

[ELOIZE NAVALON]

Mestre em Design e especialista em Moda e Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi. Na mesma instituição coordena o curso de Design de Moda e atua como docente em diversas disciplinas da área. Coorganizadora do livro *Interagindo: design de moda* (Esfera, 2012).
E-mail: navalon@uol.com.br

Costureiro, estilista, criador, designer de moda: aproximações e distanciamentos

[94]

Couturier, stylist, fashion designer and creator: similarities and differences

[resumo] Este artigo apresenta algumas anotações a respeito da identificação das diferenças e aproximações entre as designações de costureiros, estilistas e designers para quem cria e desenvolve moda. Esse interesse surge a partir de conversas e questionamentos realizados em congressos da área, corredores da Universidade, com amigos e companheiros de área e de profissão, num momento no qual questionamos o papel da moda contemporânea.

[palavras-chave]

moda; costureiro; estilista; designer.

[abstract] This paper presents some notes to identify differences and similarities among the designation of tailors, stylists and designers for those who create and develop fashion. This interest arises from inquires and conversations at fashion conferences or in the University, with friends or area players, since we question, at this moment, the role of contemporary fashion.

[key words] fashion; tailor; stylist; designer.

Em 2009, Dider Grumbach lançou no Brasil seu livro *Histórias da moda*, com patrocínio do Instituto Nacional de Moda e Design. Paulo Borges, então presidente desse instituto, ao apresentar a edição, relatou a necessidade de criarmos uma cultura de moda no Brasil. Eventos como a *SPFW* e seus desdobramentos, assim como as inúmeras publicações que surgiram nos últimos anos, seja de autores internacionais, seja, principalmente, de autores nacionais, incontestavelmente, têm contribuído para com essa tarefa.

Em 2011, nos deparamos com a declaração de Ronaldo Fraga, assíduo participante de nossas Semanas de Moda, desde o *Phytoervas Fashion*, de que a moda acabou. Polêmicas à parte, mas também por causa delas, despontam perguntas inevitáveis como: por que acabou? Qual acabou? Em qual lugar a acabou? Essas indagações vêm ao encontro dos estudos de Grumbach (2009) e Braga e Prado (2011), e nos ajudam a elucidar como nomear um "criador" nos dias de hoje.

Grumbach, ao narrar o fazer moda na França e na Europa, destaca:

Reflexo da sociedade, ela não se detém na própria existência, como sua fugacidade parece indicar, mas se justapõe à nossa vida cotidiana abrindo-a para o sonho e a paixão de que se alimenta nossa memória, a fim de melhor organizar nosso devir. (...) Para se convencer disso, é preciso observar o conjunto de suas mutações, que, no século XX, envolvem as mais animadas polêmicas, reúnem as mais teimosas resistências, num clima que a própria organização das profissões da moda na França só vem exacerbar. (GRUMBACH, 2009, p. 8)

[95]

Esse autor sinaliza para uma organização na observação das mudanças do que ele denomina os *metiers* da moda, trazendo um relato de seu surgimento, sua evolução e explosão a fim de propor perspectivas "(...) para uma profissão que, como todo corpo social, se determina tanto por suas origens como por seu contexto social" (GRUMBACH, 2009, p. 9). O estudo traz fartas informações e detalhes que despertam a atenção para a mudança de denominação da profissão por conta de mutações sociais, industriais e econômicas. Apresenta as origens da costura, relatando que até o século XVII o *status* de uma costureira era modestíssimo, reservando-se somente às mulheres, cujas tarefas eram fazer ajustes para alfaiates e camiseiros.

Com efeito, apenas os mestres alfaiates tinham legitimidade para vestir homens e mulheres. "(...) Somente em 1675, por ordem do rei Luís XIV, é que as mestras costureiras adquirem reconhecimento e parte do 'mercado', a pretexto de que 'é de bom-tom e conveniente ao pudor e à modéstia das mulheres e moças que lhes seja permitido vestir-se com pessoas de seu sexo quando julgarem apropriado'" (GRUMBACH, 2009, p. 15).

Quase com um detalhamento de um romance, Grumbach (2009) nos conta histórias de como as profissões vinculadas à moda vêm se desdobrando e se transformando desde então. Durante muitos anos, ainda, a moda se apresentou como um privilégio criativo da corte, onde os alfaiates ou as costureiras atendiam as vontades dos soberanos, sendo até a escolha do tecido uma imposição da realeza. Worth, segundo Grumbach, foi quem, por meio de seu reconhecimento nas grandes exposições de Paris e Londres, entre 1851 e 1855, apresentou modelos novos e originais que contrariavam o que se fazia na época:

(...) Worth revoluciona o corte e apresenta inovações espetaculares. No intuito de dar vida aos seus modelos, foi o primeiro a ter a ideia de mostrá-los às suas clientes através de jovens denominadas "sósias", que seriam de certa forma as predecessoras das atuais manequins. "Prontos para provar", os vestidos são apresentados em diferentes tecidos. (GRUMBACH, 2009, p. 18)

Charles Frédéric Worth conquistou fama internacional junto à nobreza da época e passou a vestir a princesa Metternich, a imperatriz Eugénia, a czarína da Rússia, a rainha da Itália, a imperatriz da Áustria, a rainha Vitória, dentre outras. Foi nesse momento que se criou a fama dos "costureiros" em geral (GRUMBACH, 2009). Mesmo conseguindo fazer valer suas criações e proposições, sua ação era destinada peça a peça, situação a situação. A cada necessidade, ele apresentava uma nova opção, não pensando em um conjunto de peças que criassem uma harmonia de formas, de cores, que viríamos a conhecer mais adiante, já no século XX, por conta de novas transformações industriais e sociais. Até aquele momento, a conquista do costureiro em apresentar criações de construção de uma aparência, na proposição de roupas e acessórios, era imensa, e mesmo com a transformação da indústria da moda e da sociedade podemos encontrar, até hoje, essa atuação profissional. Na verdade, o tempo só fez proliferar a atuação de quem cria, sem fazer com que uma atividade deixe de existir, mas sim abrindo espaços para novas atuações.

Foi Paul Poiret quem trouxe mudanças significativas às conquistas de Worth:

[96]

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. (...) A diversificação das profissões da moda deve-se incontestavelmente às criações de Poiret. (GRUMBACH, 2009, p. 27)

Poiret vai atuar como um criador de estilo ao pensar não só em roupas, mas em perfumes, mobiliário, tapeçarias, vidraria, roupa de mesa, dentre outros. No início do século XX, com todas as mudanças que a sociedade europeia sofreu a partir do século anterior, a moda se adaptou e promoveu mudanças em sua maneira de criar e produzir. A partir daquele momento, as modificações nas maneiras de se fazer moda seriam cada vez maiores, mais rápidas e mais abrangentes. E por conta de ações sindicais e empresariais, a costura começou a se distinguir da confecção. Em 1910, a costura se dissociou da confecção, estabelecendo as normas de funcionamento que a diferem claramente da outra:

A primeira deve vestir mulheres sob medida, ao passo que a confecção se dirige à sra. Todo-mundo. Embora nas origens os dois ofícios sejam aparentemente um só, a confecção, mais dinâmica, assume o risco da estocagem ao produzir de antemão modelos segundo medidas ditadas pela experiência e passíveis de ser oferecidos a preços mais acessíveis. Rapidamente, cada profissão se desdobra, intensificando suas respectivas vantagens. (GRUMBACH, 2009, p. 33)

Tínhamos, então, os costureiros atuando na alta-costura, mas exercendo uma influência criadora (chamado de criador de moda), e a indústria da confecção, que encontrou seu caminho "criativo" e autoral com o advento do *prêt-à-porter*. Grumbach (2009), em seu detalhismo extremo, nos apresenta uma complexa variação entre alta-costura e *prêt-à-porter*, assim como entre costureiro, costureira e criador de moda. Encontramos, já nos anos 1920, atuações distintas em um mesmo modo de produção:

os costureiros e os criadores da alta-costura. O primeiro com o papel de criar peças únicas, sob medida, não se atendo a nenhum estilo pré-determinado; e o segundo propondo e criando estilos de aparência e de vida, e, para toda denominação de atuação, seguia-se uma ação política e determinações legais.

Ao longo dos anos 1920, 1930 e 1940, a indústria da confecção também sofreu transformações em suas demandas, oriundas das lojas de departamentos, que cresciam a cada dia. Antes dedicada exclusivamente à confecção de trajes regionais e profissionais, precisavam, então, fornecer produtos às lojas, que, "ao impor novos hábitos de consumo, ampliam o campo das roupas funcionais que fazem evoluir graças a uma moda mais imaginativa, oferecida a preços inferiores aos praticados pelas costureiras de bairro" (GRUMBACH, 2009, p. 179). Novamente, mudanças nos modos produtivos e sociais determinaram modificações no criar e fazer moda. Movimentos sindicais e empresariais franceses realizaram, desde 1947, ações de fortalecimento da indústria de confecção, apresentando-as em forma de desfiles em Lyon e em Paris, que culminariam, em 1955, na criação do Comitê de Coordenação das Indústrias da Moda (CIM). "A principal missão do CIM consiste em fornecer a cada um dos diferentes elos da cadeia – da fição à imprensa profissional – indicações precisas e coerentes sobre as tendências" (GRUMBACH, 2009, p. 191).

Delineia-se aqui o papel daquele que, doravante, poderá ser chamado de estilista. Esse ofício e atuação estão muito mais ligados à indústria de confecção do *prêt-à-porter*, que, em meados dos anos 1950, ganhou força criativa com a perda de fôlego da alta-costura. Sob a influência norte-americana, a França apostou na figura de um *fashion director* para "propor uma moda refinada a clientes de todas as idades" (GRUMBACH, 2009, p. 202). A operação tornou-se um sucesso, e, na segunda metade de 1950, o ramo do "estilo" cresceu. Profissionais foram contratados pelas grandes lojas de departamentos com essa função: estilista. E, com isso, as proposições criativas da moda não eram mais fato único da alta-costura. Daí para os escritórios de estilo e a atuação diretamente na indústria foi um caminho quase natural.

Ao se transformar, a geografia econômica da indústria do vestuário faz evoluir a profissão do estilista. Os confeccionistas, até 1950, tinham estruturas semelhantes. Eles terceirizavam a produção, não impunham sua marca e sujeitavam-se às exigências de seus clientes. Mas logo, com a retomada econômica, associada às inovações industriais e comerciais que se sucedem, eles se diferenciam de acordo com o alvo que seus esforços miram: a industrialização, o serviço, a qualidade ou o estilo. (GRUMBACH, 2009, p. 208)

Vinculados, primeiramente, à indústria de confecção e aos escritórios de estilo, esses profissionais, com o passar dos anos, foram se associando a grifes e marcas emergentes nos anos 1970. Os criadores de moda, vinculados à alta-costura, por sua vez, renderam-se ao *prêt-à-porter*, e nomes como "Courrèges, Saint Laurent, Dior e Givenchy reconhecem isso e se beneficiam, quando suas primeiras coleções, comercializadas sob seu controle, atingem um grande sucesso junto aos compradores estrangeiros (...)", destaca Grumbach (2009, p. 254). Porém, o profissional estilista não possui autonomia em suas criações, que devem servir primeiramente ao foco e ao público que a marca deseja atingir, e foi nessa época que surgiu a primeira contestação ao título de estilista.

A expressão criador de moda é, então, aprovada por todos. Admite-se também que, se o confeccionista pode exercer ascendência sobre seu estilista, o criador de moda será, por sua vez, autorizado a impor suas decisões a seu fabricante. A associação se chamará *Créateurs & Industriels*. (GRUMBACH, 2009, p. 290-291)

Pode-se enxergar aqui um caminho para a construção de uma identidade profissional que se abre para o design. Não por este, como alguns defendem, ser associado, exclusivamente, à produção de bens industrializados, mas sim pelo domínio do processo. A atividade do design independente de sua atuação industrial e pressupõe domínios de processos de criação, desenvolvimento e fabricação. Quando os estilistas, vinculados a uma marca de moda, reivindicam autoria e autonomia de suas criações, chamam para si a responsabilidade e o domínio dos procedimentos, podemos localizar aí um entendimento da atividade que é da natureza do design. Porém, por muito tempo ainda eles seriam chamados de criadores de moda, assim como os costureiros criadores da alta-costura, ao se encantarem com o *prêt-à-porter*. A partir de 1970, as denominações para as profissões ligadas à criação em moda seriam três: costureiro, criador em moda e estilista; nesse momento, surgiram muitas outras nomeações vinculadas à criação, como coordenador de moda, gerente de produto, diretor de moda, dentre outras. O aumento do consumo, estimulado após a Segunda Guerra Mundial, fez aflorar pesquisas e projetos em design de produtos e design gráfico, e esse fenômeno não tardou a chegar no mundo da moda.

No Brasil, o processo foi um tanto diferente, e a preocupação com a autoria da criação em moda só se manifestou, timidamente, por volta dos anos 1950.

Nas primeiras quatro décadas do século XX, a comercialização de roupas prontas com expressão de moda atendia, no Brasil, especialmente ao consumo de luxo, com peças importadas restritas, ou – em outro extremo – ao de roupas confeccionadas em grande escala, com tecidos rústicos e padrão popular. A maior parte das pessoas vestia-se com roupas sob medida confeccionadas por alfaiates, modistas ou costureiras – que se espalhavam aos milhares em todo o país. (BRAGA e PRADO, 2001, p. 28)

[98]

Vale lembrar que, desde a chegada da Corte Portuguesa no Brasil, as modas eram importadas da Europa, principalmente de Paris. Para o restante da população, os tecidos populares e a costura doméstica; quando em uma ocasião especial, recorriam, então, a modistas e alfaiates, geralmente imigrantes europeus que traziam seu ofício de sua terra natal. Mesmo havendo no Brasil os sindicatos regionais de alfaiates, não possuíamos entidades representativas que se assemelhassem à alta-costura, até porque esta não era uma atividade exercida por aqui. Normalmente, as costureiras "costuravam para mulheres, crianças e adolescentes. Modistas e alfaiates mais renomados eram acionados em ocasiões sociais importantes, como festas, celebrações ou recepções" (BRAGA e PRADO, 2011, p. 31).

Nossas costureiras, modistas e alfaiates destacavam-se por sua excelência no corte, costura e acabamentos, nunca pela criação, pois esta tinha referência explícita na moda parisiense. Além disso, havia revistas e periódicos importados que serviam de inspiração também. Mesmo com o comércio se expandindo, assim como o consumo, não havia o desejo de usar uma moda criada no Brasil. Braga e Prado (2011) apontam o exemplo da Casa Canadá, no Rio de Janeiro, que comprava coleções inteiras de Paris, replicava os modelos e os distribuía para as lojas sofisticadas.

Foi no final dos anos 1930 que a criação brasileira começou a se manifestar através da imprensa. Segundo Braga e Prado (2011), uma revista feminina, a *Fon-Fon*, começou a se diferenciar de suas concorrentes quando, em 1938, promoveu uma reforma editorial por conta da escassez do material de divulgação vindo das *maisons* parisienses em consequência do início da Segunda Grande Guerra na Europa,

obrigando a publicação a recorrer a fontes locais para suprir sua já bastante conhecida seção de moda. (...) O mais interessante foi que o suplemento passou a publicar croquis originais criados por um brasi-

leiro – o figurinista carioca J. Luiz – mais conhecido pelo apelido de Jotinha ou Jota. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 166)

Em consequência de sua amizade com Carmen Miranda, foi ele quem desenhou o traje estilizado de baiana usado por ela no Cassino da Urca no final dos anos 1930. Porém, mesmo com uma boa repercussão de seu trabalho, Jotinha não assinava seus croquis na revista *Fon-Fon*, muito provavelmente porque os editores, assim como os leitores, desejavam encontrar nomes mais francesados para isso. Braga e Prado (2011) afirmam ainda que é provável que os desenhos de Jotinha não fossem propriamente criações, mas sim adaptações de figurinos de moda internacional. Pode-se perceber que, mesmo possuindo talentos criativos, a criação tinha forte inspiração na Europa.

Ao final da Segunda Guerra Mundial, o Brasil se tornou um consolidado produtor (o segundo maior do mundo) de têxteis. O setor, capitalizado, iniciou um processo de modernização de maquinário que permitiu ampliar a variedade e a qualidade dos tecidos por aqui produzidos. Todavia, as classes mais abastadas continuavam a achar mais *chic* vestir tecidos importados, como sedas, tafetás, lãs etc. Por conta de seu poder produtivo, as indústrias começaram a se mobilizar no sentido de promover a moda feita no Brasil.

E foi uma questão de tempo para que a indústria têxtil brasileira chegasse à outra ponta da cadeia: a criação em moda. (...) Eventos de moda passaram a ser estimulados e promovidos pelas têxteis em ações isoladas ou conjuntas. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 187)

[99]

Já na primeira metade da década de 1950, surgiram, em ateliês próprios ou nas butikues, costureiros como José Ronaldo João Miranda, Guilherme Guimarães, Madame Rosita, Dener Pamplona de Abreu, Clodovil Hernandes, José Nunes, Rui Spohr, Galdino Lenzi e Luciano Baron, que, mesmo assumindo as criações como suas, buscavam, segundo Braga e Prado (2011), muita inspiração em Paris. Delineiam-se, dessa maneira, os primeiros criadores de moda do Brasil, mas ainda não podíamos negar nossa forte influência francesa, bem como norte-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.

Em 1952, o Museu de Arte de São Paulo (MASP) promoveu o primeiro desfile de moda brasileira, iniciativa que parte não dos criadores de moda, "mas por intelectuais que tomaram a moda a sério em São Paulo: Pietro Maria Bardi e o artista plástico paulistano Flávio de Carvalho" (BRAGA e PRADO, 2011, p. 216). Bardi acreditava que nossas práticas para a criação em moda deveriam mudar e, para isso, criou o extinto Instituto de Arte Contemporânea (IAC) no MASP, e também se encarregou de montar o primeiro curso de design no Brasil. Essa iniciativa contou com o apoio e o envolvimento de Luisa e Roberto Sambonet, importantes nomes do design italiano. Mesmo sendo de uma inventividade a toda prova, a iniciativa não obteve sucesso, pois, segundo os autores,

A moda do Masp estava pelo menos quatro ou cinco décadas a frente de seu tempo. Lamentavelmente! (...) O Brasil – ao menos suas elites – não estava preparado para ter moda própria; preferia as imitações. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 221)

Se na década de 1960 o *prêt-à-porter* ganhou força e se consolidou na Europa, no Brasil, vivemos, nesse momento, o auge dos costureiros da moda luxo, obtendo visibilidade nacional, com altos investimentos em marketing e divulgação na mídia da época. E nesse momento houve uma iniciativa marcante para a moda brasileira, a Feira Nacional da Indústria Textil (FENIT), criada em 1958, que promoveu, ao longo daquela década, desfiles-show que, mais do que ficar para a história, incentivaram a

valorização da criação no país. Por meio do incentivo às indústrias, colaborando em sua organização, comercialização e profissionalização, esse evento apresentou para o Brasil a figura do estilista que, vinculado à produção industrial, organizava as informações de moda que, pouco a pouco, abriram espaço para os criadores nacionais.

A valorização do que fazemos, como fazemos e para quem fazemos realmente despontou na figura de uma costureira que percebeu em suas criações uma possibilidade de expressão e divulgação de seu trabalho e de seu país. De acordo com Braga e Prado (2011), Zuzu Angel, como a maioria das mulheres de classe média daquela época, costurava desde sua juventude apenas para si e sua família. Por indicação de uma tia, próxima à então primeira dama Sarah Kubitschek, ela começou a trabalhar voluntariamente, costurando uniformes para crianças carentes – uma ótima maneira de travar contato com as senhoras da sociedade carioca. Em 1957, começou a costurar “para fora”, ainda em casa. Aos poucos, ganhou autoconfiança e clientela que era agradada, cada vez mais, por suas saias de tecido barato. Era reconhecida como “original” e foi ganhando notoriedade por isso. Seu primeiro desfile aconteceu em 1966. Chamou a atenção de todos justamente por não copiar os grandes costureiros internacionais e, no fim dos anos 1960, Zuzu “já está incluída no rol dos principais nomes da moda nacional. (...) Sua meta era se tornar uma marca de *prêt-à-porter*, aqui ou nos EUA. Em 1969, ela foi aceita como membro do Fashion Group, de Nova York” (BRAGA e PRADO, 2011, p. 360). Abalada por uma tragédia familiar, a morte de seu filho, ela utilizou sua história para criar e denunciar o que acontecia por aqui.

[100]

(...) Zuzu buscou – como ninguém antes fizera – uma moda com identidade brasileira, por mais polêmico que o tema (e os rumos por ela tomados) pudesse ser. Tornou-se um paradoxo exposto da moda brasileira: fazia sucesso lá fora, justamente por criar roupas com base em temas e tramas tipicamente brasileiros, folclóricos também, mas não apenas. (...) Ela antecipou propostas e conceitos que só puderam ser plenamente desenvolvidos por estilistas nas décadas seguintes. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 363)

Zuzu tem sua carreira interrompida, mas suas conquistas, mesmo que tardiamente, serão mantidas. O Brasil de Zuzu Angel foi um país ditatorial e arbitrário, onde a censura atuava em todos os campos criativos. Assim como nossa música, nossa literatura, nossa arte, a moda brasileira, muito mais por sua inventividade e cor, ganhou reconhecimento internacional naquele momento. Os profissionais ligados à criação de moda eram comumente denominados estilistas, figurinistas e costureiros, ficando para esses últimos o ofício e a prática da roupa feita sob medida. Não havia formação (ensino) na área, e os profissionais mais próximos e/ou vinculados à indústria, normalmente denominados estilistas, recorriam a cursos (de curta ou longa duração) no exterior para se aperfeiçoar, sem contar as viagens internacionais, que eram uma rotina na prática de “pesquisa de moda”, que nada mais era do que ver o que se fazia na Europa e nos Estados Unidos para copiar aqui.

Nos anos 1970, o *boom* econômico resultante do “Milagre Brasileiro” fez crescer o consumo e as opções de comércio de moda. Em quase todas as capitais brasileiras surgiu o fenômeno “boutique”, que até os anos 1980 deram um ar jovial, descontraído, indo na contramão da monotonia da moda ofertada em grandes magazines, apresentando uma moda original e criativa, como afirmam Braga e Prado (2011). Esse fenômeno, atrelado à ideia de moda jovem, deu origem aos grupos de moda, e os que mais se destacaram foram os de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Inúmeras marcas fortaleceram sua identificação com a juventude e com o que vinha da rua, fazendo despontar criadores de moda responsáveis por inserir de vez a moda brasileira no calendário oficial dali a alguns anos. Nesse momento, aconteceu também a explosão do jeans – “Os Anos Azuis”; marcas como Ellus, Zoomp e Fórum, dentre outras,

disputavam consumidores e paixões, profissionalizando a área, seja na sua criação, seja em seu desenvolvimento de produtos, seja em sua comercialização. As profissões ligadas à moda cresceram e emergiram os primeiros cursos de moda.

Até meados da década de 1980, um jovem que desejasse trabalhar com criação de moda, no Brasil, enfrentava não apenas o preconceito que cercava esta opção profissional como, também – e principalmente –, a ausência de escolas ou cursos que ultrapassassem o nível técnico básico, em geral, o trivial curso de corte e costura. (...) Os pretendentes à carreira tornavam-se autodidatas ou iam buscar formação no exterior, quase sempre em Paris, onde o design de moda teve sua origem. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 521)

Antes mesmo da criação de cursos superiores de moda, tivemos o surgimento de cursos independentes, iniciativas de empresas privadas como a Rhodia, por exemplo, que, a partir de 1978, através da Casa Rhodia, passou a oferecer cursos de curta duração, como o ministrado pela professora francesa Marie Rucki, do Studio Berçot de Paris, destacam Braga e Prado (2011). Segundo os autores, o primeiro curso de moda dentro de uma instituição de ensino superior foi criado na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), mas sua característica era ser um curso de extensão, e o primeiro bacharelado em Desenho de Moda surgiu, em 1988, na cidade de São Paulo, pela Faculdade Santa Marcelina, seguida pela Universidade Anhembi Morumbi, que, em 1990, lançou seu bacharelado em Negócios da Moda. Nessa época, não havia professores preparados para ministrar aulas nesses cursos. Eles vieram do mercado e de áreas afins, como as Artes, o Desenho Industrial, para que os primeiros profissionais com formação superior em moda pudessem entrar no mercado.

No Brasil, os estilistas, que na Europa eram chamados de criadores de moda, mais e mais encontravam possibilidades em sua formação e expansão com o crescimento da oferta de cursos superiores – espalhados por todo o território nacional – e com a oferta de trabalho também. Já nos anos 1990, esses jovens chegaram ao mercado de trabalho com uma postura diferente das costureiras do sob medida para a elite ou dos estilistas autodidatas. Para Braga e Prado (2011), eles estavam quase inteiramente ligados ao *prêt-à-porter* e tinham maior independência criativa, buscando referências próprias. Começávamos a falar aqui em designers. Foi nesse período que surgiu um evento que mudou o cenário de apresentação e divulgação das marcas de moda brasileira, bem como desses novos profissionais da criação de moda, oriundos da formação acadêmica: o *Phytoervas Fashion*. Tendo sua primeira edição no início de 1993, com patrocínio da marca homônima de cosméticos, o evento tornou-se a encubadora para o que hoje conhecemos como *São Paulo Fashion Week*. Idealizada por Paulo Borges, a *SPFW*, primeiramente nomeada *Morumbi Fashion*, atualmente faz parte do calendário global de semanas de moda, sendo uma das mais significativas para a área. Em sua esteira, vieram as inúmeras semanas de moda espalhadas pelo país com o caráter de valorizar os talentos regionais oriundos das centenas de cursos superiores de moda existentes em todo território nacional.

Importante ressaltar que, no Brasil dos anos 1990, enfrentamos uma grave crise econômica que foi quase mortal para a moda, não fossem nossas escolas, nossos eventos e nossa capacidade inventiva. Chegamos ao século XXI com a moda brasileira fortalecida interna e externamente. Possuímos inúmeros talentos criativos que, mais ou menos vinculados à produção seriada, demonstram mais e mais não somente originalidade, mas domínio dos processos criativos e produtivos, coisa que no hemisfério norte do planeta se consolidou a partir dos anos 1980. A moda brasileira esteve bastante atrasada, num passado remoto, no tocante à valorização de seus criadores, em relação à Europa e aos Estados Unidos. Hoje, não mais. Encontramos no continente europeu, assim como na América do Norte, a expressão *fashion designer*, enquanto

aqui, jornalistas, profissionais da área e público em geral ainda se referem aos criadores como estilistas. Ora, me parece que a história, graças a seus pesquisadores, já provou que cada terminologia está vinculada a uma atividade distinta, e teve sua força mediante características sociais e econômicas de cada época, e que, no contemporâneo, todas convivem juntas. Ao costureiro ou alfaiate, o ofício da costura sob medida; ao criador de moda, a função de criar, com assinatura, para a alta-costura ou para o *prêt-à-porter*; ao estilista, a atividade anônima vinculada à indústria e à cadeia produtiva.

Será que nos falta compreender a significação do termo designer? O detalhamento dessa atividade terá de ficar para outro momento, mas tomo aqui emprestado o pensamento de Avelar e Preciosa, que, sem a intenção de fazer trocadilho, me parece preciso.

Ainda que sobre a moda recaiam formas sutis de controle, hoje, e cada vez mais, é possível pensar no designer de moda como um agente ressignificador da cultura, na medida em que ele passa a funcionar como o catalisador de outros universos de referência. Tentar entender a moda apenas sob a ótica da disciplina é não estar suficientemente atento a algumas práticas surpreendentes que, em seu exercício, a moda vem nos apresentando. E disso resultam experimentos tanto no plano social quanto subjetivo, que consolidam outros modos de fazer-pensar moda no contemporâneo. (AVELAR e PRECIOSA, 2010, p. 28)

REFERÊNCIAS

AVELAR, Suzana; PRECIOSA, Rosane. Moda sob a ótica da disciplina e do controle: algumas considerações. *Ciência e Cultura*, São Paulo, v. 62, nº 2, 2010.

BRAGA, João; PRADO, Luis André do. *História da moda no Brasil: das influências às autorreferências*. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

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