

**Valéria Gomes Denelle Venturelli – Título de Mestre em Março
de 2010 – Universidade Anhembi Morumbi – São Paulo**

**PERSPECTIVAS AOS “NOVOS DESIGNERS DE MODA”
NO MERCADO DE TRABALHO**

RESUMO

Este texto tem como objetivo apontar de que forma o mercado de trabalho assimila as produções criativas dos jovens profissionais da moda. Para isso, citamos alguns eventos no Brasil que dão oportunidade para os jovens aprendizes mostrarem suas criações mais autorais, onde, de alguma forma, o exercício criativo pode se manifestar. São eventos que lhes oferecem uma plataforma de lançamento e comercialização de produtos. A partir deste rol de documentos buscamos identificar outros contextos que assimilam a produção criativa do jovem profissional de moda, como é o caso das confecções próprias ou de terceiros e, até mesmo os grandes magazines - em vez de mostrar as criações por meio de desfiles -, como verdadeiros espetáculos, torna possível compreender a moda pelos seus processos.

Palavras-chave: novos designers de moda. processo criativo, mercado de trabalho, moda.

ABSTRACT

The objective of this text is to point out how the labor market assimilates the productions of young creative professionals in fashion. For this, we mention some events that provide opportunities in Brazil for young learners to show their creations under copyright, where, somehow, the creative exercise may manifest. These are events that offer them a platform to launch and market products. From this list of documents we seek to identify other contexts that assimilate the creative production of young professionals in fashion, as is the case of own clothing or others, and even the department stores – instead of displaying the creations by fashion shows –, as true spectacles make it possible to understand the fashion by your processes.

Keywords: new fashion designers, creative process, labor market, fashion.

O mercado de trabalho e seus espaços para a inserção dos jovens aprendizes

A fim de mostrar como os produtos confeccionados pelos novos designers de moda são apresentados ao mercado, selecionamos aqui alguns eventos e marcas brasileiras que fazem a “ligação” da criação de um designer com a mídia, gerando um suposto consumidor que possa vir a se interessar pelos produtos. As metas das organizações desses tipos de eventos é proporcionar aos novatos uma plataforma de lançamento e comercialização de seus produtos no Brasil. Salientamos a Casa de Criadores¹, a Rio Moda Hype², o Projeto Ponto zero³, assim como projetos regionais do tipo Dragão Fashion Brasil⁴, Capital Fashion Week⁵, Brasília Fashion Festival⁶, Fashion Days⁷, Novos Criadores⁸, como exemplos do tipo de organizações acima descrito. Nesses eventos, as criações dos jovens designers são apresentadas por meio

¹ A Semana de Moda Casa de Criadores lançou André Lima, Cavallera, V. Rom, Jum Nakao e Ronaldo Fraga.

² Cf. Rio Moda Hype. [online] Disponível em: <http://www.riomodahype.com.br/>. Acesso realizado em 04 de maio de 2009; e Rio Moda Hype. [online] Disponível em: <http://www.rodadamoda.com/riomodahype/rmh11/>. Acesso realizado em 02 de fevereiro de 2010.

³ Informações do site oficial do Projeto Ponto Zero. Cf. Projeto Ponto Zero. [online] Disponível em: <http://www.abit.org.br/pontozero/>. Acesso realizado em 01 de maio de 2009. e Casa de Criadores. [online] Disponível em: <http://casadecriadores.com.br/2009/11/ponto-zero/>. Acesso realizado em 02 de fevereiro de 2010.

⁴ Cf. Dragão Fashion – Fortaleza – CE. [online] Disponível em: <http://www.dragaofashion.com.br/2009/sis.index.asp?pasta=10&pagina=59>. Acesso realizado em 07 de fevereiro de 2010.

⁵ Cf. Capital Fashion Week (Brasília – DF). [online] Disponível em: http://www.cfw.com.br/novo/2010/pocket/novos_talentos.htm. Acesso realizado em 05 de fevereiro de 2010.

⁶ BFF – Brasília Fashion Festival. [online] Disponível em: <http://www.brasiliafashionfestival.com.br/bff2009/release.php>. Acesso realizado em 01 de maio de 2009.

⁷ Fashion Days – Juiz de Fora – MG. [online] Disponível em: <http://www.fashiondays.com.br/evento.php>. Acesso realizado em 02 de maio de 2009.

⁸ Cf. Mauren Motta – Evento de Vitória – ES. [online] Disponível em: http://www.maurenmotta.com.br/siteBlog/post/evento_em_vitria_destaca_novos_talentos_da_moda20081016134205. Acesso realizado em 01 de maio de 2009.

de desfiles, como verdadeiros espetáculos⁹ que têm como foco o produto de moda. Nossa preocupação foi mostrar que, muitas vezes, um jovem aprendiz só é reconhecido como criador quando se apresenta em um evento de moda que mostre seus produtos e, nesses casos, percebemos sua produção criativa assimilada pelo mercado da moda. No entanto, para o nosso estudo, consideramos - para entender o mercado - outros contextos que assimilam a produção do jovem profissional de moda, como é o caso das confecções próprias ou de terceiros, e até mesmo os grandes magazines. Existem muitos jovens designers de moda trabalhando nestes locais onde, muitas vezes não têm espaço para mostrar sua produção criativa em passarelas. Isso, porém, não quer dizer que eles também não criem.

Temos uma indagação: seria somente pelo viés dos eventos anteriormente citados que se daria o reconhecimento de criadores de moda?

O artefato final, que chega as passarelas, é produto do processo criativo, mas nossa investigação vai em busca de olhar que não é apenas este produto finalizado (no caso a roupa) que faz parte deste processo. Para tanto, abordamos as novas estratégias sobre a produção de moda e elegemos os processos e os discursos como parâmetros. A autora que trazemos aqui defende a ideia de explorar estas questões que se relacionam justamente a SALLES (2000, 2006 e 2001), ou seja: a crítica genética e a análise do processo criativo.

A metodologia dos princípios da crítica genética, fundamentada na obra de SALLES, mostra que: “Os estudos passam a incorporar um objeto para além dos limites da obra assim como é entregue ao público: seu processo de criação. É, portanto, uma pesquisa baseada em documentos “em processo” (...)” (SALLES, 2000: 32).

A crítica genética é uma estratégia de investigação que aborda a produção pelo viés do processo - forma de ver a construção dos objetos -, desde o planejamento até sua execução. SALLES discute a crítica genética nas obras de natureza artística, mas, a nosso ver, podemos falar sobre a produção de objetos de um modo geral, ressaltando as dinâmicas criativas: croquis, roteiros, esboços, maquetes, cadernos de artistas, encontrando

⁹ Quando dizemos espetáculos, estamos nos referindo aos desfiles de moda em eventos de reconhecimento nacional e até mesmo internacional.

vestígios que são capazes de variar de materialidade, mas sempre estarão desempenhando o papel indicador desse processo (SALLES, 2000).

Esse método, para nosso trabalho, nos faz olhar o desenvolvimento de um objeto de moda, o projetar de uma ideia para concretizá-la através da atuação dos jovens profissionais em seu local de trabalho. São estas produções criativas que queremos voltar nossa atenção. Podemos pensar que estes jovens aprendizes (que se formam nas universidades de moda e buscam oportunidades de criar em seu local de trabalho), dentro de seu local de trabalho, fazem parte do desenvolvimento de produção de uma roupa por mais que esta criação projetual em design de moda tenha processos e etapas determinados pelas indústrias. Fazendo parte deste processo, então, mesmo que de forma mais “oculta”, este jovem também cria, sendo esta criação o que podemos dizer na contemporaneidade como um tipo de criação coletiva, menos autoral.

Percebemos que este processo de desenvolvimento de um artefato, depende não só do projetista/ criador do objeto, mas de um grupo de pessoas responsáveis por cada procedimento necessário à realização de uma peça que virá a se manifestar depois na coleção como um todo.

CRANE (2006) nos instiga a percorrer esta questão quando fala de criadores que apresentam suas coleções para a imprensa como se houvesse apenas uma única pessoa trabalhando no desenvolvimento desta, não mencionando a colaboração dos diversos assistentes presentes no projeto. O mais interessante é pensarmos que não há muito interesse em se buscar e percorrer sobre estas dinâmicas criativas presentes nos bastidores. Mas elas existem, e é aqui que os novos designers de moda se manifestam. Há jovens profissionais criando no local de trabalho; talvez o que lhes falte seja um pouco mais de oportunidade para mostrar ao mercado suas criações e ganhar dessa forma reconhecimento como criadores renomados – já que seu trabalho fica “oculto” na marca ao desenvolverem atividades em grupo. Porém, todas elas não têm ainda oportunidade de mostrar suas criações em passarelas. Todavia, isso não quer dizer que não criem. Buscamos apresentar aqui o espólio imaterial que o mercado muitas vezes não parece capaz de acolher.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que, mediante o que diz respeito à “criação”, conseguimos ampliar este conceito aos processos criativos “escondidos” dentro de grandes ateliês e magazines os quais, por uma dinâmica de mercado, muitas vezes ocultam o trabalho de jovens profissionais, fazendo com que essas dinâmicas criativas escondidas dentro dos bastidores seja por muito esquecida.

Queríamos pontuar que criar é se valer da comunicação entre as várias funções exercidas pelas pessoas em seu local de trabalho – criação coletiva e não apenas nos ater às criações mais autorais as quais podemos perceber nos desfiles de moda.

Este texto nos trouxe questionamentos sobre a criação. Será que podemos então considerar que “criar” é muito mais do que desfilarmos em passarelas? Será que podemos chamar a atenção de que não é só desfilarmos coleções em passarelas que nomeia alguém como criador? De forma alguma quisemos desmerecer eventos desse porte, pois temos total respeito aos programas desse tipo que querem ajudar o crescimento do novo profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social - Classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

SALLES, Cecília Almeida. *Crítica genética – uma (nova) introdução*. 2ª Edição. São Paulo: EDUC, 2000.

_____. *Gesto Inacabado – processo de criação artística*. 2ª Ed. São Paulo: Annablume, 2001.

_____. *Redes da criação – construção da obra de arte*. São Paulo: Editora Horizonte, 2006.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

Projeto Ponto Zero. [online] Disponível em: <http://www.abit.org.br/pontozero/>. Acesso realizado em 01 de maio de 2009.

Casa de Criadores. [online] Disponível em: <http://casadecriadores.com.br/2009/11/ponto-zero/>. Acesso realizado em 02 de fevereiro de 2010.

Rio Moda Hype. [online] Disponível em: <http://www.riomodahype.com.br/>. Acesso realizado em 04 de maio de 2009.

Rio Moda Hype. [online] Disponível em: <http://www.rodadamoda.com/riomodahype/rmh11/>. Acesso realizado em 02 de fevereiro de 2010.

Capital Fashion Week (Brasília – DF). [online] Disponível em: http://www.cfw.com.br/novo/2010/pocket/novos_talentos.htm. Acesso realizado em 05 de fevereiro de 2010.

Moda Sem Frescura > Jum Nakao. [online] Disponível em: <http://www.modasemfrescura.com/tag/jum-nakao/>. Acesso realizado em 04 de maio de 2009.

BFF – Brasília Fashion Festival. [online] Disponível em: <http://www.brasiliafashionfestival.com.br/bff2009/release.php>. Acesso realizado em 01 de maio de 2009.

Fashion Days – Juiz de Fora – MG. [online] Disponível em: <http://www.fashiondays.com.br/evento.php>. Acesso realizado em 02 de maio de 2009.

Fashion Days – Juiz de Fora – MG. [online] Disponível em: <http://www.fashiondays.com.br/estilistas.php>. Acesso realizado em 01 de maio de 2009.

Mauren Motta – Evento de Vitória – ES. [online] Disponível em: http://www.maurenmotta.com.br/siteBlog/post/evento_em_vitria_destaca_novos_talentos_da_moda20081016134205. Acesso realizado em 01 de maio de 2009.

Dragão Fashion – Fortaleza – CE. [online] Disponível em: <http://www.dragaofashion.com.br/2009/sis.index.asp?pasta=10&pagina=59>. Acesso realizado em 07 de fevereiro de 2010.