dinâmica é recorrente na formatação do perfil profissional da atividade de moda. Abordar tais tensões é também incentivar o diálogo entre os campos a fim de minimizar polarizações de perspectivas, como destacado por Christo e Cipiniuk (2012, p. 520):

Discutir, definir e delimitar o campo do design de objetos têxteis e do vestuário, nomeado hoje como Design de Moda, parece tarefa simples e óbvia. Porém, tanto o termo Design como Moda estão vinculados a diferentes noções que se complementam, mas também se contrapõem, tornando as relações e práticas relacionadas a ela ainda mais complexas, justificando a necessidade de aprofundamento das discussões e reflexões sobre a definição e delimitação do campo do Design de objetos têxteis e do vestuário.

O desenvolvimento em vias paralelas dos campos de moda e de design no país denota as origens conflituosas em que o design de moda se estabeleceu. A perspectiva de que estes dois campos, originalmente, se referiam a atividades distintas e sem relações aparentes pode ser melhor demonstrada ao propor a comparação de dois de seus respectivos profissionais emblemáticos. Neste caso, busca-se, em meados da década de 1950, profissionais representativos das origens dos referidos campos no país: Alexandre Wollner, para o design, e Dener Pamplona para a moda (figura 17).

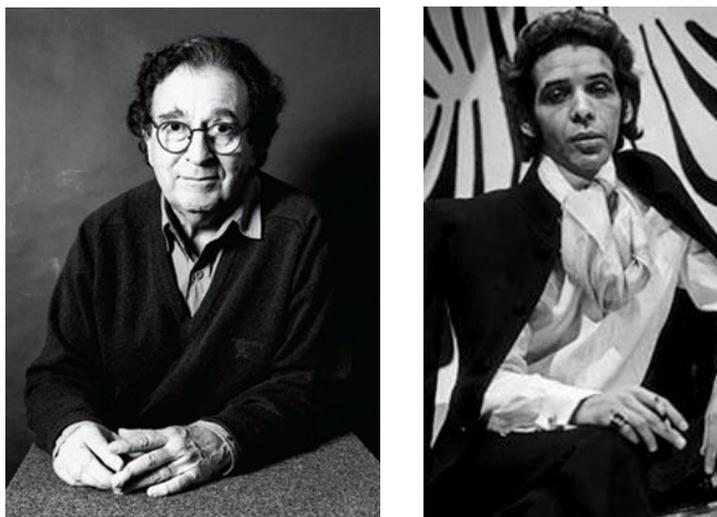


Figura 17: À esquerda, Alexandre Wollner. À direita, Dener Pamplona.
Fonte: Disponível em: <<http://www.ideiafixa.com>> e <<http://www.fashionbubbles.com>>. Acesso: 2013.

A figura de Alexandre Wollner para o campo do design remete à influência racionalista alemã e, sobretudo, à influência da Escola de Ulm nas origens da constituição da profissão e do campo no país. Para o campo da moda, Dener Pamplona é associado à influência da Alta Costura francesa e do costureiro-criador na estruturação profissional da moda brasileira a partir da década de 1950. Estes dois profissionais tornam-se referenciais de grande expressão para o atual momento de transições, uma vez que, no design de moda, eles se encontram compelidos ao diálogo.

O design de moda constitui-se como um campo de estudo em que estes dois profissionais são colocados lado a lado. Indaga-se, aqui, que aproximações e distanciamentos podem ser traçados entre esses dois profissionais e a importância dos mesmos para seus respectivos campos. Que possíveis diálogos entre Dener Pamplona e Alexandre Wollner poderiam ocorrer? Compreende-se que os questionamentos e considerações que surgem da articulação de tais referenciais teóricos, que cada qual representa, é o ponto de partida para aprofundar a compreensão do design de moda praticado hoje no país.

É importante ressaltar que estas aproximações e distanciamentos entre estruturas, perfis e práticas não se apresentam como características exclusivas do momento de consolidação dos campos do design e da moda no Brasil, nem mesmo se restringem a determinado período ou época.

Buttner, Faria e Navalon (2010) explicitam esta perspectiva a partir da proposição da análise comparativa entre princípios e valores da Alta Costura e do movimento *Arts & Crafts*, ou Artes e Ofícios. Os autores evidenciam que tais organizações têm elementos de similaridade em suas diretrizes e propostas, contudo, com objetivos e conceitos distintos. Tais aspectos são sintetizados e apresentados no quadro disposto a seguir (quadro 9):

Moda/Aspecto	Artes e Ofícios	Alta-costura
Material	Madeira nobre, prata pura, cerâmica.	Tecidos nobres feitos de fibras naturais como seda, algodão, lã, linho e fios também metais nobres como a prata e o ouro.
Processo de produção	Artesanal.	Artesanal.
Acabamento	Cuidado extremo.	Cuidado extremo.
Quantidade de trabalhadores	Artesão e seus aprendizes.	Costureiras e seus aprendizes.
Quantidade produzida	Encomendada.	Encomendada.
Pontos de similaridade	Prioriza o funcionalismo, o formalismo e o estilismo.	Prioriza o estilismo, o formalismo e o decorativismo.
Consumidor	Abastados.	Abastados.
Associações	Guild / cooperativas.	Sindicato.
Normatização	Escritos e princípios.	Regras e normas.

Quadro 9: Análise comparativa entre Alta Costura e Arts & Crafts.
Fonte: Buttner, Faria e Navalon (2010).

Sobre o movimento *Arts & Crafts*, os autores destacam que, em conjunto com a preocupação referente a aspectos ideológicos concernentes à sua produção, executava-se de modo artesanal e com refinado acabamento o objeto encomendado por determinado cliente, pertencente a uma minoria abastada da sociedade.

Já na Alta Costura, ainda segundo os autores, exímios costureiros produziam modelos sob medida destinados a um seletto grupo de compradores de alto poder aquisitivo. Suas regras e normas eram direcionadas à organização interna e proteção de seus membros, desvinculada de crítica social ou econômica do momento político em que estava inserida.

A partir disto, infere-se que, no século XIX, a Revolução Industrial e a divisão das tarefas na produção seriada de objetos possibilitou, para o design, um ambiente de discussão reflexiva sobre os desdobramentos e responsabilidades de sua prática, como já abordado na seção “4.1” do presente capítulo. Contudo, esta especialização de tarefas não teria ocasionado o mesmo impacto sobre o sistema de moda que, por meio de lógicas próprias, asseguraria a manutenção de seu sistema artesanal por mais de um século. Tal modo artesanal de produção sofreria modificações com a

ascensão de uma nova elite intelectual e econômica no pós-guerra, vinculada a interesses que contrastavam com o luxo e opulência representados pela Alta Costura (SANT'ANNA-MULLER, 2011).

Ainda sobre esta comparação, como já abordado em Lipovetsky (2009) e Grumbach (2009) na seção “4.2” deste capítulo, destaca-se a manutenção da Alta Costura como referencial ao longo dos séculos XIX e XX, bem como sua influência sobre a produção de vestuário e moda contemporâneos.

Em relação ao mesmo contexto de conflitos, Castilho e Preciosa (2005) destacam que o momento de declínio da Alta Costura não provoca sua extinção, mas transforma seu objetivo e significado, estabelecendo-se, então, como “vitrine publicitária, laboratório de formas e composições, perpetua-se como sinônimo de luxo que também significa exclusividade.” (CASTILHO; PRECIOSA, 2005, p. 33). Desta forma, reitera-se que o design de moda possui origens conflituosas e distintas, porém, com especificidades e similaridades que tornam sua análise ainda mais complexa.

Como já abordado, para Svendsen (2010) o vestuário é o objeto usualmente associado à materialização de aspectos de moda, contudo, não compreende a moda em sua totalidade, pois esta também se apresenta como aspecto abstrato junto a interações sociais. Pondera-se, então, que o processo de industrialização da moda não acontece de forma simultânea em relação ao processo de industrialização do têxtil e do vestuário. Estas aparentemente sutis distinções entre moda e vestuário são de grande importância para consolidação e estruturação do campo da moda e do design de moda.

Considera-se, desta maneira, que caberia ao campo da moda, por intermédio de suas pesquisas, indagar como se deu o processo de industrialização da moda e como este se apresenta hoje, bem como sua relação com a produção industrial em grande escala de vestuário e de materiais têxteis. Calanca (2010, p. 53) contribui com esta perspectiva, como destacado no fragmento a seguir:

Desse ponto de vista, estamos nas origens da indústria do vestuário, isto é, nas origens da moda contemporânea – fenômeno comercial de massa, caracterizado pela capitalização de suas riquezas, pela globalização de seu sistema produtivo e comercial, e que hoje constitui um dos mais florescentes impérios financeiros em nível planetário. Nesse sentido, a principal referência, da qual as atuais e múltiplas diretrizes que orientam o costume e a própria moda, é a Revolução Industrial – processo histórico extremamente complexo.

A moda contemporânea, associada à globalização e às tecnologias atuais, adquiriu rapidez antes inimaginável e viabilizou a oferta de novas coleções semanalmente, favorecendo, assim, a padronização e imposição de determinadas tendências de moda superficiais e efêmeras, temáticas já abordadas em seções anteriores. O sistema de moda depara-se com este novo paradigma de moda industrializada, em que o vestuário apresentado é irrelevante frente a oferta de consumo compulsivo e constante. Cria-se uma indústria do vestuário descartável para melhor se adequar ao consumo em grande escala de tendências de moda.

Desta forma, compreende-se que discutir tais aproximações e distanciamentos em relação à teorização e práticas dos campos do design e da moda, assim como suas reverberações neste novo campo de estudo e em sua prática profissional, são competências inerentes à atividade do designer de moda de qualquer país. Afinal, como ressaltado por Rybalowski (2010, p. 7) “que papel empreendedor e inovador um costureiro do século XIX desempenharia hoje dentro das drásticas mudanças que sofreu o cenário de criação de moda?”.

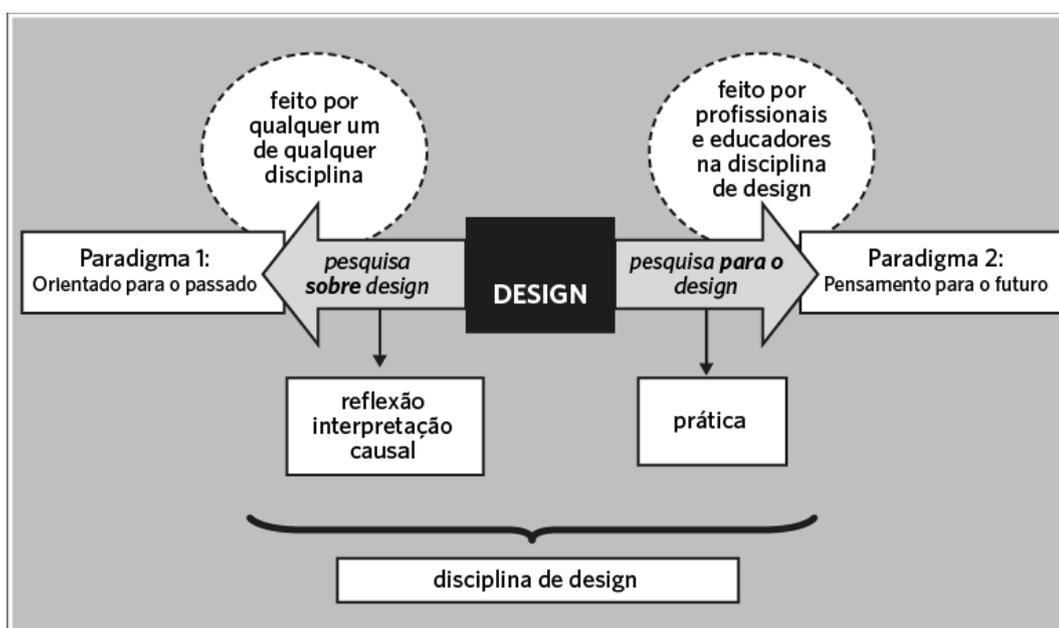
Neste sentido, incorpora-se a esta argumentação a perspectiva de Smal e Lavelle (2011) que destaca o aspecto abrangente e interdisciplinar do campo da moda, contando com a contribuição de inúmeros outros campos para sua constituição, podendo isto dar lugar a tensões entre abordagens distintas. Contudo, mesmo com tais possíveis tensões e conflitos, as autoras consideram positiva esta riqueza metodológica resultante desta particular combinação entre aspectos de natureza teórica e histórica com o desenvolvimento de objetos e produtos materiais.

Smal e Lavelle (2011) aprofundam a discussão sobre o que pode ser considerado enquanto pesquisa acadêmica no âmbito da moda, assim como por quais caminhos esta pesquisa ocorre atualmente. As autoras argumentam, amparadas em Kawamura (2005 e 2010) e Loschek (2009)⁸, sobre a necessidade emergente dentro do campo da moda em compreender as distinções entre vestuário e moda como discussões igualmente relevantes para o campo de estudo, promovendo o estudo da moda como aspecto abstrato em conjunto com o estudo do vestuário e seus aspectos materiais de configuração.

⁸ Kawamura (2005): *Fashion-ology: an introduction to fashion studies*. Oxford: Berg. Kawamura (2010): *Doing research in fashion and dress: an introduction to qualitative methods*. Oxford: Berg. Loschek (2009): *When clothes become fashion: design and innovation systems*. Oxford: Berg.

Esta perspectiva, como destacado pelas autoras, torna-se uma interessante oportunidade para a integração de práticas e estudos do campo da moda à teoria do campo do design. A partir disto, Smal e Lavelle (2011) analisam autores de design, como Buchanan e Margolin (1995), Jonas (2010) e Cross (1999)⁹, e de que maneira o campo discute aspectos relacionados à pesquisa em design.

Fundamentando-se em Jonas (2010), as autoras discorrem sobre o panorama geral da pesquisa em design, que pode ser dividido entre dois relevantes conjuntos ou paradigmas: orientado para o passado, relativo a aspectos teóricos do campo, podendo ser realizado por diferentes campos e disciplinas, denominando as pesquisas dentro deste paradigma como sobre design; e pensamento para o futuro, relacionado a aspectos da prática do campo e desenvolvimento de novos conhecimentos, realizada por integrantes do próprio campo, descrevendo as pesquisas realizadas a partir deste paradigma como para o design. Tais informações forma sintetizadas pelas autoras no seguinte quadro esquemático (quadro 10):



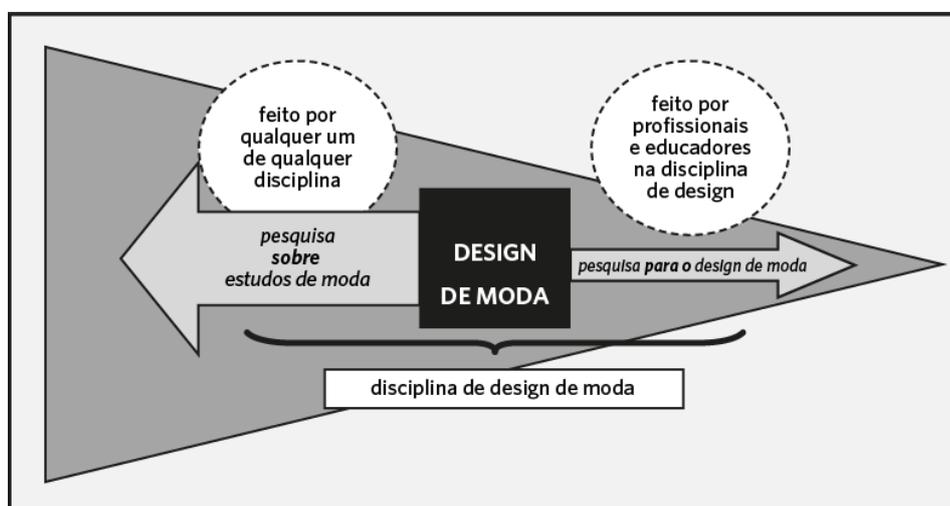
Quadro 10: Síntese de aspectos relativos à pesquisa em design.
Fonte: Smal e Lavelle (2011). Tradução nossa.

⁹ Buchanan e Margolin (1995 a): *The idea of design: a design issues reader*. Cambridge: MIT Press.
Buchanan e Margolin (1995 b). *Discovering design: explorations in design studies*. Chicago: University of Chicago Press.
Cross (1999): *Design research: a disciplined conversation*. *Design Issues*, 15(2):5-10, Summer.
Jonas (2010): *A scenario for design*. In Buchanan, R., Dooren, D. & Margolin, V. (eds). 2010. *The designed world, images, objects, environments*. Oxford: Berg.

A partir disto, as autoras propõem a transposição destes paradigmas para o campo da pesquisa em moda. Para tanto, Smal e Lavelle (2011) realizam a análise das publicações acadêmicas de três relevantes periódicos da área, “*Journal of Fashion Theory*”, “*Journal of Fashion Practice*” e “*Journal of Fashion Marketing and Management*”, durante o período de 2010 e 2011. O resultado de tal coleta de dados foi sintetizado pelas autoras nos quadros apresentados a seguir (quadros 11 e 12):

Fashion Theory	Sobre Moda				Para a Moda	
	Social	História		Processo	Produto	
	8	1		2	3	
Fashion Practice	Sobre Moda				Para a Moda	
	Outros				Processo	Produto
	3				8	7
Fashion Marketing	Sobre Moda				Para a Moda	
	Compras	Comportamento do consumidor	Marketing e branding	Estratégia de Negócios e Varejo	Processo e Produto	
	14	11	10	15	8	
	Total					62
					28	

Quadro 11: Síntese da distribuição dos temas dos artigos publicados nas revistas seleccionadas.
Fonte: Smal e Lavelle (2011). Tradução nossa.



Quadro 12: Síntese de aspectos relativos à pesquisa em moda.
Fonte: Smal e Lavelle (2011). Tradução nossa.

O esforço teórico de Smal e Lavelle (2011) explicita a disparidade entre conteúdos pesquisados dentro do campo da moda. Pesquisas com temáticas abrangentes sobre moda, possivelmente realizadas por outros campos e outras disciplinas, sobressaem ao número de pesquisas executadas por agentes do próprio campo com o intuito de discutir temáticas relacionadas ao processo e produto de moda e, por consequência, gerar novos conhecimentos específicos e relevantes para o mesmo.

Em consonância a esta abordagem analítica proposta por Smal e Lavelle (2011), percebe-se a existência de autores que vem indagando e promovendo pesquisas na mesma direção da “pesquisa para o design de moda” em âmbito nacional, como destacado no fragmento a seguir, elaborado por Leite (2011, p. 7):

Reforçamos a urgência de um discurso crítico de moda voltado para os objetos que a compõe, na tentativa de equilibrar as questões teóricas que tratam a moda como instituição, com as questões que estão relacionadas às sensações concretas que a roupa causa. Torna-se fundamental desenvolver pesquisas empíricas que questionem o objeto e sua constituição. Ressaltamos que a atividade do designer de moda se consolida no duvidar, no questionar discursos estabelecidos e não simplesmente em reproduzi-los.

Compreende-se, então, que a análise de tais dinâmicas e perspectivas inseridas no ambiente acadêmico pode gerar críticas e fomentar o amadurecimento da discussão dentro do campo, assim como, a formação de pesquisadores isentos e comprometidos com rigor científico. Compreende-se, também, que esta visão crítica pode extrapolar as construções e estruturas da moda nacional, estendendo-se para discussões do estado atual da moda internacional e de sua organização globalizada.

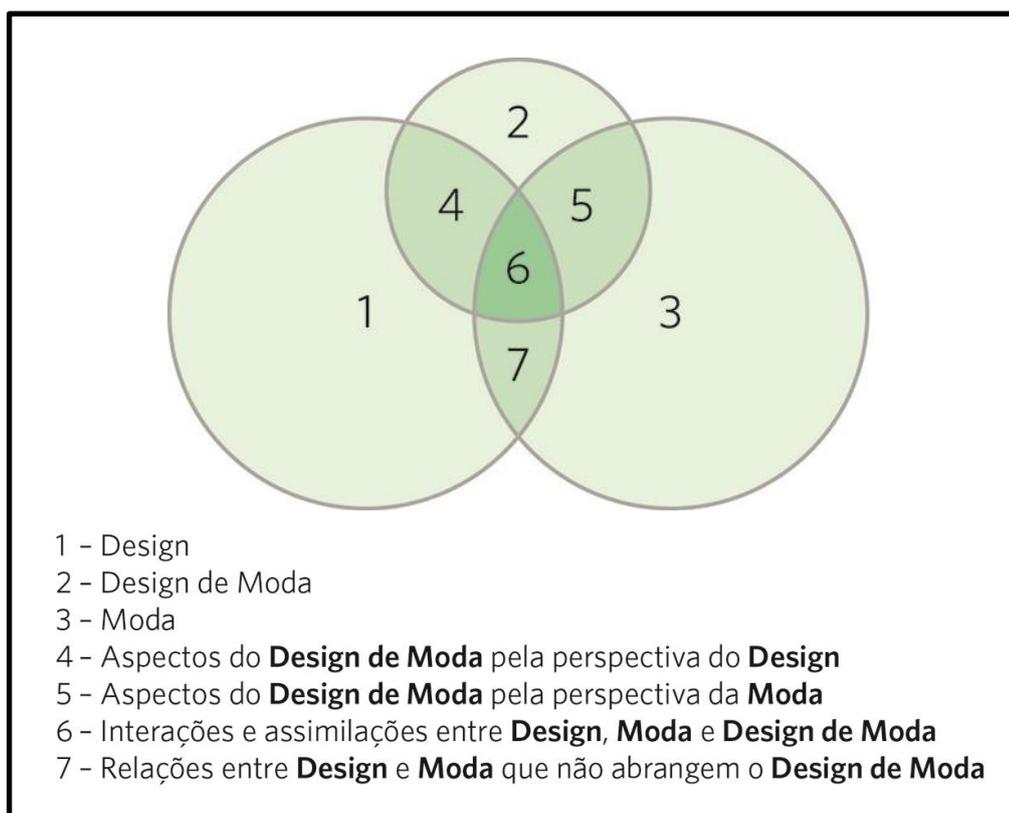
Pondera-se, então, que a discussão que o país vem desenvolvendo sobre as consequências e implicações das ações direcionadas à integração de conteúdos entre design e moda, está em compasso com os novos rumos da pesquisa em moda que a comunidade internacional vem indagando.

Neste sentido, acerca da construção de um ambiente de teoria e crítica para o campo de estudo que tangencia elementos do design e da moda, Moura e Castilho (2012) discorrem brevemente sobre a definição da teoria científica como “síntese aceita de um vasto campo de conhecimento e é composta de fatos e evidências e das hipóteses adequadas a descrição dos fatos” (MOURA; CASTILHO, 2012, p. 2), reforçam ainda que esta não se apresenta como estática e se modifica com o surgimento e análise de novos fatos e ideias. E, por conseguinte, a crítica “atua no sentido de separar e julgar, afirmando ou colocando em dúvida questões relacionadas a um determinado campo” (MOURA; CASTILHO, 2012, p. 2) e, para exercê-la, é necessária a compreensão e domínio de conhecimentos concernentes ao campo ou área da qual se examina.

Diante disto, as autoras apresentam questionamentos relacionados à moda e ao design contemporâneo e as possíveis tensões existentes entre os campos, no sentido de contribuir para a reflexão acerca do que se caracterizaria como linguagem com características comuns aos dois campos. Em seu percurso argumentativo, as autoras evidenciam que mesmo com discrepâncias e discordâncias entre os campos, o desenvolvimento de uma teoria e crítica que relacione conteúdos de ambos os campos deve ser mantido como objetivo viável e incentivado, como destacado a seguir (MOURA; CASTILHO, 2012, p. 8):

Porém, as tensões nos discursos apresentados anteriormente devem servir como estímulo criativo e produtivo no sentido do desenvolvimento de estudos e pesquisas que auxiliem a construir a teoria e crítica tanto da moda quanto do design, bem como a respeito da compreensão e reflexão sobre as inter-relações e associações dialógicas entre esses campos.

Desta forma, a partir das análises realizadas e já apresentadas nas seções “4.4” e “4.5”, em conjunto com a abordagem conduzida até o momento nesta seção, elaborou-se a seguinte síntese (quadro 13) sobre o que se ponderou como relação de trocas entre os campos de design e de moda, assim como o espaço que este novo campo de estudo representa e atua:



Quadro 13: Proposta esquemática das interações que dariam origem ao novo segmento do design de moda, a partir das contribuições dos autores analisados. Fonte: Elaborado pela autora.

A seguir, maior detalhamento sobre cada uma das áreas demonstradas no gráfico anterior:

1 – Design

O campo de design em sua totalidade.

2 – Design de moda

Compreende-se esta nova perspectiva a partir da oficialização, no Brasil, da nova categoria profissional “designer de moda”.

3 – Moda

O campo da moda em sua totalidade.

4 – Aspectos do design de moda pela perspectiva do design

Pondera-se que esta intersecção tem como diretriz a investigação e a análise de métodos de projeto e organização do processo criativo de moda em diálogo com repertório teórico do design. Um dos possíveis pontos relevantes abordados é a análise crítica dos processos de fabricação do vestuário produzido industrialmente e consumido em grande escala.

5 – Aspectos do design de moda pela perspectiva da moda

Pondera-se que o viés desta intersecção se dá por meio do exame pormenorizado do desenvolvimento do perfil do profissional de moda através dos séculos. Destacando-se a intensificação da discussão acerca da convergência com aportes de design no século XXI.

6 – Interações e assimilações entre design, moda e design de moda

Território de proposição, criação e inovação próprio deste novo campo, o design de moda. Sob esta nova perspectiva, destaca-se a possibilidade de lançar outro olhar sobre os campos de moda e design no século XXI, direcionado por reverberações do papel central que o consumo passou a ter na sociedade contemporânea e, sobretudo, na produção dos objetos.

7 – Relações entre design e moda que não abrangem o design de moda

Relações que não, necessariamente, abrangem o produto de moda ou o vestuário. Pondera-se que este viés dá espaço para as discussões mais teóricas sobre estudos da imagem, linguagem visual, semiótica, entre outros. Agrega, também, momentos de produção de catálogos, embalagens, identidade visual e design de serviços. E pode ainda abranger aspectos de moda que interferem ou influenciam aspectos criativos tanto do design de produto, quanto do design gráfico.

O gráfico apresentado e seu detalhamento podem ser considerados um importante resultado da presente pesquisa, pois sugere a perspectiva do design de moda como norteadora da análise das possíveis relações entre design e moda e que desta perspectiva serão gerados conteúdos inovadores para ambos os campos.

Em diálogo com a estrutura metodológica proposta no capítulo 3 de método, é possível notar que os seis distintos subproblemas elencados nos procedimentos metodológicos encontram-se representados dentro do quadro 13, assim como outras possibilidades de pesquisa que este percurso analítico não abrangeu.

Desta forma, entende-se que a perspectiva do design de moda pode contribuir tanto ao campo da moda quanto ao campo do design, no âmbito nacional e internacional. Contudo, esta perspectiva não deveria ser compreendida apenas como a aplicação de metodologias projetuais de design no processo produtivo e criativo da moda.

Como já mencionado anteriormente, moda e vestuário se diferem e, dentro das dinâmicas sociais com as quais se associa e relaciona, a moda cria suas próprias lógicas, que por sua vez, também influenciam aspectos elementares do design enquanto importante fator de interação social e cultural.

Compreender que readequar ou retificar elementos do campo da moda não é incumbência nem prerrogativa do campo do design apresenta-se como importante passo para entender o funcionamento das relações inerentes ao design de moda.

Pode-se dizer que a crítica que aproximou o diálogo, no Brasil, entre design e moda é um reflexo de uma crítica global da atual produção industrial de objetos como um todo e não se restringe a determinado segmento de objetos. Esta crítica discute, sobretudo, o papel central que o consumo conquistou na organização da sociedade contemporânea. Frente a isto, infere-se que esta crítica também recai sobre a atuação e teorização do campo do design, como observado por Niemeyer (2014, p. 42):

O conjunto do clima intelectual e da cultura atual requer novas diretrizes para agir e estar no mundo, com evidentes consequências no fazer profissional em design, que passa a ter outros compromissos além daqueles centrados na produção em série, atrelados à concepção modernista.

Uma consequência desta nova compreensão da relação entre os dois campos contribuiria para a construção e ampliação de um corpus teórico-crítico no campo do design de moda que tenha relevância e impacto social, para que, assim, seja possível repensar determinados pontos de produção e consumo de moda. Pontos estes que, em outras instâncias, como já mencionado, influenciam também o ensino e a prática profissional, tanto no país quanto de forma global.

Neste caso, o campo do design pode contribuir para a humanização das relações e processos de moda, que perpassam aspectos de configuração dos objetos, mas que não se limitam a isto.

Considera-se que a perspectiva do design de moda situa-se entre a “necessidade de reconhecer o estilista da indumentária como um comunicador visual e não só como um artífice de objetos.” (FIORINI, 2008, p. 110) e a necessidade, de acordo com Breward (2003 apud SMAL; LAVELE, 2011, p. 193) de reestabelecer e reconciliar a tríade da moda como “ideia, objeto e imagem”, frente a novos desafios e contextos que se apresentam tanto em relação a prática profissional e o processo criativo em moda, quanto a aspectos de sustentabilidade e responsabilidade social, nas diferentes esferas que compõem as interações do campo da moda.

Em síntese do pensamento dos autores analisados, o campo da moda caminha para discutir, mais detalhadamente, implicações de suas ações inseridas em determinada cultura, sociedade e sistema de produção. Isto sinaliza para o aprofundamento da compreensão de forma isenta, por parte do campo da moda, sobre as relações sociais que as atuais estruturas profissionais, mercadológicas e midiáticas se amparam e que ideologias e padrões estéticos reproduzem e perpetuam.

5 CONCLUSÃO

5.1 Súmula e considerações finais

A presente pesquisa partiu do pressuposto de que o campo do design e o campo da moda estabeleceriam relações de aproximação e distanciamento entre suas bases teóricas, como também entre seus percursos históricos. Por consequência, tais relações poderiam ser compreendidas como inerentes e essenciais ao novo segmento design de moda e influenciariam a consolidação de seu repertório teórico.

A partir disto, analisou-se, inicialmente, as mobilizações que possibilitaram a implementação de cada campo no país, o campo do design no início da década de 1960 e o campo da moda no final da década de 1980. Este percurso, aparentemente paralelo, encontraria um ponto de convergência com a autorização da formação em ensino superior em design de moda, a partir de 2004, pelo Ministério da Educação. Notou-se, como visto, por exemplo, na seção "4.3", que esta aproximação foi direcionada e intensificada pelo viés do ensino.

Ao longo da última década, as discussões concernentes à temática do design de moda tornaram-se abrangentes, conquistaram maior representação em congressos, pesquisas e publicações, expandindo seu escopo para aspectos de assimilação de conteúdos e consolidação de repertório teórico próprio. A construção da teorização acerca de aspectos específicos do design de moda está em profícuo fluxo de transformação e atualização à medida que novos dados são coletados e assimilados.

A presente dissertação, então, seguiu o caminho da análise acerca da teoria e crítica do design de moda, aprofundando-se sobre o perfil profissional vinculado à produção de vestuário e moda, com ênfase em sua consolidação durante a segunda metade do século XIX e primeira metade do século XX. Abordou-se, também, possíveis relações emergentes entre o campo do design e o campo da moda com o intuito de averiguar possíveis momentos de aproximação e distanciamento entre referenciais teóricos e percursos históricos, bem como influências destes campos no momento de implementação do design de moda no país.

De modo geral, foi possível notar que o termo “design” estaria mais relacionado a discussões acerca das relações do indivíduo com os objetos e o meio circundante e, em tese, as ações do design deveriam ser centradas no ser humano. Já o termo “moda”, de certa forma, parece ter sua imagem principal associada ao poder de influência e imposição de gostos e tendências, aspectos estes intensamente explorados pela estrutura midiática atual, amplamente apoiada no consumo conspícuo.

Esta exaltação do consumo conspícuo e efêmero é também refletida na práxis do campo de design, uma vez que está intrinsecamente relacionada ao papel do objeto na sociedade contemporânea. Contudo, mesmo que processos como o *styling* possam fazer parte de sua trajetória, o aspecto de exacerbação do valor simbólico de sua produção não se caracteriza como essência do campo de design. Tem como foco as ações que envolvem o projetar, sua teoria e metodologias projetuais abrangem o exame sobre como sua prática afeta e é afetada pelas relações sociais e culturais do entorno material produzido pelo ser humano.

A moda, por sua vez, contém em sua essência elementos de efemeridade e frivolidade que interferem em possíveis críticas à sua prática. Isto não deve ser compreendido, entretanto, como essência do campo da moda. Considera-se pertinente ressaltar distinções entre moda como objeto de estudo de um determinado campo e o campo de estudo específico deste objeto.

Tanto o objeto de estudo quanto o campo de estudos sobre moda não contam com grande tradição acadêmica, neste caso, destaca-se a relevante contribuição da abordagem de outros campos para a construção do aporte teórico sobre a temática moda que possibilitou sua consolidação como campo.

Desta maneira, tal como o campo da sociologia, da história, da antropologia, da filosofia, entre outros, elaboraram e ainda elaboram importantes questionamentos e reflexões acerca do objeto de estudo e do campo de moda, pondera-se que o diálogo com o campo de design poderia, com mesmo efeito, trazer grandes contribuições.

Neste ponto, há de se evidenciar que a graduação em ensino superior direcionada para a formação do profissional do campo da moda no país, hoje, encontra-se ancorada nas diretrizes do campo de design. Isto proporciona uma situação que não se manifestou quando da abordagem por outros campos. O campo do design e o campo da moda se debruçam sobre o mesmo objeto de estudo.

Contudo, os referenciais teóricos e os percursos históricos específicos de cada campo aloca suas análises sob diferentes perspectivas.

Cabe ressaltar que o campo do design estabelece relação parecida com o campo da arquitetura no momento em que conteúdos compartilhados são passíveis de ocasionar conflitos sobre pertencimento e autonomia entre conteúdos dos campos. E, por vezes, arquitetos e designers poderiam reproduzir o mesmo impasse de concorrência que o estilista e o designer de moda atualmente encontram-se impulsionados.

É indiscutível, todavia, que a transformação maior está sendo executada no campo da moda, que tem a estrutura curricular de seus projetos de ensino transformada e precisa se adaptar aos trâmites de incorporação a outro campo. Tanto a formação quanto a atuação de profissionais tradicionais do campo do design, como o designer gráfico e designer de produto, em um primeiro momento, não sofreram nenhuma modificação significativa em suas práticas por motivo da inclusão do profissional de moda no campo de design.

Com base, então, no pressuposto de que design e moda se apresentam como campos equivalentes e distintos, com possíveis aproximações e distanciamentos, questiona-se qual a posição do design de moda no campo do design e que possíveis alterações esta transição espelha em sua estrutura.

Ao perpassar o objetivo geral e os específicos sugeridos no início desta dissertação, a presente análise, em conclusão, considerou o campo do design e o campo da moda como equivalentes na possibilidade de gerar novas reflexões e problemáticas relevantes, reciprocamente. Ponderou-se que a contribuição do campo do design, como já abordado em capítulos anteriores, é possível pelo viés de metodologia projetual específica de design, com a ressalva de que esta não deve ser tratada pelo campo da moda como ferramenta ou manual de ações e instruções fixas, mas como relevante meio pelo qual se pode atingir um aprimoramento da função social do profissional que atuará na materialização de elementos abstratos de moda em objetos concretos, usáveis e comercializáveis.

O raciocínio do processo criativo de design associado ao processo criativo de moda poderia evidenciar e modificar aspectos negativos em torno do processo de concepção e materialização do produto de moda. Tais como a grande carga de produtos tóxicos despejados no meio ambiente, provenientes de tingimentos têxteis, ou ainda, em aspectos de condições de trabalho degradantes ou constrangedoras, mesmo quando há contratação formalizada e, ainda, tantos outros pontos alarmantes e conflituosos que o mundo da moda, mesmo que não diretamente, incentiva e corrobora.

O campo do design convida o campo da moda a expor e discutir seu processo criativo e produtivo e buscar por novos modelos não orientados pela lógica da sedução e de privilégios frívolos. E também a indagar por um modelo alinhado ao objetivo de empreender um caminho consciente de seu contexto social e cultural, relacionado a problemáticas reais e mais humanas, afinal, diretrizes pautadas na exaltação da exclusividade acabam por perpetuar a exclusão.

Contudo, a moda enquanto dinâmica social, distanciada da materialização do objeto e vestuário, influencia o entorno das interações entre o indivíduo e suas posses. Esta dinâmica pode ser imprevisível e de difícil alteração ou manipulação, nem mesmo os criadores de moda, os realizadores das grandes semanas de moda ou os *bureaux* produtores de tendências tem domínio completo sobre suas reviravoltas. Por este viés, foi possível inferir que dinâmicas de moda podem também interferir em relações e conceitos próprios do campo de design e, em específico, em sua estrutura e organização contemporâneas.

5.2 Recomendações para pesquisas posteriores

O cenário de assimilação entre problemáticas relacionadas ao perfil profissional de design e ao perfil profissional de moda é rico em possibilidades para ambos os campos. Considera-se, então, não ser prudente para o design de moda minimizar ou desconsiderar a importância do percurso de consolidação do profissional vinculado à materialização de objetos associados à moda e ao vestuário.

Neste sentido, esta pesquisa se concentrou na investigação de origens do perfil profissional do campo da moda e suas variações ao longo do final do século XIX e início do século XX, o que, por consequência, evidenciou aspectos do modelo de negócio, concepção e produção da Alta Costura. Adotou-se a perspectiva de não incluir dados concernentes ao modelo *prêt-à-porter*, pois compreende-se que as motivações que possibilitaram sua emergência acontecem em paralelo à formação do costureiro, e não somente a partir da década de 1960.

As condições que possibilitaram a ascensão do costureiro-criador não são exatamente as mesmas que possibilitaram o surgimento do estilista industrial. Infere-se, então, que estes não podem ser alocados como predecessores e sucessores numa linearidade cronológica. Até mesmo por que a Alta Costura conseguiu manter-se como referencial estético após seu declínio como modelo principal da moda mundial.

A posição de destaque do *prêt-à-porter* e da moda industrializada rivalizou e sobrepujou a Alta Costura a partir das décadas de 1950 e 1960, mas ambos atuam de modo concomitante nos dias atuais. Isto reflete nas discussões contemporâneas sobre os novos rumos da moda atual, que deve ser analisada a partir das variações dos séculos anteriores, porém alinhada ao paradigma do século XXI.

Diante disto, recomenda-se para pesquisas posteriores o aprofundamento em questões sobre a industrialização da moda que remontam à Revolução Industrial, não restringindo sua abrangência e atuação à segunda metade do século XX, como, por vezes, é tratada em linhas do tempo da evolução cronológica da moda. Considera-se necessário compreender o *prêt-à-porter* como uma significativa resultante da transição tardia da moda do paradigma artesanal para o industrial. Introduzindo mudanças que o sistema de moda não pôde controlar ou rejeitar, com grandes e importantes reverberações na estrutura da moda contemporânea.

Percebe-se como ação importante replicar esta mesma pesquisa após um determinado período para atualização e mensuração do paulatino desenvolvimento e evolução do segmento design de moda no país.

Compreende-se como necessário aprofundar a assimilação de conteúdos do campo de design ao design de moda, bem como aprofundar as pesquisas sobre as mudanças que esta transição incorpora ao campo do design. Aprofundar, também, os estudos sobre o desenvolvimento de um repertório próprio do design de moda para a ampliação e fortalecimento da teoria e crítica do design de moda.

No âmbito do ensino, aprofundar as pesquisas sobre como as novas diretrizes e abordagens curriculares estão incorporando o instrumental teórico do design em coerência com o do campo da moda.

Recomenda-se, também, ampliar e integrar o escopo desta pesquisa à moda internacional, em específico junto ao ensino em instituições estrangeiras, visto que pautaram as diretrizes iniciais do campo da moda brasileira cerca de trinta anos atrás, com o intuito de indagar se o atual momento de transições no ensino do país está em compasso ou trilham rumos próprios e adentram novos caminhos em relação ao modelo estrangeiro.

Finalmente, recomenda-se para pesquisas posteriores, em relação ao novo profissional, analisar os resultados práticos desta mudança, com um maior número de profissionais em seu ambiente de atuação específico, inquirir quais mudanças são perceptíveis em relação à década anterior.

Em meio a tantas possibilidades de dar continuidade a esta pesquisa, considera-se importante ressaltar a relevância da estruturação dos procedimentos metodológicos, pautados na metodologia de pesquisa científica. A jornada que resultou na presente dissertação teve início sob o título “Novos cenários de atuação do Design de Moda: o potencial transformador da integração Moda e Design”, o que, de certa forma, enfatiza um caminho e uma resposta já predeterminados.

Ao longo do processo de reestruturação da pesquisa, em meio às alterações que o próprio caminho apresentou, este título não mais correspondia ao conteúdo da pesquisa e um novo foi redigido, “Design e moda na constituição do design de moda: possíveis relações de aproximação e distanciamento entre o campo do design e o campo da moda eventualmente discerníveis na construção de repertório teórico do design de moda”.

Isto demarca o processo de pesquisa como algo que não está atrelado a convicções e não deveria ser realizado no sentido de comprovar certezas pré-estabelecidas. Está mais associado à investigação de questionamentos e tem como objetivo contribuir para a expansão do conhecimento acerca de determinado fenômeno. Espera-se, desta maneira, ter alcançado por meio desta dissertação o objetivo de discutir de forma isenta e relevante para a consolidação da teoria e crítica do design de moda. Assim como, para o aprofundamento da discussão sobre a moda contemporânea, suas possibilidades e conflitos.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A. J. **Moda e História**. In: Moda, comunicação e cultura – Um olhar acadêmico. Solange Wajnman e Adilson José de Almeida (Org.). São Paulo: Editora Arte e Ciência, 2005.
- BASTIAN, W.; NEIRA, L. G.; SOUSA, C. S. M. **Regulação do ensino do design de moda: Para quem?** In: Anais 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010.
- BERGAMO, A. **O campo da moda**. Revista de Antropologia. vol.41 n.2. São Paulo, 1998.
- BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.
- BRAGA, J.; PRADO, L. A. **História da Moda no Brasil: das influências às autorreferências**. São Paulo: Disal, 2011.
- BURDEK, B. E. **História, teoria e prática do design de produto**. São Paulo: Editora Blucher, 2006.
- BUTTNER, A. J.; FARIA, J. N.; NAVALON, E. **Design e moda no século XIX: princípios e valores do movimento de Artes e Ofícios e da Alta-costura**. In: Anais do 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010.
- CALANCA, D. **História social da moda**. São Paulo: Editora SENAC. 2008.
- _____. **História e moda**. In: Estudar a moda: corpos, vestuário, estratégias. Paolo Sorcinelli (Org.). São Paulo: Editora Senac, 2010.
- CALDAS, D. **Observatório de sinais: Teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Senac, 2006.
- CARA, M. **Do desenho industrial ao design no Brasil**. Uma bibliografia crítica para a disciplina. Coleção Pensando o design. São Paulo: Blucher, 2010.
- CARDOSO, R. **Design, cultura material e o fetichismo dos objetos**. Revista Arcos. Vol 1. 1998.
- _____. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blucher, 2008.
- CARVALHO, A. P. L. **A moda do prêt à porter dos anos cinquenta: permanências e mudanças culturais**. Revista Vozes em diálogo. n. 3. jan-jun, 2009.
- CARVALHO, A. P. L.; ESTARQUE, M. M. **A relação entre arte e moda na Belle Époque: o nascimento da alta costura**. Revista Redige. v.3, n.1, abr. 2012.
- CASTILHO, K.; PRECIOSA, R. **Pensando o design de moda a partir de suas práticas criativas**. In: Revista Estudos em Design, v. 13, n. 1, p. 27-39. 2005.

CHATAIGNIER, G. **História da moda no Brasil**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

CHRISTO, D. **Designer de moda ou estilista?** In: Design de Moda: olhares diversos. Dorotéia Baduy Pires (org). Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

_____. **Análise de algumas noções e valores do campo de produção de objetos do vestuário**. In: Anais 8º Colóquio de moda. Rio de Janeiro, 2012.

CHRISTO, D. C. CIPINIUK, A. **MoDuS de design e de moda**. In: Anais 7º Colóquio de Moda. Maringá, 2011.

_____. **A constituição do campo do design de moda no Brasil**. In: Anais do 1º Cimode Fashion and Design International Congress. Guimarães, 2012.

_____. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. In: Anais 9º Colóquio de Moda. Fortaleza, 2013.

COLOMBI, C. **Design research in Fashion: from trends to design directions**. Revista Redige, v.2, n. 1. Rio de Janeiro. 2011.

CRANE, D. **A Moda e seu papel social: Classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Senac, 2006.

ERNER, G. **Vítimas da moda?: como a criamos, por que a seguimos**. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.

FIORINI, V. **Design de moda: abordagens conceituais e metodológicas**. In: Design de Moda: olhares diversos. Dorotéia Baduy Pires (org). Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

GOMES FILHO, J. **Design do objeto: bases conceituais**. São Paulo: Escrituras, 2006.

GRUMBACH, D. **Histórias da moda**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

HARDAGH, C. C.; SOUSA, C. S. M. **Problematizando o design de moda – O papel da disciplina design de projeto**. In: Anais 8º Congresso de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: 2008.

HESKETT, J. **Desenho industrial**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

KUNZLER, L. S. Q.; WOLFF, F. **Estudo dos métodos de projeto e da gestão de design com foco em moda**. In: Semana de Pesquisa, Pós-graduação e Extensão do Centro Universitário Ritter dos Reis. Porto Alegre, 2010.

LEEDY, P. **Practical research: planning and design**. New Jersey: Pearson Education, 2010.

LEITE, A. S. **Por uma crítica dos objetos de moda.** In: Anais 7º Colóquio de Moda. Maringá, 2011.

LIMA, O. P.; NAVALON, E. ; NAKAD, V. F. **Fashion design x fashion business: correlashions.** In: Anais 4º Colóquio de Moda. Novo Hamburgo, 2008.

LIPOVETSKY, G. **O Império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOBACH, B. **Design industrial: Bases para a configuração dos produtos industriais.** São Paulo: Blucher, 2011.

MALDONADO, T. **Design industrial.** Portugal: Edições 70, 2009.

MARINHO, M.G.S.M.C. **Ensino superior de moda: condicionantes sociais e institucionalização acadêmica em São Paulo. Uma abordagem histórica.** In: Moda, comunicação e cultura – Um olhar acadêmico. Solange Wajnman e Adilson José de Almeida (Orgs.). São Paulo: Editora Arte e Ciência, 2005.

McCRACKEN, G. **The long interview.** Qualitative research methods; vol. 13. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1988.

MENDONÇA, M. C. M. M. **A moda brasileira revisitada: desenterrando raízes.** In: Modos de ver a moda. Adair Marques Filho e Míriam da Costa Manso Moreira de Mendonça (Org.). Goiânia: Editora da PUC Goiás, 2010.

MONTEMEZZO, M. C. F. S. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico.** Dissertação de Mestrado. Bauru, 2003.

(Disponível em:

www.faac.unesp.br/posgraduacao/design/dissertacoes/pdf/Maria_Celeste_Montemazzo.pdf)

MOURA, M. **A moda entre a arte e o design.** In: Design de Moda: olhares diversos. Dorotéia Baduy Pires (Org). Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

MOURA, M; CASTILHO, K. **A linguagem do design e da moda pautando a construção teórica e crítica.** In: Anais 8º Colóquio de moda. Rio de Janeiro, 2012.

NAVALON, E. **Costureiro, estilista, criador, designer de moda: aproximações e distanciamentos.** In: Revista Dobras, v. 5, n. 12, p. 94-102, 2012.

_____. **Design de Moda: interconexão metodológica.** Dissertação de mestrado. São Paulo, 2008. (Disponível em: <http://www.anhembibr/ppgdesign/pdfs/eloize.pdf>)

_____. **Corpo, Cultura e Percepções: reflexões para um método de design de moda.** In: Anais do 3º Colóquio de Moda. Belo Horizonte, 2007.

NEIRA, L. G. **A invenção da moda brasileira**. Caligrama, Revista de Estudos e Pesquisas em Linguagem e Mídia. v. 4. n.1, jan-abr. 2008.

NIEMEYER, L. **Design no Brasil: origens e instalações**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

_____. **Design contemporâneo no Brasil**. In: Design brasileiro contemporâneo: reflexões. Mônica Moura (Org.). São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

PIRES, D. B. **A história dos cursos de design de moda no Brasil**. In: Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2002.

_____. **Design de moda: uma nova cultura**. In: Revista Dobras, nº 1, p. 66-73. 2007.

_____. (Org). **Design de moda – olhares diversos**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.

_____. **Ensino de design de moda no Brasil: crítica e afirmação de sua função social**. In: Anais do 1º Cimode Fashion and Design International Congress. Guimarães, 2012.

PITOMBO, R. **Entre design e estilo: a busca pela formatividade**. In: Modos de ver a moda. Adair Marques Filho e Míriam da Costa Manso Moreira de Mendonça (Org.). Goiânia: Editora da PUC Goiás, 2010.

RYBALOWSKI, T. M. **Do costureiro ao designer de moda: a evolução das competências pelo aumento de complexidade da atuação**. In: Anais do 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010.

SALTZMAN, A. **O design vivo**. In: Design de Moda: olhares diversos. Dorotéia Baduy Pires (Org). Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

SANCHES, M. C. F. **Projetando moda: diretrizes para a concepção de produtos**. In: Design de Moda: olhares diversos. Dorotéia Baduy Pires (Org). Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

_____. **Uma análise da delimitação projetual no design de moda**. In: Anais VI Ciped, Congresso internacional de pesquisa em design. Lisboa, 2011.

SANT'ANNA, M. R. **Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SANT'ANNA-MULLER, M. R. **Prêt-à-Porter, discussões em torno de seu surgimento e relação com a Alta-Costura francesa**. Revista Projética. Londrina, v.2, n.2, p 114-127. Dez, 2011.

SIMMEL, G. **A moda**. Revista Iara: moda, cultura e arte. Tradução: Antonio Carlos Santos. São Paulo, v.1 n. 1, p 163-188. Abr/ago, 2008.

SMAL, D; LAVELLE, C. Developing a discourse in fashion design: what is research for fashion design? In: Anais Sixth International Design Education Forum of Southern Africa. Joanesburgo, 2011.

SOUZA, G. M. **O Espírito das roupas: A moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

SVENDSEN, L. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.