

A UNIFORMIZAÇÃO E A MODA.

Uniformity and fashion.

Andrade, Raquel Rabelo; Mestranda; Universidade Tecnológica Federal do Paraná. raquelandrade@utfpr.edu.br

Spaine, Patrícia Ap. de Almeida; Mestre; Universidade Tecnológica Federal do Paraná. patriciaspaine@utfpr.edu.br

Alencar, Francisco de, Doutor; Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. chicodealencar@uol.com.br

Resumo

Este artigo é o resultado de uma investigação sobre as iniciativas bem sucedidas no ramos dos uniformes, evidenciando ainda a importância do designer de moda no processo de desenvolvimento desta categoria de produto.

Palavras chave: uniforme; design; moda.

Abstract

This article is the result of an investigation on the successful initiatives in the fields of uniform, highlighting the importance of fashion designer in the process of developing this category of product.

Keywords: *uniform; design; fashion.*

Introdução

Atualmente, muitos dos segmentos que se utilizam de uniformes estão se tornando cada vez mais próximos da moda. De acordo com Garcia e Miranda (2007),

por volta de 1393, o termo moda, oriundo do latim “modus”, passou a ser difundido como uma forma específica de vestir-se.

Realizando uma análise acerca da evolução dos uniformes escolares de forma específica, sendo este um segmento da indústria do vestuário, torna-se evidente que apesar de ser considerado por alguns autores como uma antimoda devido à sua característica de ênfase na continuidade e a rejeição ao efêmero, o uniforme funciona como uma espécie de “imagem identitária” de alguns períodos, pois assim como as demais peças da indumentária, adequa-se aos costumes, tradições e à realidade do momento, externando os novos comportamentos. Nota-se, portanto, que embora suas transformações ocorram em um processo bem mais lento de transformação, alguns uniformes também podem ser apreendidos como um reflexo da sociedade, assim como faz a moda.

Valendo-se da premissa de que o uniforme tem a função de caracterizar e diferenciar um indivíduo, determinadas empresas investem cada vez mais em sua criação, buscando evidenciar sua identidade nos produtos, na tentativa de atrair e comunicar-se de forma mais eficiente com seu público-alvo.

Lima (2008) afirma que há uma forte tendência de crescimento no segmento de confecções de uniformes profissionais, e os dados a seguir, extraídos da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), esclarecem tal otimismo: “em 2008, o segmento de uniformes profissionais no Brasil contava com 1.700 empresas e movimentava cerca de R\$ 3,5 bilhões/ano no País. O segmento cresceu mais de 80% em produção e cerca de 50% em valor na última década. (LIMA, 2008, p.4)

Esta categoria de confecção possui clientes bem diversos, incluindo escolas, bancos, indústrias, empresas prestadoras de serviços, e ainda as instituições nas quais o uniforme é obrigatório, como o ramo alimentício e o hospitalar. O Sebrae (2010, p.1) indica ainda que, como indicador de potencial de demanda:

A idéia é que o empreendedor da confecção venda um conceito novo de uniforme (baseado na personalização), que deverá estar de acordo com os produtos ou serviços oferecidos pelo cliente. A qualidade do tecido determina a durabilidade da roupa. Por isso, segundo os empresários do setor, não é compensatório usar materiais de segunda linha, que desbotam muito ou encolhem na primeira lavada. Com todos estes cuidados o objetivo principal será atingido: uma roupa que não pareça uniforme.

Desta forma, o presente artigo visa apontar iniciativas bem sucedidas provenientes de variadas empresas e instituições que se utilizam de uniformes. Busca ainda evidenciar a correlações entre atuais iniciativas de uniformização e a moda, ratificando a importância do designer de moda no desenvolvimento desta categoria de produto e demonstrando o resultado de sua interferência neste tipo de parcerias.

Iniciativas de sucesso

Uma das empresas que apostou no uniforme com conteúdo de moda e provou que esta união é possível foi o McDonald's. Após conversar com a equipe da rede de fast-food, Alexandre Herchcovitch, estilista contratado para desenvolver novas peças, renovou o uniforme da marca (figura 1), inserindo um estilo mais contemporâneo e jovial, na tentativa de agradar não só aos funcionários, que são, em sua maioria, jovens, como também no intuito de traduzir melhor o espírito da marca.



Figura 1: Uniforme dos funcionários do McDonald's.
Fonte: ESTILOUOL, 2010.

Os acessórios, como o cinto com inspiração streetwear e o tênis, que sugere um misto de Conga e All Star e possui sola anti-derrapante, também foram desenhados especialmente para a grupo.

Mais um exemplo bem sucedido foi a contratação dos estilistas Rita Wainer, Dudu Bertholini, Rita Comparato e Karla Giroto pela diretoria do hotel Vila Naiá, localizado em Corumbau – BA, para o desenvolvimento dos uniformes dos funcionários. De forma similar ao caso anterior, a equipe também se deslocou até o local para descobrir não só as necessidades dos trabalhadores como também entender melhor os valores e a identidade da hospedagem, que tem como objetivo a preservação do meio ambiente e o caráter local.

A partir deste conceito os criadores confeccionaram um conjunto de uniformes com tecidos e materiais nativos da região, e esta coleção foi apresentada no SPFW de junho de 2007.

Muitos outros hotéis seguem esta mesma tendência de fechar parcerias com estilistas. O estilista Ocimar Versolato é responsável pelos uniformes dos hotéis Fasano do Rio e de São Paulo e ainda os do Emiliano, também na capital paulista. Já Mario Queiroz e Alexandre Herchcovitch desenharam os trajes de trabalho da equipe dos hotéis Sofitel Jequitimar Guarujá e hotel Unique, respectivamente.

Felipe Silva, diretor de vendas e marketing do Emiliano, explica o motivo do interesse na contratação de Versolato, enfatizando a importância da identidade agregada ao produto: *"procuramos um estilista renomado porque queríamos refletir nos uniformes a qualidade de nosso atendimento"* (Zonta, 2008, www.estadao.com.br).

Já a estilista inglesa Stella McCartney, aceitou uma proposta bem inovadora: vai assinar a linha de uniformes esportivos da delegação esportiva que representará a Inglaterra nas Olimpíadas de 2012, a convite do comitê olímpico do país. A marca Adidas, responsável pelo vestuário dos atletas desde 1984, fará mais esta tarefa em parceria com a designer, com a qual trabalha desde 2004, data do lançamento da linha *"Adidas by Stella McCartney"*.

A tenista dinamarquesa Caroline Wozniacki já se beneficiou pelo fruto desta mesma sociedade. A linha criada exclusivamente para a esportista (figura 2) combina

funcionalidade e estética atraente, e foi inaugurada nas quadras do torneio US Open 2010.



Figura 2: Caroline Wozniacki com traje criados exclusivamente por Stella McCartney.
Fonte: TWODOTS, 2010.

Outro exemplo interessante que tem conexão com a moda e também com o universo escolar é a linha de produtos que as universidades internacionais costumam comercializar como forma de promoção e divulgação da instituição, bem como de sua imagem e identidade.

De acordo com Brito e Alvares (2006), a loja de produtos da Universidade de Oxford, da Inglaterra, por exemplo, oferece não só roupas e acessórios, como também produtos para a casa, todos levando o nome da universidade. A compra pode ser direta, nas lojas oficiais, batizadas como “*Oxford Limited*”, como também on-line.

Os produtos comercializados são no geral roupas que contém o emblema da instituição e do seu time de rúgbi, porém não são só os alunos que consomem esses produtos, os visitantes da faculdade também são

incentivados a consumi-los. O fato dessa instituição ser muito renomada faz com que as pessoas consumam e divulguem seu nome mesmo que não frequentem seus cursos pois a universidade já se tornou uma marca e representa desejo de consumo. (BRITO, ALVARES, 2006, p.13)

A partir deste, como tantos outros exemplos de instituições estrangeiras que comercializam produtos de moda, a Universidade Estácio de Sá, em parceria com a marca italiana Kappa, empresa especializada no vestuário esportivo, lançou também uma coleção de roupas, sendo a pioneira a tomar esta iniciativa no Brasil.

Os produtos da linha, intitulada como College, são apropriados para uso tanto interno como fora da instituição, e baseiam-se em peças com estilo comuns ao dia a dia dos alunos: camisetas, moletoms e bermudas personalizadas são dispostas em lojas-conceito nos campus da faculdade. De acordo com Ramos (apud Brito e Alvares), a linha criada permitirá aos universitários expressarem sua identidade e orgulho em estudar na Estácio de Sá.

Este inovador empreendimento representa um grande passo em relação à questão da uniformização, pois apesar do fato de que os produtos citados não possuem uso obrigatório, com sua comercialização, consegue-se ao mesmo tempo divulgar os conceitos da instituição, que são inseridos no produto por meio do design de moda aplicado, e ainda representar o grupo de estudantes com uma linguagem que os agrade e externe sua personalidade.

O exemplo acima simboliza o que Lonza (2005) define como uniformização “de dentro para fora”, situação em que um conjunto de pessoas adota, por vontade própria, uma determinada vestimenta. Por outro lado, na uniformização caracterizada pelo autor como “de fora para dentro”, o indivíduo não tem escolha sobre a indumentária utilizada, quer lhe agrade ou não.

Partindo deste tipo de consideração, acerca do uniforme e da falta de expressão da individualidade, Sheena Matheiken concebeu o “*Uniform Project*”, iniciativa que de acordo com Muniz (2010), obteve repercussão global no campo da moda.

Criada na Índia, país aonde o uso do uniforme escolar é obrigatório tanto para meninos como para meninas, Matheiken passou um ano desenvolvendo seu projeto

(30 de maio de 2009 a 30 de maio de 2010). No site que criou especialmente para isto (www.theuniformproject.com), a criadora apresentou, dia após dia, uma fotografia diferente, sempre com looks concebidos a partir de um mesmo uniforme (vestido preto).



Figura 3: Looks criados para o Uniform Project.
Fonte: THEUNIFORMPROJECT, 2010.

Considerações Finais

Analisando este conjunto de exemplos, pode-se perceber que se encontram muitos casos em que o uniforme é criado de forma inovadora, e ainda assim cumpre de maneira satisfatória sua função de identificar determinadas instituições como ainda agradar ao usuário, que deve ter mesmo grau de relevância durante a concepção do produto. Fica evidente também a importância da atuação do designer de moda neste segmento e as melhorias que o este profissional pode agregar.

Logo, o segmento dos uniformes revela-se um negócio bastante atraente para ambos os membros interessados: as confecções, que buscam especializarem-se; e as empresas que se utilizam deste produto, uma vez que atualmente encontram-se vestimentas profissionais cada vez mais sofisticadas em relação à desenhos, modelagens, cores e matérias-primas, o que, de acordo com o Sebrae (2010, p.1) “proporciona ao cliente uma sensação de harmonia entre os funcionários, além de valorizar muito a imagem interna e externa da empresa”.

Referências

BRITO, Débora Mizubuti; ALVARES, Natália Alcântara Pimentel. **Produtos de moda da marca uel**. 2006. 37 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Departamento de Design, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2006.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. **Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

ESTILOUOL. **Uniforme dos funcionários do McDonald's**. Disponível em <http://estilo.uol.com.br/moda/album/uniformes_album.jhtm>, Acesso em: 12 dez. de 2010.

LIMA, Flavio Luís de Souza. **Idéias de Negócios: confecção de uniformes profissionais**. Disponível em: <http://www.amazoncourses.com.br/monte_seu_negocio/confeccao-de-uniformes-profissionais.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2008.

LONZA, Furio. **História do Uniforme Escolar no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Crhodia, 2005.

MUNIZ, Marco Ogê. **Design para Inovação Social no campo da moda**. In: 6º COLÓQUIO DE MODA, 2010, São Paulo: Anhembi Morumbi, 2010. p. 01 - 10.

SEBRAE. **Ficha Técnica - Confecção de Uniformes**. Disponível em: http://fe.sebraems.com.br/_arquivos/artigos_visitante_54_arquivo.pdf. Acesso em: 14 abr. 2010.

THEUNIFORMPROJECT. **Looks criados para o Uniform Project**. Disponível em: <<http://www.theuniformproject.com>>. Acesso em: 5 set. 2010.

TWODOTS. **Caroline Wozniacki com traje criados exclusivamente por Stella McCartney.** Disponível em: <<http://www.twodots.com.br/jogadora-fashion>, 2010>. Acesso em: 29 em ago, 2010.

ZONTA, Natália. **Desfiles em corredores cinco-estrelas.** O Estado de S.Paulo. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/suplementos,desfiles-em-corredores-cinco-estrelas,109479,0.htm>>. Acesso em: 18 jul. 2010.