

Entrevista: Oficina de Estilo

A informação de moda obtida via internet alcança um público crescente de leitores. No mundo virtual, os blogs – com sua linguagem informal e inúmeras possibilidades interativas – desempenham papel fundamental no que diz respeito à disseminação de conteúdos, percepções e debates. Dentre estes, o blog “Oficina de Estilo”¹ - mantido pelas consultoras de imagem Cristina Zanetti e Fernanda Resende – merece ser citado como um dos mais populares e influentes endereços virtuais voltados à publicação de textos e imagens de moda.

Sendo redigido por duas profissionais do campo de consultoria de estilo, o blog apresenta claros reflexos deste viés da moda, oferecendo informações sobre usos e tendências de roupas e acessórios. Para além do conteúdo, podemos observar a forma como este se apresenta: textos concisos, imagens pontuais (que ilustram o discurso textual), espaço interativo (os leitores apontam comentários e as autoras, por vezes, os desdobram em novas respostas), inserção de vídeos, bem como demais recursos permitidos pela internet.

Considerando o sucesso do blog (que se estabeleceu como referência para muitas interessadas em moda, que o seguem e/ou propõem blogs em formatos semelhantes), propomos a algumas pessoas, presentes na rede virtual, uma entrevista coletiva. Foi solicitado que propusessem uma ou duas questões para as autoras do “Oficina de Estilo”, evitando perguntas relacionadas ao trabalho de consultoria. Ou seja, os proponentes das questões – estudantes, curiosos e profissionais de moda – deveriam ter em mente um enfoque voltado à percepção de moda como fenômeno cultural.

Deste modo, toda a entrevista caracteriza-se como um processo de interações no ambiente virtual. Diferentes perfis foram contatados, via email. Do retorno destas pessoas, esboçou-se o conjunto de perguntas encaminhadas (também por email) à Cristina e Fernanda. De um total de dezoito questões, elas optaram por responder dez, que seguem abaixo.

Acrescento, ainda, que o intuito desta dinâmica foi promover um exercício de comunicação, bem como viabilizar uma construção de reflexões coletivas. Esta é apenas

1 O endereço virtual do blog “Oficina de Estilo” é <http://oficinadeestilo.uol.com.br>

uma possibilidade, bastante simples. Contudo, foi uma experiência exemplar no que diz respeito aos diferentes pontos de vista, preferências e repertórios dos usuários da rede. Cada pessoa contatada apresentou, a partir de suas perguntas, um olhar distinto sobre o objeto. Desta forma, gostaria de salientar a importância de observarmos não só as respostas oferecidas, mas também – e com especial atenção – as questões apresentadas, uma vez que estas indicam as perspectivas de leitores de moda. Da moda dentro e fora da rede virtual.

Entrevista:

1. Quais são os “benefícios” e “malefícios” dessa onda de blogs de moda, que estão surgindo em todo mundo?

Oficina de Estilo: Acreditamos que o maior benefício é a disponibilidade de mais informação e mais opinião, pra quem quiser e tiver interesse em ler. É tanta coisa que a gente acaba tendo que fazer curadoria do que acha mais interessante, do que combina mais com a gente e isso faz com que tenhamos uma rotina de leitura bem personalizada, numa linguagem que é agradável (pra gente). Mas acontece que com tanta coisa, muitas vezes falta tempo pra gente conseguir ler tudo e acaba que esse mundo de informação gera uma ansiedade enooooorme!!!

2. Sabemos que pesquisar tendências em grandes marcas e no exterior é necessário. Mas muito se vem defendendo a identidade brasileira. O que vocês pensam sobre usar a diversidade cultural e agregar valor artesanal aos produtos, valorizando o que temos no Brasil, nas coleções dos nossos grandes estilistas? Em quais marcas vocês vêem, com mais ênfase, o uso do repertório da cultura brasileira?

Oficina de Estilo: Estamos prestando muita atenção nessa defesa da identidade brasileira. Na última edição do SPFW, falamos muito sobre isso no blog e chegamos a fazer uma sessão de vídeos perguntando pra alguns profissionais da área de moda e visitantes da Bienal o que eles acreditavam ser a cara da moda brasileira. Foi muito legal porque a gente percebeu que o que temos no Brasil está, sim, sendo valorizado e que dá pra usar elementos “brasileiros” na moda brasileira e não ficar caricato, nem regionaliza. As marcas que a gente acha que usam super bem o repertório da cultura brasileira são Lino Villaventura, Osklen e Maria Bonita.

3. Nos últimos anos a internet vem se mostrando cada vez mais presente na

comunicação e na busca pela informação. Sites, revistas eletrônicas, tumblr, flickr, blogs, twitter, tudo pode ser um meio para espalhar informação.

As pessoas que estão por trás disso tudo são cada vez mais bem informadas e o número de adeptas só cresce, graças a facilidade de entrar para o meio. Mas tem mercado pra isso tudo?

Oficina de Estilo: Nós acreditamos que há mercado, sim! Mesmo tendo muita gente boa e centrada, a informação eletrônica ajuda na busca pelo tão cobiçado lugar ao sol no ramo da Moda ou cria uma competição desenfreada, na qual o conteúdo fica em segundo plano, privilegiando os "números da audiência" fazendo uso, para tanto, de estratégias como promoções/sorteios vazios, cujo objetivo único é aumentar o número de "seguidores"?

Depende da visão pessoal de quem faz o veículo, né!?! É lógico que na hora de fazer o blog virar um negócio números são importantes, a gente tem que se preocupar com isso, mas não dá pra ser só isso. No "Oficina de Estilo" a gente percebe que os posts que mais dão comentários ou que mais geram visita são os que a gente faz completamente sem pretensão, falando de alguma experiência que a gente teve no trabalho ou alguma "vontade" que a gente observou nas nossas clientes. A gente tem número bons e competitivos e nunca fez sorteio, por exemplo. No fim das contas leitor não é bobo, não! Se o conteúdo não vale a pena ele não volta!

4. Vocês acreditam que a difusão da informação de moda via internet, em blogs e twitter, é fortalecida ainda pela escassez de bibliografia sobre o tema?

Oficina de Estilo: Em português, a gente acredita sim!

5. Vocês acham que o sucesso de blogs de moda se dá pelo fato do tema não ter um público de leitores que buscam literatura propriamente dita, considerando que a maioria demonstra preferir imagens a texto?

Oficina de Estilo: A gente não acha! No "Oficina de Estilo" os posts com sugestão de bibliografia são super comentados e replicados e a gente vive recebendo email de leitoras pedindo referências. Precisamos lembrar que imagem na área da moda tem um peso enorme, acho que é por isso que algumas pessoas preferem imagens a texto, mas a gente não acredita que seja a maioria.

6. Na visão de vocês o que falta para as empresas de moda no Brasil terem um ponto de vista de marketing além de desfiles e "ações de vitrine"? (Tendo em vista que

as grandes empresas da Europa, EUA e Ásia conseguem ver o marketing além de ações de venda ou promoção.)

Oficina de Estilo: Na nossa visão, as empresas podiam se desprender um pouco do que os birôs de tendência prevêem e deviam ouvir mais o seu cliente, olhar mais pra dentro e menos pra fora, sabe!?!

7. Ultimamente fala-se muito nas interações entre moda e arquitetura. Na verdade, não só estilistas e arquitetos fazem parcerias e atuam nas áreas "alheias", mas artistas plásticos e designers também se utilizam de técnicas e conceitos, criando uma interação multidisciplinar, como podemos ver, por exemplo, no trabalho da artista Lucy Orta, que cria "habitações portáteis", ou os arquitetos desconstrutivistas Frank Gehry e Zaha Hadid, que desenvolvem produtos de moda em parceria com grandes marcas, ou ainda vários criadores de moda (como Hussein Chalayan), que literalmente constroem roupas e acessórios com base nos fundamentos da arquitetura. Como vocês enxergam esse "intercâmbio de idéias", que muitas vezes, como resultado, geram produtos puramente conceituais?

Oficina de Estilo: A gente AMA esse intercâmbio de idéias e acredita que o resultado pode ser muito mais que produtos conceituais! Temos muito interesse em outros (muitos outros) assuntos e procura se dedicar um pouquinho a essas outras paixões (cinema, arquitetura, literatura, gastronomia, música, artes visuais). Com o tempo, percebemos que isso nos fez profissionais melhores. E já rendeu tanto post legal... Intercâmbios de idéias: vale pra tudo!

8. O blog de vocês é extremamente interativo, o que deve aproximá-las de percepções privilegiadas no que diz respeito aos interesses e necessidades dos leitores. Numa análise rápida, vocês saberiam apontar interesses/necessidades que estão despontando agora? Há, por exemplo, algum assunto que os leitores solicitem e que as tenha surpreendido, por oferecer uma nova abordagem?

Oficina de Estilo: O post sobre chapéus foi uma surpresa! Foi sugestão de uma leitora. Redigimos imaginando que não haveria muito interesse, mas rendeu "um milhão" de comentários. Rende até hoje. Aparentemente muitas meninas querem usar chapéu no dia a dia, mas não têm coragem, porque a gente quase não vê na rua, mas todo mundo adora!

9. Notei o grande empenho na formação acadêmica de vocês, sendo que ambas

apresentam invejável currículo. Uma vez que contam com experiência tanto prática quanto teórica, lhes questiono: que disciplina ou curso vocês acreditam que precisaria ser criado para que os universitários, oriundos da moda, estivessem mais preparados para observar a moda de maneira mais crítica e criativa? Qual conteúdo vocês acreditam que precisa ser mais discutido?

Oficina de Estilo: Acreditamos que experiência profissional é muito importante. As faculdades deveriam exigir período de estágio obrigatório, como se exige na engenharia ou no direito, por exemplo.

Também consideramos muito importante apurar o olhar estético através de outras disciplinas e não só entender de moda.

10. Na opinião de vocês, quais as maiores diferenças entre o vestir do brasileiro e o estilo de vestir do europeu?

Oficina de Estilo: Sendo bem direta: pra brasileira a roupa tem que ser sensual e confortável.

Colaboradores

Uma vez que a entrevista foi elaborada a partir da atuação de pessoas contatadas através de seus perfis na internet, abaixo indicamos os nomes dos colaboradores, bem como seus endereços virtuais:

Ana Beatriz Tabosa

twitter: <http://twitter.com/BIATABOSA>

blog: www.meandpocket.blogspot.com

Fernanda Taube

twitter: <http://twitter.com/FernandaTaube>

blog: <http://www.pretta.blog.br>

Graziela Ribeiro

twitter: <http://twitter.com/graziribeiro>

Larissa Maciel

twitter: <http://twitter.com/maciellara>

blog: <http://trashmy.tumblr.com>

Luciana Collin

twitter: <http://twitter.com/modafalada>

Luciane Glaeser

twitter: <http://twitter.com/pensandoemmoda>

blog: <http://pensandoemmoda.posterous.com>

Natália Viana

twitter: <http://twitter.com/ideiasvestiveis>

blog: <http://ideiasvestiveis.blogspot.com>

Rafael Monteiro

twitter: <http://twitter.com/raffymt>

blog: <http://www.mudemeusconceitos.blogspot.com>

Renan Viana

twitter: <http://twitter.com/ideiasvestiveis>

blog: <http://ideiasvestiveis.blogspot.com>

Thaiane Debus de Almeida

twitter: http://twitter.com/thay_moda

Thaís Bueno Seganfredo

twitter: http://twitter.com/thais_horowitz

blog: <http://valentinodress.blogspot.com>