

### 3

## Constituição do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil

Como apresentado no capítulo 2, enquanto que para alguns pesquisadores o fenômeno moda é um princípio presente naturalmente no desenvolvimento de todas as civilizações, para outros, como Lipovetsky, apesar de ser possível identificar, nas sociedades tidas como primitivas e na antiguidade, a função ornamental do vestuário, modificações nas suas formas e significados, processos de distinção social a partir dele e, até mesmo, interesse, curiosidade e imitação de aspectos da indumentária de certas sociedades estrangeiras, ainda assim, o que caracteriza o fenômeno moda só pode ser identificado, no ocidente, a partir do final da Idade Média, com a expansão das cidades, a organização das Cortes e a valorização das noções de indivíduo e de novo, ou seja, para estes pesquisadores, a moda é um fenômeno moderno e ocidental.

Dentro desta corrente, seguindo o pensamento de Lipovetsky sobre a constituição do fenômeno moda, é possível identificar três momentos marcantes entre as modificações nos valores e nos mecanismos que norteiam a estrutura e funcionamento deste fenômeno desde sua instalação até os dias de hoje. O primeiro, da metade do século XIV à metade do século XIX, onde ele entende que se instala provocada pelo surgimento da noção de ruptura com o passado e valorização do novo e da autonomia do indivíduo, a lógica das transformações constantes, efêmeras e fantasiosas, mesmo que restrita a determinados grupos sociais. O segundo, da metade do século XIX até a década de 1960, onde o fenômeno moda se expande, atingindo outros grupos sociais e estabelecendo um funcionamento próprio onde a produção artesanal e exclusiva, nomeada como “alta-costura” e atribuída a um costureiro legitimado como criador autônomo, autoral e único, se distingue da produção em larga escala associada à “confecção industrial”, percebida como massificada e de menor qualidade. E o terceiro, da década de 1960 ao século XX, onde, com o surgimento do *prêt-à-porter*, os mecanismos específicos do campo se intensificam, porém com novos agentes e

atingindo outros grupos sociais, influenciando, segundo Lipovetsky a própria estruturação e organização da sociedade contemporânea. (LIPOVETSKY, 1989)

Apesar deste modelo proposto por Lipovetsky estabelecer uma divisão, até certo ponto, arbitrária e rígida, tendo em vista que as transformações na sociedade não se constituem seguindo uma lógica linear, marcada por etapas claras e definidas, ou seja, que são processos contínuos e interligados, e que a divisão e classificação por períodos históricos são modos de análise estabelecidos para melhor entendimento dos objetos estudados, ainda assim é interessante observar os pontos que ele estabelece como marcantes na instalação, estruturação e funcionamento do fenômeno moda para nortear a análise sobre o estabelecimento e a constituição do campo de produção do vestuário no Brasil.

Do mesmo modo, apesar de sua análise estar baseada na valorização da capacidade de autonomia do indivíduo em oposição aos mecanismos de distinção social que, até certo ponto, fundamentam este trabalho, ainda assim, é interessante observar a importância, atribuída por ele, à autonomia do indivíduo para a constituição do fenômeno moda, para identificar os fatores que contribuíram para a instalação, estruturação e constituição do campo de produção do vestuário e relacioná-los com o caso específico do Brasil.

Para Lipovetsky, o fenômeno moda está diretamente vinculado à valorização da autonomia do indivíduo, ou seja, do aumento de poder do indivíduo para determinar suas escolhas e seus caminhos, superando, inclusive, os mecanismos de distinção estabelecidos pelas relações sociais, o que, segundo ele, só foi possível a partir da ruptura com a tradição e a ancestralidade que dificultava a mobilidade social e, conseqüentemente, a autonomia do indivíduo. É neste sentido que ele considera o fenômeno moda como um agente positivo em relação às instituições democráticas e à consolidação das sociedades liberais. (LIPOVETSKY, 1989: 12-13) Porém, conforme já apresentado no capítulo anterior, esta autonomia e liberdade podem ser consideradas relativas, pois, mesmo a sua valorização também indica uma noção que se tornou válida a partir de determinadas transformações na sociedade que estabeleceram novos agentes, novas posições, novas relações e novos valores, ou seja, mesmo que, aparentemente, o indivíduo tenha conquistado a possibilidade de determinar suas escolhas, ainda assim, tanto esta conquista é resultado de um valor que se tornou legítimo a partir de determinadas transformações sociais, como estas escolhas não

estão desvinculadas de valores estabelecidos por relações sociais. Mesmo assim, é a identificação dos fatores que interferiram na constituição da estrutura e funcionamento do fenômeno moda que interessam neste trabalho. Desta forma, mesmo discordando da linha teórica defendida por Lipovetsky para embasar e desenvolver sua pesquisa, analisar o vínculo estabelecido por ele entre a autonomia do indivíduo e o fenômeno moda, acaba contribuindo para refletir sobre as transformações sociais que influenciaram e interferiram para o estabelecimento, estrutura e funcionamento do campo de produção do vestuário.

Como, para Lipovetsky, o surgimento do fenômeno moda está associado ao estabelecimento dos valores de autonomia do indivíduo e do “novo” que caracterizam a era moderna, é possível considerar que a constituição do campo de produção do vestuário também está vinculada às transformações que caracterizam o que é nomeado como modernidade, ou seja, a expansão comercial, o estabelecimento das relações de mercado, a ascensão da burguesia, a expansão das cidades, o estabelecimento das nações, a valorização do indivíduo, as transformações na estrutura social, entre outras. Observando os três momentos que dividem o fenômeno moda, sugeridos por Lipovetsky, é possível perceber que no primeiro momento, na instalação do fenômeno, a valorização do “novo” e do indivíduo contribuem para o estabelecimento de um mecanismo de busca constante e acelerada pela construção, através do vestuário, de uma aparência que demonstre a diferença entre os indivíduos. No segundo, no estabelecimento do funcionamento do fenômeno, esta valorização somada ao crescimento da produção, à ascensão da burguesia e ao aumento do poder econômico de determinados grupos sociais, contribuiu para o estabelecimento de um mecanismo de distinção entre uma produção em larga escala e uma produção artesanal e exclusiva cujo valor está vinculado à noção da capacidade autoral do costureiro, entendida como individual e única. No terceiro, na expansão do fenômeno, o acirramento destes fatores contribuiu para a união entre a produção em larga escala e a produção validada pela assinatura de um determinado criador, aumentando o campo de atuação do fenômeno para além do objeto do vestuário. Apesar das características específicas apontadas por Lipovetsky, todas as etapas que caracterizam a constituição do fenômeno moda definidas por ele parecem ser regidas pelos mesmos valores: a valorização da capacidade e do poder de escolha do indivíduo e a instalação e expansão da lógica do mercado, determinada pelo

aumento da produção e pelo aumento do poderio econômico de determinados grupos sociais. Logo, estas parecem ser as questões que norteiam a constituição, estruturação e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário.

Neste sentido, é interessante observar o questionamento de Boucher, ao analisar a instalação da *couture* na França, no século XIX. Para Boucher, uma hipótese para o surgimento da *couture* pode ser o enriquecimento resultante dos negócios e do poder alcançados por determinadas camadas sociais, contribuindo para que o vestuário se transformasse de um símbolo de “privilégio de uma casta superior” para “um meio de se abrir aos largos lucros do trabalho, simbolizando a escalada de gerações na hierarquia social” (BOUCHER, 2010: 370).

Desta forma, a constituição do campo de produção de objetos do vestuário, com suas instituições, agentes, valores e mecanismos próprios parece estar vinculado a uma transformação social que contribuiu para o estabelecimento da lógica do mercado e da noção de valorização do indivíduo, ou seja, o conjunto de mudanças associadas à ascensão social da burguesia.

Seguindo este pensamento, no Brasil, a constituição do campo de produção de objetos do vestuário não pode ser considerada antes da vinda da corte portuguesa para o Brasil, em 1808, pois até então, o país era, essencialmente, um produtor de matérias-primas. Apesar de ser possível identificar, desde a colonização, a fabricação, mesmo que de forma rudimentar, de peças têxteis, ainda assim, esta produção se restringia a vestimentas para escravos, tecidos rústicos para usos domésticos e embalagens para armazenamento de produtos agrícolas. A fabricação de outros produtos têxteis e do vestuário tinha sido proibida por alvará assinado por D. Maria I, em 5 de janeiro de 1775. Esta proibição só foi suspensa para viabilizar a manutenção da corte portuguesa que se instalou no Brasil fugindo da invasão de Portugal por Napoleão Bonaparte. Com isso, até o início do século XIX, tecidos e roupas eram trazidos de Portugal. Algumas peças de vestuário podiam ser produzidas artesanalmente no Brasil, porém por costureiros portugueses que trabalhavam com tecidos vindos de Portugal e seguindo com rigidez as regras e tradições estabelecidas pelas cortes europeias. Mesmo quando este sistema foi alterado na Europa, com a instalação da “alta-costura”, em meados do século XIX, no Brasil, não houve grandes mudanças com relação a este quadro. As roupas continuavam sendo produzidas doméstica e artesanalmente, pelas próprias mulheres das famílias, ou por

costureiras contratadas para fins específicos, ou então, no caso das elites agrárias e da burguesia emergente brasileira, eram adquiridas na Europa. Desta forma, o número de peças do vestuário pertencentes a uma pessoa era restrito, e estas peças eram preservadas para serem herdadas como bens preciosos. Vale ressaltar que a industrialização no Brasil só começou por volta de 1840, com a indústria de tecelagem, mesmo assim, com uma produção voltada para o algodão rústico. Logo a confecção de objetos de vestuário era norteadada pelos produtos importados, tanto pelos materiais utilizados, como pelas formas a serem copiadas. (BRAGA; PRADO, 2011: 30-31, 37-43)

Mesmo com o surgimento das primeiras confecções, como a Petrópolis Fabril em 1904, ainda assim, a produção era restrita a peças cuja execução era menos complexa e menos dispendiosa para a produção em série, como camisas masculinas, roupas íntimas, roupas infantis, roupas de banho, ou acessórios como meias, gravatas, punhos e colarinhos. A maior parte dos objetos do vestuário era encomendada em alfaiates ou costureiras seguindo modelos copiados de produtos importados, principalmente da França. Segundo Braga e Prado, nas quatro primeiras décadas do século XX a produção de objetos do vestuário se dividia entre uma produção em larga escala com tecidos rústicos e padrões populares e uma produção artesanal e sob medida, voltada para uma camada social em posição hierarquicamente superior (BRAGA; PRADO, 2011: 28, 50-53). Esta produção artesanal e sob medida podia ser executada em ateliês de costureiras, alfaiates ou modistas<sup>1</sup>, ou em casas especializadas, como a Casa Canadá, a Casa Vogue, a *maison* de Madame Rosita, montadas seguindo a estrutura das *maisons* de alta-costura francesa, para reproduzir no Brasil os lançamentos da alta-costura de Paris, executando cópias fiéis a partir da importação, inicialmente, de modelos e, posteriormente, dos próprios moldes. Algumas destas casas passaram depois a fazer interpretações e adaptações dos modelos copiados para os materiais, necessidades e gostos específicos do Brasil (BRAGA; PRADO, 2011: 28, 133-138, 148-164).

Segundo Braga e Prado (2011: 33), a figura do *couturier*, o costureiro associado à alta-costura, só surgiu no Brasil em meados do século XX, até este

---

<sup>1</sup> Na França, este termo nomeava o profissional responsável pela ornamentação das roupas, porém, no Brasil, foi empregada para as costureiras que acompanhavam os lançamentos da alta-costura francesa para adaptá-los aos materiais e gostos das clientes brasileiras.

momento apesar de existir uma produção de objetos do vestuário artesanal e exclusiva, voltada para uma elite, ela era considerada como uma reprodução das formas e modelos lançados na França, ou seja, não existia a figura de um costureiro a quem a autoria dos objetos do vestuário era atribuída e cuja assinatura interferisse no valor destes objetos. Desta forma, apesar de ser possível identificar a influência, na sociedade brasileira, das transformações sociais vinculadas à instalação da era moderna na Europa, ou seja, de ser possível perceber que as noções de valorização da autonomia do indivíduo e do “novo” já permeavam as relações sociais no Brasil, e de já existir uma divisão entre uma produção em larga escala, considerada como popular e de menor qualidade, e uma produção artesanal, considerada superior e de maior qualidade, a noção de autoria, característica do funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário, estava associada aos produtores estrangeiros, principalmente os franceses, e não aos produtores locais, mesmo que, ao copiar os produtos estrangeiros, características culturais e locais pudessem ser percebidas por conta das adaptações de materiais e de forma, gerando características próprias para o produto brasileiro. Mesmo assim, é possível considerar a presença no Brasil dos fatores que contribuem para a constituição, estruturação e funcionamento do campo de objetos do vestuário, pois mesmo que aparentemente a produção artesanal e exclusiva não fosse orientada por um produtor considerado como detentor de um talento individual e único capaz de determinar marcas que identificassem a sua autoria, ainda assim, existia uma produção que ocupava uma posição considerada oposta e distinta da produção em larga escala e que era guiada pelos valores associados à criação autoral da alta-costura, ou seja, o fato da produção artesanal local que desenvolvia objetos do vestuário para a elite brasileira ser desqualificada como uma produção vinculada à noção de moda por ser considerada cópia da alta-costura francesa já demonstra a influência desta noção, e, conseqüentemente, da noção da capacidade autoral do indivíduo, para determinar o posicionamento dos produtores de objetos do vestuário brasileiros tanto em relação aos produtores da alta-costura francesa, como em relação à própria estrutura do campo no Brasil, já que a mesma cópia que o desqualificava, o distinguia da produção em larga escala das confecções industriais do país. Desta forma, é possível considerar que o campo de produção de objetos do vestuário no Brasil já estava instalado nesta

época, mesmo que seus produtores não fossem legitimados por sua capacidade autoral e autônoma.

Esta noção de autoria vinculada aos produtores da alta-costura só passa a legitimar os produtores artesanais que desenvolviam objetos de vestuário para uma camada social hierarquicamente superior no Brasil a partir do final da década de 1950 e início da década de 1960, quando alguns produtores começam a ser reconhecidos e consagrados como detentores de uma capacidade autoral que os distinguia, e à sua produção, dos outros alfaiates, costureiras e modistas dos ateliês e casas que desenvolviam um produto artesanal, exclusivo e voltado para a elite, considerados como reprodutores de cópias e não como criadores de formas e modelos únicos e autorais. É o caso de costureiros como José Ronaldo, João Miranda, Guilherme Guimarães, Dener Pamplona de Abreu, Clodovil Hernandes, José Nunes, Rui Spohr, Gadino Lenzi, Luciano Baron, entre outros. Segundo Bonadio, a criação da Feira Nacional da Indústria Têxtil (Fenit), em 1958, onde eram apresentados desfiles e lançamentos de novidades do setor e o alto investimento em publicidade feito, durante a década de 1960, através de desfiles e editoriais de moda veiculados em diversas revistas nacionais, pela multinacional francesa Rhodia S.A. e, mais tarde por seus concorrentes, como a empresa japonesa Mafisa contribuíram para a consolidação do que Bonadio nomeia como “cultura de moda” (BONADIO, 2010: 57). É possível considerar, então, que a partir deste momento o campo de produção de objetos do vestuário no Brasil é composto, além das confecções industriais, consideradas como produtores em larga escala de objetos do vestuário de menor qualidade, e dos ateliês e casas onde os produtos eram desenvolvidos artesanalmente como cópias de produtos estrangeiros, por produtores artesanais cuja assinatura atribuía valor diferenciado e superior aos objetos desenvolvidos, entendidos como únicos, exclusivos e originais. Esta nova categoria de produtores do campo também norteava suas criações segundo os lançamentos sazonais da alta-costura francesa, porém, faziam interpretações próprias a partir das formas consagradas pelos costureiros da alta-costura francesa legitimados pelo campo, diferente dos produtores vinculados a ateliês e casas de moda que explicitamente produziam peças a partir de cópias de modelos comprados no exterior, ou de moldes adquiridos diretamente das *maisons*

de alta-costura francesa<sup>2</sup>, ou seja, enquanto os ateliês e casas de moda eram considerados reprodutores de cópias, os costureiros eram entendidos como criadores autorais de peças originais, mesmo que suas formas seguissem as determinações estéticas das mesmas *maisons* de alta-costura que serviam de modelo para os ateliês e casas de moda. Apesar da diferença de valores percebida para as práticas da cópia e da interpretação interferirem na posição dos produtores do campo de produção do vestuário no Brasil, os limites e diferenças concretos entre estas atividades podem ser difíceis de serem estabelecidos. Por exemplo, algumas das casas de importação de moda precisavam, muitas vezes, adequar o produto comprado aos materiais disponíveis no Brasil e aos gostos específicos de seus clientes e chegaram, inclusive, a desenvolver e apresentar produtos próprios, como a Casa Canadá (BRAGA; PRADO, 2011: 224-227) (SEIXAS, 2002). Difícil dizer, por exemplo, o quanto estas adaptações alteravam a forma final do produto, diferenciando-o do produto original. Do mesmo modo, parece estranho considerar como uma expressão individual e autônoma um trabalho que dependia das escolhas formais de outros produtores, ou seja, até que ponto estas inspirações efetivamente produziam objetos autorais e autônomos. Mas mesmo questionando as fronteiras entre a cópia e a interpretação, ou entre a reprodução e a inspiração, ainda assim, é importante observar que este passa a ser um valor do específico do campo para a determinação da posição deste novo produtor, o costureiro, e das novas posições atribuídas aos produtores que já pertenciam ao campo. É interessante observar também que, antes do estabelecimento deste novo produtor, a cópia de modelos das *maisons* de alta-costura era um valor que qualificava e distinguia a produção dos ateliês e casas de moda, da produção das confecções industriais, ou seja, este era um valor até então válido e legítimo para posicionar um produtor em uma posição superior no campo. Além disso, é interessante observar que o surgimento deste novo produtor também foi estimulado por eventos e investimentos da própria indústria têxtil e de confecção como intuito de estimular e ampliar o crescimento da produção têxtil e de confecção do país, como é o caso da Fenit e dos desfiles e editoriais de moda promovidos pela Rhodia S. A. e outras empresas do setor. Desta forma, apesar do valor atribuído à produção

---

<sup>2</sup> A partir de 1929, com o intuito de diminuir os impactos da crise econômica de 1929, as *maisons* de alta-costura francesa passaram a vender, além dos modelos, os moldes construídos em algodão, chamados de *toiles*, que serviam de base para a reprodução da peça comprada. (BRAGA; PRADO, 2011: 135-138)

artesanal, exclusiva, autoral e única tanto dos costureiros, como anteriormente, dos ateliês e casas de moda, o seu crescimento, e mesmo o seu surgimento, estavam associados diretamente, e indiretamente, a uma produção em larga escala industrial, tanto pelo incentivo promovido pelas indústrias têxteis do Brasil, como pela oposição à produção em larga escala da confecção industrial de roupas que contribuía para a diferenciação e valorização da produção artesanal, ou seja, a constituição do campo de produção de objetos do vestuário depende de todos os diferentes tipos de produtores para o seu estabelecimento e funcionamento. Logo analisar a constituição deste campo é analisar as mudanças de posições e as novas posições que se estabelecem e alteram os valores e práticas ao longo do tempo.

Seguindo este pensamento é possível compreender que o desenvolvimento industrial e o aumento do consumo vão estimular o surgimento de outros tipos de produtores e agentes dentro do campo. Desta forma, no final da década de 1960 e início de 1970, surgem confecções industriais no Brasil, como a Cori e a Pullsports, voltadas para o desenvolvimento de um produto de melhor qualidade, cujas formas eram guiadas pelos lançamentos do *prêt-à-porter* internacional. Além disso, surgiram também as butiques que, apesar de serem organizadas de forma semelhante às *boutiques* francesas que comercializavam os produtos do *prêt-à-porter* buscando uma distinção das *maisons* da alta-costura, no Brasil, eram locais para comercialização tanto de produtos importados, como de produtos nacionais, feitos sob medida ou em confecções industriais. (BONADIO, 2010: 57) (BRAGA; PRADO, 2011: 252-253, 257) Estas transformações, segundo Braga e Prado, indicam o início da instalação no Brasil de uma produção que seguia a noção do *prêt-à-porter*, porém a produção artesanal de modelos copiados ou de modelos assinados por costureiros nacionais ainda era o modo de produção de objetos do vestuário legitimado para os objetos considerados como moda no Brasil. Segundo eles, vários dos costureiros consagrados pela sua produção artesanal, exclusiva e feita sob medida não conseguiram desenvolver objetos do vestuário para uma produção autoral, porém em escala industrial nos moldes do *prêt-à-porter* francês<sup>3</sup>, tanto por uma dificuldade dos próprios costureiros em se

---

<sup>3</sup> Vale ressaltar que, inicialmente, na França, o *prêt-à-porter* inseriu noções de autoria na produção em larga escala da confecção industrial, porém mantendo a distinção entre ela e as *maisons* de alta-costura. Depois, os próprios costureiros da alta-costura também aderiram a este conceito e desenvolveram objetos do vestuário para serem produzidos em escala industrial, seguindo as noções do *prêt-à-porter*.

adaptar às características, demandas e requisitos do processo produtivo da indústria, quanto pela dificuldade dos consumidores de relacionar a noção de moda a produtos desenvolvidos no Brasil e em desvincular os objetos do vestuário desenvolvidos pelas confecções industriais da noção que os associava a produtos populares, de menor qualidade e não associados à moda. (BRAGA; PRADO, 2011: 311-316) Segundo Bonadio, somente na década de 1980 o consumo preferencial de roupas feitas sob medida é substituído pelo consumo de objetos desenvolvidos em série seguindo medidas padrões. Até então, mesmo com o crescimento das confecções industriais e da valorização e inserção da noção de autoria dentro deste processo, o consumo de objetos do vestuário ainda era voltado, principalmente, para objetos produzidos artesanalmente e sob medida. (BONADIO, 2010: 57) Segundo Braga e Prado, no início da década de 1960 as confecções industriais brasileiras eram poucas e sem uma estrutura que privilegiasse uma produção entendida como autoral. Muitas empresas faziam altos investimentos em publicidade, porém sua produção era baseada na cópia de peças compradas no exterior, sem uma preocupação em estabelecer setores específicos para desenvolver uma criação de objetos de vestuário entendida como autoral. Porém, no final da década de 1970 e na década de 1980, já é possível considerar como consagrada esta categoria de produtores de objetos do vestuário em larga escala industrial, vinculados à noção de autoria. (BRAGA; PRADO, 2011: 368-377) Segundo Bonadio, na década de 1980, é possível identificar uma preocupação com a elaboração de um produto diferenciado e que retratasse uma identidade própria, mesmo que ainda seguisse as indicações formais dos produtores estrangeiros. (BONADIO, 2010: 57) Desta forma, mesmo considerando que a confecção industrial vinculada à noção do *prêt-à-porter*, no início da década de 1960, ainda era incipiente, é possível identificar, a partir deste momento, uma nova categoria de produtores no campo de produção de objetos do vestuário no Brasil que, apesar de estar vinculada à produção industrial em larga escala, é legitimada por uma capacidade autoral autônoma, mesmo que ela fosse orientada segundo as determinações formais dos produtores estrangeiros de *prêt-à-porter*.

É interessante observar que os primeiros cursos de nível superior de moda surgem na década de 1980, talvez indicando o crescimento do setor têxtil e de confecção, o aumento do consumo de objetos de vestuário e o estabelecimento da

noção de valorização da capacidade autoral dos criadores de objetos do vestuário no Brasil. Segundo Pires, até meados da década de 1980, a formação de produtores de objetos do vestuário se restringia a alguns cursos de extensão, de curta duração, normalmente vinculados a técnicas de corte e costura. Desta forma, os profissionais da área, tanto os que atuavam na produção artesanal como na produção em escala industrial, normalmente, autodidatas ou formados em outras áreas, como arquitetura, belas artes ou desenho industrial, só tinham como opção buscar estes cursos de extensão voltados para a aprendizagem de técnicas de corte e costura, ou buscar uma formação específica em cursos fora do país, principalmente na França. (PIRES, 2002: 1-2)

Segundo Braga e Prado, uma das primeiras iniciativas para oferecer uma formação específica para a criação e desenvolvimento do objeto do vestuário foram os cursos de curta duração, ministrados por Marie Rucki, professora do Studio Berçot de Paris<sup>4</sup>, inicialmente no Centro Rhodia de Exposição da Indústria e das Artes Têxteis (Creiat) e depois na Casa Rhodia<sup>5</sup>, durante 1978 e 1980, visando o aprendizado sobre a criação e desenvolvimento de objetos do vestuário vinculados à noção do *prêt-à-porter*. (BRAGA; PRADO, 2011: 496-497)

Depois, em meados da década de 1980, surgem os primeiros cursos de longa duração para formação de profissionais responsáveis pela criação e desenvolvimento de objetos do vestuário, o curso de nível técnico de Estilismo em Confecção Industrial do Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil, do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI CETIQT), no Rio de Janeiro, em 1984, substituído, em 2001, pelo bacharelado em Design – Habilitação Moda, e o curso de extensão de Estilismo e Modelagem do Vestuário da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), em Belo Horizonte, em 1986, transformado em curso superior em 2009. (BRAGA; PRADO, 2011: 521-526)

---

<sup>4</sup> Instituição de ensino francesa, fundada por Suzanne Berçot e dirigida por Marie Rucki desde a década de 1970, para a formação de criadores de objetos do vestuário para o *prêt-à-porter*.

<sup>5</sup> O Centro Rhodia de Exposição da Indústria e das Artes Têxteis (Creiat) foi fundado em 1975, em São Paulo, com o objetivo de oferecer orientações sobre a produção de objetos do vestuário vinculados à noção de moda, tanto para uma produção artesanal e exclusiva, como para uma produção em escala industrial, de realizar exposições relacionadas à área e de oferecer cursos de formação para profissionais que atuassem, ou pretendessem atuar, no setor têxtil e de confecção vinculado à noção de moda. Depois, em 1979, também em São Paulo, como desdobramento do Creiat, foi inaugurada a Casa Rhodia que visava à orientação e formação técnica e criativa de profissionais ligados à moda. (BRAGA; PRADO, 2011: 496)

E, no final da década de 1980 e início da década de 1990, surgem os primeiros cursos de nível superior com o mesmo objetivo. É o caso do bacharelado em Desenho de Moda da Faculdade Santa Marcelina (FASM), em São Paulo, aprovado pelo MEC em 1987; o curso de Moda da Universidade Paulista (UNIP) e o bacharelado em Negócios da Moda da Universidade Anhembi Morumbi (UAM), ambos em 1989, em São Paulo; o curso da Universidade de Caxias do Sul (UCS), no Rio Grande do Sul, em 1991; o curso de Moda-Estilismo da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) e o bacharelado em Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC) em 1993. Segundo Bonadio, no final da década de 1990, já existiam 26 cursos voltados para a formação de profissionais responsáveis pela criação e desenvolvimento de objetos do vestuário para atuarem nas confecções industriais. (BONADIO, 2010: 59-60)

Além de refletir o crescimento e amadurecimento do próprio setor de produção de objetos do vestuário, este aumento de oferta de cursos de formação, provavelmente, também é um indício da valorização da noção que relaciona uma produção autoral à possibilidade de gerar um produto diferenciado e com uma identidade própria capaz de viabilizar a autonomia e independência do setor e, conseqüentemente, o seu êxito financeiro. Segundo Bonadio, as transformações econômicas do início da década de 1990 que afetaram a indústria do vestuário brasileira podem ter influenciado no investimento em capacitação profissional, caracterizado pelo aumento da oferta de cursos de formação, e na organização de semanas de moda para o lançamento e, conseqüentemente, legitimação dos produtos desenvolvidos pela indústria do vestuário brasileira. (BONADIO, 2010: 58-60) Na década de 1990, surgiram, no Rio de Janeiro, a Semana de Estilo Leslie, em 1992, seguida pela Semana BarraShopping de Estilo, em 1996, e por último pelo Fashion Rio, iniciado em 2002 e ativo até os dias atuais, e em São Paulo, o *Phytoervas Fashion*, em 1994, seguido do Morumbi *Fashion* Brasil, em 1996, e, por último, a Semana de Moda/Casa de Criadores, em 1997, e o São Paulo *Fashion Week*, em 2001, ambos também ativos até os dias atuais. (BRAGA; PRADO, 2011: 537-538) (BONADIO, 2010: 58-60) É possível identificar, nas décadas de 1970 e 1980, outros movimentos que tentaram instituir semanas de moda e a noção de um calendário sazonal de lançamentos de moda no Brasil

seguindo o modelo da alta-costura e, posteriormente, do *prêt-à-porter* francês<sup>6</sup>, porém, diferente destas tentativas, as semanas de moda instituídas na década de 1990 conseguiram estabelecer uma continuidade, indicando, provavelmente, o crescimento e amadurecimento do setor, o aumento do valor atribuído aos produtores brasileiros e aos seus produtos e, conseqüentemente, a instituição destes eventos como instância de legitimação e consagração do campo. Mesmo assim, é interessante observar que esta busca por estabelecer um espaço para apresentação, divulgação e consagração de objetos de vestuário desenvolvidos pelos produtores brasileiros e que pudessem ser identificados como tal já pode ser percebida desde, pelo menos, a década de 1970. Isto parece reforçar a ideia de que a noção de valorização de autoria vinculada a uma produção em escala industrial já podia ser percebida dentro do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil desde a década de 1960. É interessante observar que outros fatores que parecem indicar a sua instalação e estabelecimento também já podiam ser percebidos antes da década de 1990, mesmo que somente nesta época tenham atingido uma maturidade capaz de intervir na estrutura e organização do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil. É o caso do aumento da oferta de cursos para a formação profissional dos produtores de objetos do vestuário, que pode ser identificado a partir da década de 1980, e o crescimento e desenvolvimento das confecções indústrias brasileiras, que pode ser percebido a partir da década de 1960. Desta forma, todos estes fatores parecem indicar que a noção de valorização de autoria vinculada a uma produção em escala industrial dentro do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil começa a ser estabelecida a partir da década de 1960, podendo ser percebida como instituída na década de 1990, influenciando as posições e relações dentro do campo. Assim, se na década de 1960 já era possível perceber o indício de uma nova categoria de produtor dentro do campo de produção de objetos do vestuário, na década de 1990, esta nova categoria já estava efetivamente estabelecida, passando a ocupar outra posição dentro do campo, ou seja, enquanto, na década de 1960, no Brasil, os produtores autorais e artesanais de objetos do vestuário vinculados à noção da alta-costura eram considerados como detentores da capacidade de determinar as

---

<sup>6</sup> É o caso dos movimentos promovidos pelo Grupo Moda Rio, criado em 1975, pelo Núcleo Paulista de Moda, criado na década de 1980, pelo Grupo Paulista de Moda, criado em 1986 e pelo Grupo Mineiro de Moda, formado em 1982. (BONADIO, 2010: 58)

formas válidas a serem seguidas pelos consumidores de objetos do vestuário e por outros produtores, na década de 1990, esta posição passou a ser ocupada pelos produtores de objetos do vestuário em escala industrial vinculados à noção de *prêt-à-porter*. Segundo Braga e Prado, no Brasil, na década de 1990, a produção artesanal, exclusiva e sob medida de objetos do vestuário estava restrita à produção de vestidos de festa e vestidos de noiva e não mais era considerada como responsável pela determinação das formas válidas como padrões estéticos a serem seguidos tanto pelos usuários e consumidores, como por outros produtores do campo, ou seja, não mais ocupava a posição de instância de consagração, legitimação e reprodução do campo de produção de objetos de vestuário, mesmo considerando que a autonomia desta instância, no Brasil, era relativa, tendo em vista que as formas legitimadas por ela sofriam a influência direta das formas consagradas pelos produtores da alta-costura e do *prêt-à-porter* francês e pelos produtores similares de outros países estrangeiros. Desta forma, os profissionais formados nos primeiros cursos profissionalizantes, tanto de nível técnico como de nível superior, foram preparados para atuar em uma produção de objetos do vestuário nos moldes do *prêt-à-porter*, mesmo que o setor produtivo brasileiro, apesar de mais estruturado, ainda fosse marcado pela tradição da cópia da moda estrangeira. (BRAGA; PRADO, 2011: 537-538) Então, mesmo considerando que várias confecções ainda desenvolvessem seus produtos a partir da reprodução de modelos prontos importados, sem dar espaço para a possibilidade de uma produção autoral, o surgimento de cursos para formar profissionais com esta capacidade, o incremento das confecções industriais brasileiras e a instalação de um calendário de eventos para o lançamento, divulgação e consagração dos produtos desenvolvidos por estas confecções parecem ser os indícios da valorização da autonomia e da capacidade autoral do criador de objetos de vestuário vinculados à produção industrial em larga escala e, conseqüentemente, a mudança de posição, dentro do campo de produção do vestuário no Brasil, desta nova categoria de produtor, que já podia ser identificada como pertencente ao campo, pelo menos, desde a década de 1960.

Com isso, é possível perceber que, ao longo do tempo, novos valores vão surgindo dentro do campo de produção do vestuário no Brasil e, com eles, novas categorias de produtores vão se estabelecendo e, aos poucos, ocupando novas posições dentro do campo e, conseqüentemente, estabelecendo novos critérios e

valores para o seu funcionamento próprio. Logo, a estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil depende das posições e relações que se estabelecem entre os diferentes produtores pertencentes ao campo, tanto os que já detêm posições legitimadas no campo, quanto os novos produtores que ainda estão buscando legitimação e consagração. O estabelecimento destas posições e as relações que resultam delas é um processo dinâmico e contínuo que sofre a influência de diferentes fatores e transformações sociais, ou seja, a estrutura e o funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário não segue um sistema fixo, determinado e rígido. Desta forma, a posição consagrada de determinado produtor pode se alterar e passar a ser ocupada por uma nova categoria de produtor que, em um momento anterior, nem mesmo conseguia ser identificado dentro do campo. Estas não são mudanças aleatórias e livres. A própria estrutura do campo estabelece os valores e critérios que interferem nas posições e valores dos agentes pertencentes ao campo. Assim, se o produtor autoral, porém vinculado à produção em larga escala, passou a ocupar uma posição de maior prestígio no campo de produção de objetos do vestuário no Brasil, na década de 1990, isto reflete transformações nos valores próprios do campo que são resultado de um processo iniciado décadas antes e que ainda se mantém ativo e em movimento, ou seja, da mesma forma que o “costureiro” de objetos do vestuário vinculados à noção de alta-costura alcançou uma posição de prestígio no campo de produção de objetos do vestuário na década de 1950 e mudou de posição com a entrada e legitimação do “estilista” das confecções vinculadas à noção de *prêt-à-porter*, este “estilista” também pode passar a ocupar outra posição em relação a uma nova categoria de produtor dentro do campo.

De certo modo, esta nova categoria de produtor de objetos do vestuário parece ter sido estabelecida no momento em que os cursos de moda e estilismo passaram a ser entendidos como pertencentes à área de conhecimento do design. Segundo Pires, a partir de 2004, por orientação do Ministério da Educação e Cultura (MEC), todos os cursos, novos ou antigos, de formação de profissionais responsáveis pela criação e desenvolvimento do objeto do vestuário deveriam adequar seus projetos pedagógicos às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso

de Graduação em Design<sup>7</sup>, estabelecidas na Resolução CNE/CES nº 05, de 08 de março de 2004. (PIRES, 2007: 10-11) Já em meados de 2000, os novos cursos estavam sendo autorizados e reconhecidos seguindo as diretrizes educacionais adotadas para o ensino de design e estavam sendo nomeados com o termo design (PIRES, 2002: 7) Este é o caso, por exemplo, do curso de Bacharelado em Design – Habilitação Moda do Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil, do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI CETIQT), no Rio de Janeiro, que foi autorizado em 2001 e reconhecido em 2005.

É interessante observar que até este momento, o objeto do vestuário, salvo alguns casos onde ele compunha um sistema de identidade corporativa desenvolvido por um designer gráfico, não era entendido como um objeto pertencente ao campo de atuação de um designer, ou seja, mesmo considerando as semelhanças existentes entre os processos de criação e desenvolvimento de objetos do vestuário e de objetos tradicionalmente atribuídos a designers, ainda assim, no momento da institucionalização do design no Brasil, o profissional responsável pela criação e desenvolvimento de objetos de vestuário não foi considerado como um possível designer. Vale ressaltar que a institucionalização do campo do design no Brasil, com a instalação dos primeiros cursos de formação em desenho industrial<sup>8</sup> na década de 1950 e 1960, foi marcada por uma tradição modernista que valorizava a racionalização, as demandas concretas dos usuários e a construção de uma linguagem atemporal e universal para nortear as soluções formais dos objetos desenvolvidos. Logo objetos desenvolvidos seguindo as escolhas formais de determinado produtor reconhecido pela sua capacidade autoral e autônoma, ou seja, objetos onde as decisões subjetivas do criador eram, explicitamente, mais importantes do que as demandas concretas dos usuários, e cuja estrutura formal dependesse de valores como a identificação estilística de determinado criador e as mudanças formais constantes, não conseguiam se enquadrar dentro do campo de atuação de um designer. Mesmo que seja possível questionar as características imparciais, atemporais e universais dos objetos desenvolvidos dentro do campo do design, desde a sua institucionalização até a

---

<sup>7</sup> Resolução, aprovada pela Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, que estabelece os elementos estruturais mínimos que devem compor o projeto pedagógico de qualquer curso de graduação em Design oferecido em território nacional.

<sup>8</sup> No Brasil, a atividade do designer foi inicialmente nomeada como “desenho industrial”. Apenas no final da década de 1990 o termo “design” passou a nomear os cursos da área, mesmo que, informalmente, ele já fosse amplamente utilizado.

inclusão, como pertencente ao campo, dos objetos do vestuário vinculados à moda, ou ainda a primazia das demandas concretas e objetivas do usuário em relação às suas demandas subjetivas para nortear a configuração dos objetos, ou mesmo a não valorização da capacidade autoral dentro do campo do design, ainda assim, estas são noções presentes na constituição do campo do design e que até o início do século XXI justificaram a separação entre o design e a moda, ou entre o design e os objetos do vestuário.<sup>9</sup> Como apresentado neste capítulo, na década de 1950 e 1960, quando o campo do design estava se constituindo, a produção de objetos do vestuário consagrada ainda estava vinculada à produção artesanal, exclusiva e autoral dos costureiros. A produção em escala industrial vinculada a uma capacidade autoral, associada à noção do *prêt-à-porter*, estava começando a crescer, porém ainda estava baseada na cópia e reprodução de modelos estrangeiros. Esta característica só se inverteu a partir da década de 1980. De certo modo, isto parece justificar a inclusão tardia da produção de objetos do vestuário dentro do campo do design, pois, a partir da década de 1980, a produção de objetos do vestuário assume as características de uma produção em escala industrial visando o desenvolvimento de um produto diferenciado e com marcas de uma identidade própria, ou seja, até a década de 1980 a produção dos objetos do vestuário é percebida, essencialmente como o resultado de uma expressão individual, passando, a partir de então, a ser percebida como reflexo das demandas e requisitos dos usuários, ou consumidores, e das empresas produtoras destes objetos, aproximando a percepção sobre a criação e desenvolvimento do objeto do vestuário, da criação e desenvolvimento dos objetos tradicionalmente entendidos como pertencentes ao campo do design. Além disso, a ampliação e fluidez dos limites de atuação das noções vinculadas à moda, ou seja, as transformações formais sazonais, efêmeras e de curta duração, a valorização da novidade e a aparente possibilidade de expressão individual, também influenciaram a percepção sobre as demandas do usuário, alterando também as noções que compõem o campo do design. Assim, no momento em que se considera que a busca por uma expressão própria e o interesse e gosto pelas mudanças podem ser demandas, mesmo que abstratas e subjetivas, dos usuários, novos requisitos

---

<sup>9</sup> Uma análise sobre as noções que envolvem a diferenciação entre as atividades do designer e do estilista foi apresentada, pela autora, no artigo intitulado “Designer de Moda ou Estilista? Pequena Reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda”. (CHRISTO, 2008.)

parecem orientar a criação e desenvolvimento dos objetos tradicionalmente pertencentes ao campo do design e, desta forma, o que se entende como moda parece atingir a todos os objetos que interagem com os usuários na sociedade.

Mesmo que este movimento de inclusão da criação e desenvolvimento dos objetos do vestuário como uma das atividades que compõem o campo do design pareça uma transição natural tanto do campo de produção dos objetos do vestuário, como do campo do design, este não foi um movimento sem conflitos e reações. As noções que permeiam os dois campos interferiram, e ainda interferem, na compreensão, assimilação e aceitação desta incorporação, tanto pelos produtores tradicionalmente entendidos como pertencentes ao campo do design, como pelos produtores de objetos do vestuário vinculados à noção de moda. A noção que vincula o objeto do vestuário a um produto efêmero e marcado pela expressão autoral do seu criador e, conseqüentemente, o associa a um objeto fútil e desnecessário, facilita o desenvolvimento de um juízo de valor que dificulta a percepção e aceitação, pelos produtores tradicionalmente associados ao campo do design, da complexidade de construção de um projeto que envolva uma coleção de diferentes peças de vestuário. De forma semelhante, a noção que vincula o design a indústria e a racionalidade para direcionar a solução formal de uma necessidade concreta do usuário e das empresas produtoras, dificulta a percepção, pelos produtores de objetos do vestuário vinculados à noção de moda, da capacidade de expressão autoral e individual dos produtores tradicionalmente vinculados ao campo do design. Por outro lado, esta mesma noção contribui para formar uma ideia de que o produtor de objetos do vestuário formado segundo os critérios e diretrizes dos pensamentos associados ao design, possui uma melhor capacidade de atuação na criação e desenvolvimento do objeto do vestuário.

Estas reações e conflitos parecem indicar mecanismos característicos do funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário, quando do estabelecimento de uma nova categoria de produtor, mesmo que esta nova categoria atue de forma similar a outras categorias já pertencentes ao campo. É importante ressaltar, que mesmo que a atuação destes diferentes produtores se assemelhe, estão vinculadas a eles noções que os posicionam de forma diferente dentro do campo de produção de objetos do vestuário e, conseqüentemente, interferem no valor atribuído aos seus produtos. Analisar a constituição do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil significa entender o momento em

que são estabelecidas as primeiras categorias de produtores de objetos do vestuário, porém percebendo que este campo é dinâmico, ou seja, é um espaço social onde novas categorias e novas posições surgem e estabelecem novas relações constantemente. O “designer de moda” é mais uma destas categorias que surge como reflexo de transformações nos modos de produção e na sociedade e que deve ser analisada em relação a todos as outras categorias presentes no campo.