





design moda

[14]

O Grupo de Trabalho Design de Moda: Teoria e Crítica, vinculado ao Colóquio de Moda, tem como principal objetivo estudar e discutir as organizações teórica, metodológica e crítica relacionadas ao campo da moda e do design, bem como as suas inter-relações. Estas, por sua vez, auxiliam na construção desse novo campo interdisciplinar de conhecimento e na constituição do pensamento científico a esse respeito.

O GT é aberto a estudos, reflexões e análises que visam a uma possível organização sistemática de conhecimentos para contribuir com a consolidação da reflexão e da disseminação relativas às relações históricas, políticas e sociais do design de moda.

O trabalho de Deborah Chagas Christo, elaborado em coautoria com Alberto Cipiniuk, foi escolhido por ser o resultado de uma tese de doutorado, em que ao ineditismo somou-se a complexidade e a atualidade do tema – aspectos importantes com os quais a pesquisa foi relacionada, elaborada e desenvolvida.

Ao mesmo tempo que as questões apresentadas são complexas, são também fundamentais e básicas, pois referem-se à estrutura e ao funcionamento do campo da moda no Brasil e suas vicissitudes, disparidades, problemáticas e conflitos, especialmente a partir da instituição dos cursos de design de moda, validados pelo Ministério da Educação (MEC).

O percurso desenvolvido na condução do texto ressalta, por meio de algumas relações históricas, as definições de moda, a constituição do campo da moda no Brasil, bem como sua estrutura e seu funcionamento, com grande detalhamento na dicotomia estilista e designer, alta-costura e processo artesanal, moda erudita e popular, gerando as discussões, a partir do referencial bibliográfico, a respeito do objeto do vestuário.

O texto está muito claro e bem escrito. Estes são aspectos que apontam a elaboração minuciosa e a vivência de quem se depara com esses questionamentos e conflitos, seja na atuação profissional no mercado de moda e design, seja no universo acadêmico nas atividades de ensino e formação.

Em razão do domínio e aprofundamento do tema, da fundamentação teórica e das discussões construídas a partir desse referencial, entendemos que o artigo é de grande relevância para toda a comunidade científica, estando em sintonia com a proposta do GT e contribuindo de maneira significativa com as questões que permeiam os campos do design e da moda e sua inter-relação.

Acreditamos que este trabalho irá contribuir para a área apontando a possibilidade de muitos caminhos para outras pesquisas, cumprindo, assim, seu papel de relevância na reflexão e na disseminação acadêmico-científica destes campos de conhecimento: a moda e o design.

[DEBORAH CHAGAS CHRISTO]

Doutora em Design pela PUC-Rio. Professora dos cursos de graduação em Design da PUC-Rio, Superior de Moda da Universidade Veiga de Almeida e de pós-graduação em Design Estratégico do Instituto Europeo di Design. Pesquisadora com interesse na delimitação, estrutura e funcionamento do campo do design e nas relações entre design, moda e arte.

E-mail: dcchristo@uol.com.br

[ALBERTO CIPINIUK]

Doutor em Filosofia e Letras (Université Libre de Bruxelles), mestre em Filosofia Estética (UFRJ), possui licenciatura com habilitação plena em História da Arte (UERJ). Professor da PUC-Rio e pesquisador interessado no campo do design, história social da arte e representação social da imagem.

E-mail: acipiniuk@gmail.com

Estilista? Designer de moda... ou um designer de objetos do vestuário?

Stylist? Fashion designer... or a designer of objects of clothing?

[15]

[resumo] Até o fim da década de 1990, a criação, bem como o desenvolvimento e a produção de objetos do vestuário, vinculados à noção de moda no Brasil, não era considerada como atividade pertencente ao campo do design. Com a indicação do Ministério da Educação, em 2004, para que os cursos de nível superior de estilismo ou moda se adequassem às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, noções sobre a definição, delimitação e diferenciação das atividades do que, então, era nomeado como estilista e designer de moda se estabeleceram ou se alteraram. Assim, este artigo relata as conclusões da análise sobre a constituição, a estrutura e o funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil.

[palavras-chave]

design; moda; objetos do vestuário.

[abstract] Until the late 1990s, the creation, development and production of objects of clothing linked to the notion of fashion in Brazil was not regarded as an activity which belonged to the design field. Appointed by MEC in 2004, to suit the higher education courses in fashion or stylist into the Undergraduate Course in Design National Curriculum Guidelines, notions about the definition, limits and differentiation of activities which then was appointed as a stylist and fashion designer have settled, or changed. Therefore, this article reports the conclusions of the analysis of the creation, structure and operation of the objects of clothing production field in Brazil.

[keywords] design; fashion; objects of clothing.

Um designer de moda, ou estilista, como qualquer outro designer, precisa ter conhecimento sobre os diversos fatores que podem interferir na configuração de um objeto, ou seja, ter conhecimento sobre as demandas dos usuários e dos produtores, a forma, os processos criativos, os materiais e processos de fabricação, os custos de produção etc. Porém, apesar do projeto de um objeto do vestuário ser, aparentemente, muito semelhante ao projeto de qualquer outro objeto pertencente ao campo do design, a criação, bem como o desenvolvimento e a produção de objetos do vestuário, vinculados à noção de moda no Brasil, só passou a ser pensada e considerada como atividade pertencente ao campo de atuação de um designer no fim da década de 1990 e início do século XXI, ou seja, a percepção que, até então, posicionava o objeto do vestuário vinculado à moda como algo não pertencente ao campo do design começou a mudar a partir desse momento. Assim, esta pesquisa partiu da observação de que essa mudança reflete transformações na própria estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil, para analisar como as posições e relações entre os produtores, receptores e as instituições de legitimação, reprodução e consagração do campo atuam e interferem nas noções e valores específicos do campo, nas práticas associadas aos agentes desse campo e, conseqüentemente, na produção de objetos do vestuário no Brasil e na delimitação e definição do campo de atuação de um designer de vestuário, nomeado atualmente como designer de moda.

No caso do Brasil, essas transformações foram marcadas pela indicação do Ministério da Educação (MEC), em 2004, para que os cursos de formação profissional, de nível superior, de estilismo ou moda se adequassem às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, ou seja, a partir desse momento a atividade de criação e desenvolvimento de objetos do vestuário passava a ser entendida como pertencente ao campo do design.

Dessa forma, mesmo percebendo que a semelhança entre os processos de criação e desenvolvimento de objetos tradicionalmente entendidos como de design e de objetos do vestuário já existia antes desse momento, ou que ela sempre existiu, somente depois dessa época o produtor de objetos do vestuário vinculados à noção de moda foi legitimado como pertencente ao campo do design. Apesar desse movimento, aparentemente, representar a conclusão de uma transição natural e lógica do desenvolvimento tanto do campo do design como do campo de produção de objetos do vestuário, essa não foi, e parece ainda não ser, uma incorporação livre de reações e conflitos.

Os profissionais tradicionalmente legitimados como pertencentes ao campo do design parecem ter dificuldade de compreender, aceitar e mesmo não julgar como fúteis e desnecessários os projetos de objetos do vestuário vinculados à moda, assim como os profissionais vinculados ao fenômeno moda parecem identificar a atividade do designer como restrita e direcionada apenas pelas demandas dos usuários e das empresas produtoras ou do mercado. De forma semelhante, tanto alguns designers parecem ter dificuldade de perceber o vínculo da sua atividade com noções normalmente atribuídas ao fenômeno moda, como a valorização da autoria, a relação entre o produtor e a constituição do valor simbólico do objeto desenvolvido, a valorização da noção de novo, o estabelecimento de um estilo possível de ser identificado como expressão formal de determinado produtor, como os produtores de objetos do vestuário parecem ter dificuldade de perceber as relações da sua atividade com noções normalmente associadas ao design, como a relação com os requisitos e restrições impostos pelas demandas do mercado e o desenvolvimento de objetos direcionados aos usuários e não aos criadores, mesmo para objetos do vestuário aparentemente autorais, livres e autônomos.

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 desses profissionais no processo produtivo e no valor atribuído a eles, contribuindo, conseqüentemente,

para essas reações e conflitos. Assim, a definição do design como uma atividade projetual vinculada às demandas dos usuários e das empresas produtoras e, por conseguinte, extremamente racional, objetiva e prática, fruto de uma tradição modernista que permeava a institucionalização do campo do design nas décadas de 1950 e 1960, contribui tanto para desvalorizá-lo por ter que respeitar as restrições impostas pelo mercado como para qualificá-lo por construir um produto capaz de obter melhor êxito comercial por estar atento às demandas dos usuários e das empresas.

Da mesma forma, a capacidade autoral, exclusiva e única presente na definição do produtor de objetos do vestuário vinculado ao fenômeno moda, desde a constituição da alta-costura na França, contribui para validá-lo como criador detentor de um talento especial capaz de imprimir uma marca própria nas peças desenvolvidas por ele e, ao mesmo tempo, para desqualificá-lo por não ser capaz de desenvolver um produto que atenda às demandas do mercado. O que se percebe é que o valor atribuído a essas noções se altera dependendo de quem as defende, ou seja, o valor atribuído à determinada noção depende da posição ocupada no campo pelo agente associado a ela. Esta posição e o valor atribuído a ela são estabelecidos a partir de critérios e valores próprios do campo constituídos a partir das relações que se estabelecem entre os diferentes agentes e instituições do campo. Desse modo, são as relações que se estabelecem dentro do campo de produção de objetos do vestuário entre os seus diferentes agentes que constituem essas noções que influenciam as diferentes práticas associadas a ele. Logo, se novos agentes se estabelecem no campo ou se determinados agentes ocupam novas posições, novas relações se constituem, instituindo novos critérios e valores que interferem nas práticas pertencentes a esse campo.

Assim, a inclusão da criação e desenvolvimento de objetos do vestuário vinculados à noção de moda dentro do campo de atuação de um designer contribuiu para o estabelecimento de uma nova categoria de produtor dentro do campo de produção de objetos do vestuário, o "designer de moda", interferindo nas relações e posições dos agentes e instituições próprios do campo, nas noções e valores vinculados a eles e, conseqüentemente, nas práticas associadas ao campo.

Logo, este trabalho partiu da percepção da existência de novas noções associadas a um, aparentemente, novo agente do campo, instituído a partir da institucionalização da inclusão da criação e desenvolvimento de objetos do vestuário como atividade pertencente ao campo do design, e das reações e conflitos estabelecidos a partir disso, para analisar a estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil, considerando as posições ocupadas pelos diferentes agentes e instituições do campo e as relações de poder associadas a eles.

Para isso, foi estudada e analisada a teoria de Pierre Bourdieu, em especial do texto *O costureiro e sua grife*, escrito em parceria com Yvette Delsaut (2008), que considera que os valores e critérios válidos que interferem nas práticas de um determinado campo de produção de bens simbólicos são constituídos das relações de poder que se estabelecem entre os diferentes agentes e instituições do campo, ou seja, que a estrutura e funcionamento próprios do campo interferem nas suas noções e valores e, conseqüentemente, nas suas práticas, para, então, aplicar o seu pensamento no caso específico do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil.

Além disso, para examinar as diferentes linhas de pensamento que permeiam o fenômeno moda, foram analisadas a obra de autores que estudaram diretamente esse fenômeno, como o livro *O império do efêmero*, de Gilles Lipovetsky (1989), e textos de autores que estudaram alguns dos pensadores que escreveram sobre o assunto, como

o capítulo "Moda e sociedade" do livro *A cidade e a moda*, de Maria do Carmo Teixeira Rainho (2002), e o livro *Moda: uma filosofia*, de Lars Svendsen (2010).

Visando entender também o posicionamento atual dos diferentes produtores do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil, inclusive daquele que é nomeado como "designer de moda", foram analisados os fatores históricos, sociais e culturais diretamente relacionados à constituição desse campo e o estabelecimento dos diferentes produtores associados a ele, o valor atribuído às suas posições e as transformações deste valor e destas posições ao longo da história. Com isso, conclui-se que para o entendimento dos valores e noções que permeiam um dos agentes do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil, como, por exemplo, o "designer de moda", é preciso compreender a posição ocupada não só por ele, mas por todos os outros que compõem o campo e as relações que se estabelecem entre eles, ou seja, não adianta analisar isoladamente as práticas relacionadas apenas a um dos agentes do campo, tendo em vista que todos se relacionam e interferem nas noções e critérios que influenciam tanto os valores atribuídos a cada um como as práticas associadas a eles.

Sendo assim, a posição ocupada por um "designer de moda", o valor atribuído a ele dentro do campo e as noções que permeiam a sua atividade estão diretamente vinculados à posição ocupada, por exemplo, por um "estilista". O mesmo pode ser aplicado entre os produtores associados à noção de alta-costura e os produtores associados à noção de "roupas populares", ou seja, entre produtores legitimados como criadores de objetos vinculados à noção de moda e produtores considerados como não detentores da capacidade e dos atributos necessários para pertencerem a uma produção validada como "de moda".

[18]

O valor atribuído a um produtor e, conseqüentemente, aos seus produtos, depende da posição que ele ocupa em relação a outro produtor do campo, estabelecida segundo critérios e valores próprios do campo. Se o valor próprio do campo de produção de objetos do vestuário é a valorização da capacidade autoral e autônoma do produtor de objetos do vestuário, então o criador vinculado à noção de alta-costura ocupará uma posição superior e oposta ao criador vinculado à noção de "roupas populares". Igualmente, considerando as noções que permeiam a atividade do designer dentro do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil, o "estilista" também assumirá uma posição superior ao "designer de moda". Porém, conforme esses valores se alteram dentro do campo, fruto de novas relações que se estabelecem, a posição ocupada por esses produtores também pode se alterar e, assim, o "designer de moda" e o produtor vinculado à noção de "roupa popular", por exemplo, também podem passar a ocupar uma posição com outro valor no campo. Assim, as diferenças atribuídas aos vários produtores do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil são resultado de noções constituídas a partir das relações que se estabelecem dentro do campo. Não necessariamente existem diferenças objetivas entre alguns desses produtores, elas são noções estabelecidas dentro do campo e podem se transformar conforme as relações e posições desses produtores no campo se modificarem.

Dessa forma, esta pesquisa propôs considerar que todos os agentes e instituições envolvidos com a produção de objetos do vestuário interferem na estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário, incluindo os agentes e instituições não legitimados como representantes da produção de objetos vinculados à noção de moda. Não parece fazer sentido, para este trabalho, pensar em um campo composto apenas pelos agentes envolvidos com produção, reprodução, consagração, distribuição e consumo de objetos do vestuário ditos "de moda". Essa é apenas uma parte de uma estrutura que envolve vários outros agentes e instituições que interferem e influenciam na própria legitimação da posição e do valor atribuído a esses agentes associados à noção de moda.

Seguindo uma lógica semelhante, talvez devêssemos analisar as instituições e agentes vinculados à produção de objetos do vestuário, no Brasil, como parte do campo do design, e não como pertencentes a um campo específico. Porém, é possível

perceber que ainda existem noções que diferenciam e separam as práticas desses dois campos, que inicialmente foram constituídos como distintos. Além disso, a categoria de produtores de objetos do vestuário, vinculados à noção de design dentro do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil, ainda é permeada por várias noções que dificultam a delimitação e definição das suas características e do seu campo de atuação, ou seja, a sua posição dentro do campo de produção de objetos do vestuário ainda não parece claramente definida. Logo, apesar de entendermos que é possível analisar o campo do design considerando os agentes e instituições vinculados à produção de objetos do vestuário como pertencentes ao campo, nesta pesquisa, optamos por focar nas relações que se estabelecem dentro do campo de produção de objetos do vestuário, deixando como um possível desdobramento desta pesquisa a análise da influência das instituições e agentes vinculados à produção de objetos do vestuário na estrutura e funcionamento do campo do design.

Se, por um lado, pensar nos produtores de objetos do vestuário vinculados à noção de moda restringe as possibilidades de análise da estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário, por outro, analisar os fatores que caracterizam o fenômeno moda permite perceber uma possível influência e interferência em outros objetos da cultura material, ou mesmo em determinadas posturas e comportamentos sociais. Para alguns pesquisadores, apesar do fenômeno moda ser mais explícito nos objetos do vestuário, sua atuação não mais se restringe apenas a eles. Dessa forma, associar o termo "moda" apenas à produção de objetos do vestuário parece desconsiderar que noções como a valorização da capacidade autônoma do indivíduo e da noção de novo interferem na produção da maior parte dos objetos da cultura material, ou mesmo de todos os objetos vinculados às demandas do mercado, inclusive de produtos tradicionalmente atribuídos ao campo de atuação do designer, ou seja, pode significar a desconsideração de que os mecanismos orientados pelo fenômeno moda estão presentes, inclusive, no campo do design.

De certo modo, isso contraria os movimentos de aproximação entre o design e o fenômeno moda, instituídos, no Brasil, com a determinação do MEC em enquadrar os cursos de moda e de estilismo dentro das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design. Portanto, a classificação como "design de moda" não parece delimitar claramente a atividade de criação e desenvolvimento de objetos do vestuário. Considerando a abrangência do termo "moda", talvez pudéssemos propor, então, que o melhor termo para classificar essa atividade fosse algo como "design de objetos do vestuário", ou mesmo "design de vestuário".

Dessa forma, o "designer de vestuário" seria responsável pela criação e pelo desenvolvimento de objetos do vestuário, independentemente se em pequena ou grande escala, se constituídos a partir da noção de valorização da autoria ou voltados para uma produção em massa, se consagrado e valorizado pelo seu valor simbólico ou pelo seu valor econômico. Assim, o "designer de vestuário" poderia incluir em seu campo de atuação as diferentes atividades presentes no campo de produção do vestuário, hoje atribuídas, mesmo que com limites e definições pouco claras, aos "estilistas" e aos "designers de moda".

Vale lembrar que essa dificuldade de delimitação do campo de atuação dos diferentes produtores do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil reflete as próprias características do campo. De certo modo, todas as diferentes categorias de produtos, como objetos do vestuário artesanais, exclusivos e sob medida, associados à noção de alta-costura, objetos do vestuário produzidos em larga escala industrial

vinculados ou não à noção de *prêt-à-porter*, ou mesmo objetos do vestuário associados a uma produção entendida como "popular", e as variações que possam decorrer delas, estão interligadas dentro do campo de produção de objetos do vestuário. Assim, por exemplo, as características formais de um objeto do vestuário vinculado à alta-costura interferiam nas escolhas formais dos objetos produzidos pelas confecções industriais, ou as referências formais de movimentos sociais passavam a orientar o desenvolvimento de produtos vinculados à noção de *prêt-à-porter* com o intuito de desenvolver um produto industrial autoral, porém distinto dos produtos da alta-costura, ou mesmo a expansão da confecção industrial francesa no século XIX influenciava na constituição do conceito de alta-costura.

Desse modo, a atuação de determinado produtor, consagrado pela sua posição no campo, interferia, direta ou indiretamente, no trabalho de um produtor em outra posição no campo. Mesmo considerando as características atuais do campo de produção de objetos do vestuário, em que um mesmo produtor pode atuar em diferentes áreas, ou seja, onde os limites de atuação dos diferentes produtores do campo estão mais flexíveis e fluidos, ainda assim é possível perceber a ligação e relação entre os diferentes produtores do campo. É uma marca vinculada à alta-costura que também pode ter produtos de *prêt-à-porter*, ou uma marca de *prêt-à-porter* que desenvolve coleções para grandes magazines populares, ou uma marca de *prêt-à-porter* que desenvolve peças únicas para serem apresentadas em um desfile de lançamento da sua coleção etc. Além disso, no Brasil, o termo "estilista" era empregado para nomear tanto os produtores de objetos do vestuário vinculados à produção artesanal e exclusiva vinculada à noção de alta-costura como à produção em larga escala, vinculada ou não à noção de *prêt-à-porter*, o que contribuía para dificultar a identificação dos limites entre os diferentes produtores do campo.

Com a inclusão da criação e do desenvolvimento de objetos do vestuário como atividade pertencente ao campo do design, essa delimitação e definição pareceu se tornar ainda mais complexa. É difícil estabelecer, por exemplo, que a atividade que hoje é nomeada como "design de moda" esteja vinculada apenas à produção industrial em larga escala, excluindo a produção artesanal e exclusiva, mesmo porque, o fato de uma peça ser única não significa que ela não sofra a influência da lógica de mercado e da lógica industrial. Da mesma forma, é difícil associar a atividade do produtor nomeado como "estilista" apenas a uma produção autoral, autônoma e livre, ignorando a participação deste na produção em larga escala industrial norteada pelas demandas do mercado. Levando em consideração que o processo de criação e desenvolvimento desses dois produtores é similar e orientado pelos mesmos fatores, ou seja, que ambos precisam dominar as questões formais e estéticas, o comportamento do usuário e consumidor, os materiais e processos de fabricação e os processos de distribuição e comercialização dos objetos desenvolvidos por eles, é possível perceber que as diferenças entre essas duas atividades não são objetivas e concretas, e sim baseadas em noções e valores que permeiam suas atividades.

Esta conclusão parece ser reforçada pela própria análise da constituição do campo de produção de objetos do vestuário. É possível perceber que, ao longo do tempo, novas categorias de produtores surgiram e novas posições e relações se estabeleceram constituindo novos critérios e valores. Essas novas categorias parecem vinculadas ao próprio crescimento da indústria do vestuário no Brasil. Assim, se o campo de produção de objetos do vestuário, até a década de 1940, estava constituído por produtores artesanais que desenvolviam cópias de produtos estrangeiros e por produtores vinculados a uma confecção industrial que desenvolvia produtos em tecidos rústicos e em padrões populares ou de baixa complexidade de produção, na década de 1950 se estabeleceu uma nova categoria de produtores que, apesar de ainda produzir objetos do vestuário artesanalmente e sob medida, é diferenciada pelo valor atribuído à assinatura do seu produtor, esta nova categoria tem sua posição alterada no campo pela instituição de uma nova categoria de produtores vinculados a uma produção em

escala industrial, porém autoral, que começou a se estabelecer na década de 1960, mas atingiu uma posição consagrada na década de 1980 com o crescimento das confecções industriais e o aumento de consumo de roupas prontas.

De modo semelhante, é possível considerar que o estabelecimento de uma nova categoria vinculada aos produtores associados à noção de design, no início do século XXI, também pode refletir o amadurecimento do setor têxtil e de confecções de vestuário no Brasil, que passa a se aproximar, ainda mais, das noções vinculadas a uma produção de *prêt-à-porter*, valorizando, cada vez mais, a construção de um objeto de vestuário detentor de uma identidade própria e capaz de traduzir as demandas dos consumidores e das empresas produtoras, seguindo os requisitos e restrições impostos pelo processo de produção industrial e o valor atribuído à assinatura do seu produtor, para a obtenção de um êxito comercial. Dessa forma, mesmo que, atualmente, dentro das confecções industriais de vestuário no Brasil, ainda possa ser identificado um sistema de produção bastante informal, em que a valorização do profissional responsável pela criação e produção de objetos do vestuário é relativa, ou seja, a capacidade autoral tanto do "designer de moda" quanto do "estilista" nem sempre é valorizada, ainda assim, é possível identificar no campo a presença de uma noção que valoriza a capacidade autoral orientada pelas demandas do mercado vinculada a uma nova categoria de produtor, mesmo que os limites da sua atuação ainda não estejam claros e sejam motivo de conflitos e reações.

Assim, observando essas transformações e transições do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil e as mudanças de posições desses diferentes produtores do campo, é possível considerar que isso parece indicar um movimento natural do campo, em que novas categorias de produtores se posicionam em oposição a categorias já detentoras de posições legítimas do campo, ou estabelecem novas posições, ou ainda assumem a posição consagrada anteriormente como pertencente à determinada categoria de produtor. Logo, 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 essas posições, parecem indicar um movimento próprio do campo de produção de objetos do vestuário, em que novos agentes se estabelecem, novas relações se constituem e, com elas, novos critérios e valores são instituídos determinando o valor da posição ocupada pelo agente e, consequentemente, dos produtos associados a eles.

É importante ressaltar que essas mudanças de posições no campo e de valores associados a essas posições acontecem a partir de relações que refletem disputas por posições legítimas e consagradas no campo, ou seja, mesmo que este pareça ser um mecanismo natural do campo, não significa que ele aconteça sem conflitos ou reações.

Dessa forma, o estabelecimento de uma nova categoria, como, por exemplo, a dos produtores nomeados como "designers de moda", envolve reações e conflitos com as categorias de produtores que já ocupam posições consagradas no campo, no caso, os produtores nomeados como "estilistas". Assim, nesse caso, as dificuldades percebidas com relação à definição e delimitação das atividades do "designer de moda", ou mesmo os movimentos sugerindo o estabelecimento de uma nova área de conhecimento distinta, a do "design de moda", ou a sua desqualificação como criador pela sua, aparente, obediência às demandas do mercado, e a desvalorização do "estilista" por um, aparente, descaso com as demandas dos consumidores e das empresas produtoras, ou ainda a sua identificação como um produtor excêntrico e genioso, entre outras,

parecem noções estabelecidas pela disputa, tanto dos "designers de moda" que buscam estabelecer uma posição legítima no campo de produção de objetos do vestuário como dos "estilistas" que tentam manter a sua posição já consagrada.

Esse é um mecanismo que pode ser percebido atualmente entre os produtores nomeados como "designers de moda" e "estilistas", mas também pode ser percebido entre os "costureiros" e as "modistas" na década de 1950, ou entre os "costureiros" e os "estilistas" na década de 1980, ou também entre os produtores vinculados à noção de alta-costura e os produtores vinculados à noção de *prêt-à-porter*, ou entre os produtores vinculados à noção de alta-costura e os produtores associados à produção percebida como popular. Logo, a busca por distinção entre as diferentes categorias de produtores dentro do campo de produção de objetos do vestuário reflete, muito mais, as disputas por posições consagradas do campo do que diferenças concretas e objetivos nos seus modos de criação e desenvolvimento dos objetos do vestuário.

É verdade que mudanças aconteceram nos modos de produção e na estrutura do mercado que influenciaram os modos de produção de objetos do vestuário e, conseqüentemente, o estabelecimento de novas categorias de produtores, todavia, essas transformações apenas modificaram os modos de produzir os objetos e não os valores atribuídos aos diferentes tipos de produtores. Estes são resultado dos critérios e valores próprios do campo, constituídos a partir das relações estabelecidas dentro dele.

Dessa forma, as diferenças entre as várias categorias de produtores do campo de produção de objetos do vestuário do Brasil não estão fundamentadas em discursos que estabelecem os valores e atributos específicos de cada um deles, ou nas características formais dos produtos desenvolvidos por cada um deles, ou mesmo por questões objetivas e concretas que estabeleçam as diferenças entre os processos de criação, desenvolvimento e produção atribuídos a cada um desses produtores. Elas são noções e valores constituídos a partir das relações estabelecidas entre os diferentes agentes e instituições na disputa pelo monopólio e pela legitimidade dentro do campo, ou seja, elas são resultantes da estrutura e funcionamento próprios do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil.

Nesse sentido, podemos concluir que o campo de produção de objetos do vestuário no Brasil é constituído por um espaço social no qual as várias instâncias vinculadas à criação, ao desenvolvimento, à produção, consagração, difusão, distribuição e comercialização dos objetos do vestuário concorrem para estabelecer posições distintas no campo e, conseqüentemente, legitimar os valores e critérios que direcionam as práticas associadas a cada um desses participantes.

[22]

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, P.; DELSAUT, Y. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, P. A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2008, p. 113-190.
- LIPOVETSKY, G. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- RAINHO, M. C. T. A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções: Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: UnB, 2002, p. 19-46.
- SVENDSEN, L. Moda: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.