

**Estrutura e funcionamento do campo de
produção de objetos do vestuário no Brasil**
The Structure and Functioning of the Production Field of Clothing Objects

Deborah Chagas Christo
PUC-Rio – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro / UVA-Universidade Veiga de Almeida
dcchristo@uol.com.br

Alberto Cipiniuk
PUC-Rio – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
cipiniuk@gmail.com

Resumo: Este artigo apresenta o resultado da pesquisa, defendida em abril de 2013 como parte dos requisitos para a obtenção do título de Doutor em Design do programa de pós-graduação do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio, que analisou a constituição, estrutura e funcionamento do campo de produção dos objetos de vestuário no Brasil.

Palavras chave: Design; Moda; Campo de produção de objetos do vestuário.

Abstract: This article presents the results of the research, defended on April, 2013 as part of the requirements for obtaining the degree of PhD of Design in the graduate program of the Art and Design Department at PUC-Rio, which analyzed the constitution, structure and functioning of the production field of clothing objects in Brazil.

Key words: Design; Fashion; Production Field of Clothing Objects.

Um designer de moda, ou estilista, como qualquer outro designer, precisa ter conhecimento sobre a forma e os processos criativos, sobre o usuário de seus produtos, sobre os materiais e processos de fabricação do seu produto, sobre os fatores que influenciam os custos de produção do seu produto, 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, desenvolvimento e 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 final da década de 1990 e início do século XXI, ou seja, a noção que, até então, posicionava o objeto do vestuário vinculado à moda como algo não pertencente ao campo do design começou a mudar a partir deste momento. Desta forma, esta pesquisa partiu da observação de que esta 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 deste campo e, conseqüentemente, na produção dos objetos de 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, estas transformações foram marcadas pela indicação do Ministério da Cultura (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 deste momento a atividade de criação e desenvolvimento de objetos do vestuário passava a ser entendida como pertencente ao campo do design. Desta 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 deste momento, ou mesmo, que ela sempre existiu, somente depois desta época o produtor de objetos de vestuário vinculados à noção de moda foi legitimado como pertencente ao campo do design. Apesar deste 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, esta não foi, e parece ainda não ser, uma incorporação livre de reações e conflitos. Tanto os profissionais tradicionalmente legitimados como pertencentes ao campo do design parecem ter dificuldade em compreender, aceitar e, mesmo, não julgar como fútil e desnecessário, os projetos de objetos do vestuário vinculados à moda, como os profissionais vinculados ao fenômeno moda também 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 em 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 de

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 destes profissionais no processo produtivo e no valor atribuído a eles, contribuindo, conseqüentemente, para estas reações e conflitos. Assim, a definição do design como uma atividade projetual vinculada às demandas dos usuários e das empresas produtoras e, conseqüentemente, extremamente racional, objetiva e prática, fruto de uma tradição modernista que permeava a institucionalização do campo do design na década 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 tanto para validá-lo como criador detentor de um talento especial capaz de imprimir uma marca própria nas peças desenvolvidas por ele, como 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 estas noções se altera dependendo de quem as defenda, ou seja, o valor atribuído a 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. Desta forma, são as relações que se estabelecem dentro do campo de produção de objetos do vestuário entre os seus diferentes agentes que constituem estas 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 este 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 disto, 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: Contribuição para uma teoria da magia” (1974), escrito em parceria com Yvette Delsaut, que considera que os valores e critérios válidos que interferem nas práticas de um determinado campo de produção de bens simbólicos são constituídos a partir 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 o fenômeno moda, 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: uma revisão bibliográfica” do livro “Representações da roupa e da moda no Rio de Janeiro do século XIX” de Maria do Carmo Teixeira Rainho (2002: 19-46) 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 deste campo e o estabelecimento dos diferentes produtores associados a ele, o valor atribuído às suas posições e as transformações destes valores 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. Desta forma, a posição ocupada, por exemplo, por um “designer de moda”, o valor atribuído a ela dentro do campo e as noções que permeiam a sua atividade estão diretamente vinculadas à posição ocupada, por exemplo, por um “estilista”. O mesmo pode ser aplicado, por exemplo, 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”. 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”. Da mesma forma, considerando as noções que permeiam a atividade do designer dentro do campo de produção do objeto do vestuário no Brasil, o “estilista” também assumirá uma posição superior ao “designer de moda”. Porém, conforme estes valores se alteram dentro do campo, fruto de novas relações que se estabelecem, a posição ocupada por estes 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 destes

produtores, elas são noções estabelecidas dentro do campo e podem se transformar conforme as relações e posições destes produtores no campo se modifiquem.

Desta 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 a produção, reprodução, consagração, distribuição e consumo de objetos do vestuário ditos “de moda”. Esta 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 estes 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 destes 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.

Assim, 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. Desta 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, isto contraria os movimentos de aproximação entre o design e o fenômeno moda, instituídos, no Brasil, com a determinação do Ministério da Educação (MEC) em enquadrar os cursos de moda e de estilismo dentro das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design. Logo, 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 esta atividade fosse algo como “design de objetos do vestuário”, ou mesmo “design de vestuário”.

Desta forma, o “designer de vestuário” seria responsável pela criação e desenvolvimento de objetos de vestuário, independente 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 esta dificuldade de delimitação do campo de atuação dos diferentes produtores do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil refletem as próprias características do campo. De certo modo, todas as diferentes categorias de produtos, como objetos de 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 de 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 de 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. Desta forma, 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, onde 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*, contribuindo para dificultar a identificação dos limites entre os diferentes produtores do campo. Com a inclusão da criação e desenvolvimento de objetos do vestuário como atividade pertencente ao campo do design, esta 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 destes 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 estas 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. Estas 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 estabelece uma nova categoria de produtores que apesar de ainda produzir objetos de vestuário artesanalmente e sob medida, são diferenciados 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. Desta forma, mesmo que, atualmente, dentro das confecções industriais de vestuário no Brasil, ainda possa ser identificado um sistema de produção bastante informal onde a valorização do profissional responsável pela criação e produção de objetos do vestuário é relativa, ou seja, onde 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.

Desta forma, observando estas transformações e transições do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil e as mudanças de posições destes diferentes produtores do campo, é possível considerar que isto parece indicar um movimento natural do campo, onde 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 a determinada categoria de produtor. Desta forma, 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 estas posições, parecem indicar um movimento próprio do campo de produção de objetos do vestuário, onde novos agentes se estabelecem, novas relações se constituem e, com elas, novos critérios e valores são instituídos determinando o valor da posição ocupada por cada agente e, conseqüentemente, dos produtos associados a eles. É importante ressaltar que estas mudanças de posição no campo e de valores associados a estas 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. Desta 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, neste 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. Este 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, etc. Desta forma, a busca por distinção entre as diferentes categorias de produtores dentro do campo de produção de objetos do vestuário refletem, muito mais, as disputas por posições consagradas do campo, do que diferenças concretas e objetivas 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, porém estas 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. Desta 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 destes produtores. Elas são noções e valores constituídos a partir das relações estabelecidas entre os diferentes agentes e instituições na disputa pelo monopólio

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.

Neste sentido, podemos concluir que o campo de produção de objetos do vestuário no Brasil é constituído por um espaço social onde as várias instâncias vinculadas à criação, desenvolvimento, 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 destes participantes.

Referência Bibliográfica

BECKER, Howard Saul. **Art Worlds**. Bekerley e Los Angeles: University of California Press, 2008.

BONADIO, Maria Claudia. A produção acadêmica sobre moda na pós-graduação stricto sensu no Brasil. In: **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte** – São Paulo – V.3 nº 3 dez 2010 – Dossiê - p.50-146.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: Crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife: Contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Porto Alegre: Zouk, 2008. p.113 – p.190.

BRAGA, João; PRADO, Luís Andre do Prado. **História da moda no Brasil: Das influências às autorreferências**. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a Moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

PIRES, Dorotéia Baduy. Design de moda: uma nova cultura. In: **DOBRAS, Revista**. São Paulo: Editora Estação das Letras, v.1, n.1, outubro 2007. p. 66-73.

_____. A história dos cursos de design de moda no Brasil. In: **REVISTA NEXOS: Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi – Ano VI, nº 9 (2002)** – São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 112 p. ISSN 1415-3610.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda: Novas pretensões, novas distinções** – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

SVENDSEN, Lars. **Moda: Uma filosofia**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2010.