Autor: Amanda Queiroz Campos, Moda, UDESC
Orientador: Sandra Regina Rech, Doutora, UDESC

A PESQUISA DE TENDÊNCIAS DE MODA E AS CIÊNCIAS SOCIAIS: UMA CONEXÃO ESSENCIAL

Palavras-chave: *pesquisa, tendências, ciências sociais*

Introdução

A palavra Moda pode ser atribuída a diversas significações, que assumem abordagens teóricas ou coloquiais. Analisando a Moda através de uma diversidade de perspectivas, que ela não adquire apenas um significado. A compreensão coloquial de moda está ligada às variações constantes no vestuário, ou a produtos de vestir com obsolescência planejada. Já para estudiosos das áreas da Administração e Engenharia de Produção, a moda apresenta um sentido de variável das modificações sazonais das roupas e compreende toda a cadeia industrial têxtil e de confecção. Para Rech (2002, p. 29), “a moda compreende mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas intrínsecas à arquitetura, às artes visuais, à música, à religião, à política, à literatura, à perspectiva filosófica, à decoração e ao vestuário”.

Cidreira (2005, p. 44) afirma que o Sistema de Moda ”é reencontrado em diversos níveis, mas é particularmente no vestuário que ele se exerce com maior vigor e transparência”. Kawamura (2005) entende que a Moda não é apenas uma peça de roupa, mas trata-se de elementos invisíveis por ela representados e que os seres humanos agregaram naquele determinado pedaço de tecido. A partir de abordagens sociológicas, a Moda apresenta-se enquanto “fato social total” termo proposto pelo sociólogo brasileiro Dario Caldas (2004).

Consequentemente, o Sistema de Moda, compõe-se de engrenagens complexas que interligam lógicas sociais, antropológicas, sociológicas, históricas e econômicas. Estudar as implicações da Moda na economia, nos indivíduos e na sociedade constitui, portanto, atividade teórica respeitável.

Sendo assim, a Moda compõe um campo de estudo frutífero, produtivo e profundo.

Metodologia

As tendências de Moda, que ultrapassam os sentidos do vestir, e sua relação com os meios de comunicação e a indústria cultural podem ser estudadas sob de uma diversidade de perspectivas. O diálogo com as ciências sociais, porém, parece imprescindível. A busca da comunicação com tais áreas de conhecimento reflete-se na própria metodologia da pesquisa prospectiva, que consiste a princípio na observação dos signos emitidos por sujeitos comuns em situações corriqueiras. “Todos nós manifestamos uma visão de mundo e na maior parte do tempo, não nos damos conta dos signos que vamos emitindo” aponta Preciosa (2005, p.29).

A aproximação com a sociologia e a antropologia consiste na utilização de uma metodologia complexa e fundamentada, que torne possível a captação e análise dos sintomas emitidos pela sociedade contemporânea de modo a minimizar erros e falhas nesse relatório do amanhã. “Repertoriar, mapear, classificar. [...] Identificar, descrever e acompanhar as mutações das tendências de fundo, dos valores e dos comportamentos, torna-se uma das formas de conferir sentido e de abarcar a complexidade da cultura contemporânea” (CALDAS, 2004, p. 120).

O acompanhamento constante e transversal de todos os setores da vida contemporânea para um mapeamento da atualidade e a prospecção de tendências não é tarefa simples. Preciosa (2005) alerta que deve-se atentar-se de que a lógica linear não é a única possível.

A complexidade é a qualidade do complexo. Têm como seu significado ‘aquilo que abrange muitos elementos ou várias partes’. A teoria da complexidade sustenta que o todo é uma unidade complexa, já que não se reduz à simples soma dos elementos que constituem as partes. “É mais do que isso, pois cada parte apresenta sua especificidade e, em contato com as outras, modificam as partes e também o todo” (PETRAGLIA 1995:48)

Não apenas o sistema da moda, bem como toda a natureza, exibe uma ordem com padrão não-linear. Uma atração que interliga certos padrões ou pontos de instabilidade no sistema significa que uma pequena dinâmica pode

ter grandes conseqüências. Portanto, é um conjunto complexo de elementos, onde muitos agentes independentes interagem um com os outros de vários modos. O resultado esperado do estudo de prospectivas de tendências através da adaptação da Teoria da Complexidade não é ratificar que somente uma direção a seguir é a correta, à maneira positivista, mas, de forma oposta, apresentar um leque de opções plausíveis referentes ao futuro.

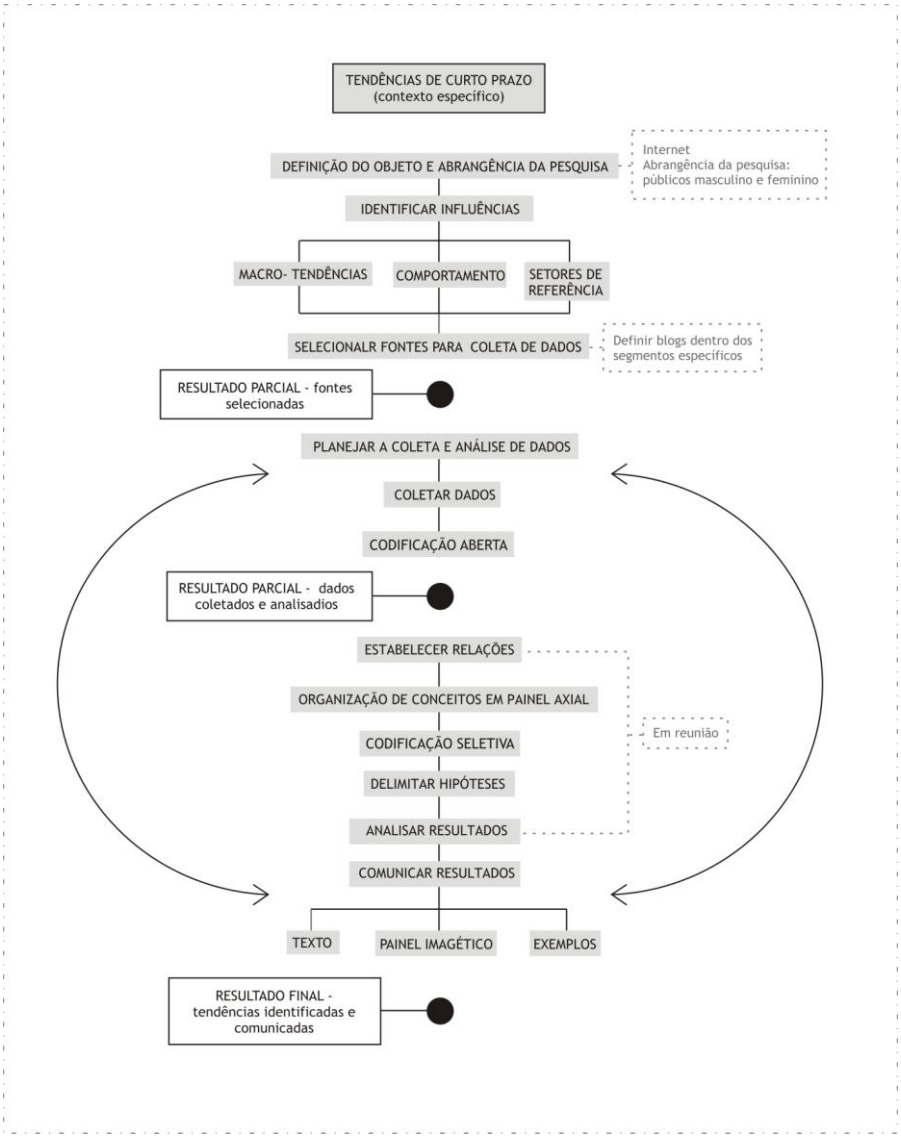
Segundo Mesquita (2004), a subjetividade varia seus modelos dominantes, a partir da oscilação das forças que estão compondo e recompondo seus contornos. Sendo assim, o estudo complexo dos modos de interações parece mais plausível para a pesquisa de tendências sociais.

Resultados/Discussão

"Produzir um produto de qualidade, com conteúdos estilísticos originais e materiais cuidadosamente selecionados, já é uma competência comum a muitos concorrentes e, é, portanto, considerado pré-requisito para a competição" (BARCARO, 2008, p.155). A criatividade é um dos componentes mais importantes para a distinção das empresas envolvidas com criação e inovação. Entretanto, é fator decisivo que ocorra a gestão da criatividade. É decisivo que se crie, olhe, ouça e procure antecipar o mercado.

Vê-se que a observação, análise e interpretação de sintomas orientam a indústria sobre desejos e anseios da população consumidora. Porém, para diagnosticá-los faz-se imperativo o uso de um método científico visando validade e suposta imparcialidade das informações coletadas. Através da interpretação de fenômenos sociais provenientes das ruas e disseminados pela internet torna-se possível a prospecção de tendências sociais.

O uso de uma metodologia própria, com base na Teoria da Complexidade e adaptada da Teoria Fundamentada nos Dados, permite-nos adentrar ao campo do conhecimento científico através da pesquisa de tendências sociais. Considerando a *internet* como *network* de pessoas, e não de computadores, a pesquisa em blogs leva-nos a criar etnografias contemporâneas, que levam ao entendimento da sociedade. E possibilita, assim, a criação de cenários porvindouros. O modelo conceitual proposto para o sugere a pesquisa através do estudo das influências de macro tendências, comportamento e setores de referência, como exposto no gráfico abaixo:



Fonte: das autoras.

No limitado espaço deste pequeno artigo, buscou-se mostrar a aproximação necessária entre a pesquisa de tendências com métodos de pesquisa nas ciências sociais. Ao adentrar-se as Ciências Sociais, desenvolveu-se o modelo conceitual de pesquisa de tendências atualmente utilizado pelo Projeto de Pesquisa <omitido para revisão cega>.

É decisivo que o foco esteja no consumidor final, “um ator que até o presente momento não foi citado, mas que é na realidade o primeiro motor dos complicados mecanismos aqui analisados” (BARCARO, 2008, P.156). Esta personagem, ora submissa, ora protagonista, contestadora e inspiradora do sistema de moda, é, sem sobra de dúvida, nosso maior tesouro e nosso maior julgador.

Referências

BACK, Suzana. **Pesquisa de Tendências – um modelo de referência para pesquisa prospectiva**. 2008. 138f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

BARCARO, Andrea. Os processos de uma empresa de moda. In: SORCINELLI, Paolo (org.). **Estudar a Moda**: corpos, vestuários, estratégias. pp.143 – 156.

CALDAS, D. **Observatório de Sinais –** teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac, 2004.

DORNELLES, Juliana. **Entrevista: Dario Caldas**. Disponível em: < http://julianadornelles.com.br/texts/noticias_ver/id/232/>. Acesso em: 11/02/2010 às 20:55

GIALDINO, Irene; CHERNOBILSKY, Lília; BÉLIVEAU, Verônica. **Estrategias de investigación cualitativa**. Buenos Aires: Gedisa Editoral, 2007.

KAWAMURA, Y. **Fashion-ology –** na introduction to fashion studies. NY: Berg, 2005

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero.** São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

MANN, Peter H. **Métodos de Investigação Sociológica**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores: 1979.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda**: a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

PETRAGLIA, Isabel Cristina. **Edgar Morin, a Educação e a Complexidade do Ser e do Saber**. Petrópolis: Vozes, 1995.

PRECIOSA, Rosane. **Produção Estética**: Notas sobre Roupas, Sujeitos e Modos de Vida. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2005.

RECH, Sandra R. **Moda**: por um fio de qualidade. Florianópolis: Editora da UDESC, 2002.

SORCINELLI, Paolo (org.). **Estudar a Moda**: corpos, vestuários, estratégias. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

STRADA, Nanni (2008). Relatos de uma designer de moda. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org). **Design de Moda**: Olhares Diversos. pp.115 – 125.