Tempo[i], espaço e moda: Histórias e descobertas

Time, space and fashion: histories and discovery

Santos, Geni Pereira dos. MS. (curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do Agreste)

Silva, Jonas José Santana da (estudante do curso de design da UFPE - Universidade Federal de Pernambuco– Centro Acadêmico do Agreste)

Duarte, Ranielle (estudante do curso de design da UFPE - Universidade Federal de Pernambuco– Centro Acadêmico do Agreste)

Resumo

Este artigo trata da relevância da pesquisa historiográfica com bases de entendimento na área do design emocional. Os prévios resultados a partir do estudo investigativo da realidade sociocultural de idosos que viveram no período da segunda grande guerra mundial e na década de 1950 demonstram a relação emocional desses indivíduos com os vestuários e cultura de moda do contexto de época. Considerando de grande importância a pesquisa aprofundada em várias áreas interdisciplinares do design entende-se ser relevante o estudo fundamentado e registro dessa experiência na publicação de um livro.

Palavras Chave: moda, emoção, história.

Abstract

This article is about the importance of research historiographical with basis of understanding in the area of the emotional design. The previous results from the investigative studies of reality sociocultural of the elderly that lived on the period of the second great world war and the 1950s demonstrate the emotional relationship of theses individuals with the clothing and culture of fashion of he context of time. It is considering with great importance the research in several interdisciplinary areas of the design get along to be relevant the study reasoned and register these experience in the publication of a book.

Keywords: *fashion, emotion, history.*

1. Introdução

A disciplina “História da Moda” ofertada, nos períodos de 2007.2, 2008.2, 2009.1 e 2009.2, pelo curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do Agreste vem alcançando positivas transformações no que se refere à forma de ver a aplicação prática – teórica dos estudos e pesquisas historiográficas no design de moda[ii]. Esses resultados impulsionaram a realização da pesquisa em andamento, intitulada de “*Tempo e Espaço - Pesquisa em História da Moda”* com início dos trabalhos em fevereiro de 2009 na mesma instituição. As ações da pesquisa contam com a colaboração de dois estudantes de design desde o início do cronograma proposto.

A presente pesquisa tem como objetivo principal publicar um livro sobre a demonstração das experiências e resultados práticos – teóricos vivenciados pelos estudantes da primeira atividade proposta na disciplina de história da moda dos períodos acima citados.

O assunto tratado no livro, como resultado da pesquisa, demonstra um conjunto de relatos de experiências acadêmicas e dos entrevistados gerados a partir da realização da atividade proposta. A expectativa é que esse conteúdo possa vir a contribuir para um novo olhar da pesquisa historiográfica aplicada ao design de moda, e ainda, contribuir aos estudos das áreas interdisciplinares do design, assim como a área de história, comunicação, antropologia, sociologia entre outras.

Inicialmente, para melhor compreensão da importância do objetivo da pesquisa é relevante entender sobre o conteúdo e objetivos da proposta da primeira atividade na disciplina em questão: A atividade da disciplina HM propôs a realização de uma investigação pelos estudantes, a partir de entrevista semi estruturada, com a expectativa de entender a realidade de vida de uma pessoa, atualmente viva, que na juventude vivenciou no Brasil ou no exterior o período da Segunda Grande Guerra Mundial (1938-1945). Ou ainda, uma segunda opção, pesquisar sobre as experiências de uma pessoa, também atualmente viva, da juventude da década de 1950.

A idéia é que a atividade proposta proporcionasse ao estudante experimentar a realização de uma pesquisa historiográfica a respeito da

realidade do passado de pessoas comuns e idosas a partir do relato das mesmas. Essa experiência permitiu o estudante conhecer diversos aspectos culturais do passado, tais como, comportamento e relacionamentos afetivos, moda e diversão, política, situação econômica, os quais não são compreendidos suas especificidades apenas a partir da consulta de livros de história da moda.

Na área dos estudos em história percebe-se que nas últimas décadas do século vinte as pesquisas historiográficas basearam-se em duas importantes correntes teórico-metodológicas: o Marxismo e a Nova história. A primeira trata do passado a partir da concepção de que a classe dominante responsável pela produção material tem um papel fundamental na organização política e intelectual na história, e a segunda corrente, tem seu desenvolvimento sob o ponto de vista de que outras "classes", antes não entendidas como dominantes, também cumprem seu papel de participação na história (REIS, 2000). Partindo dessa premissa percebe-se que a segunda corrente metodológica se aproxima à importância de que os movimentos sociais como o feminista, o movimento *gay*, o movimento *punk,* passam a fazer parte fundamental nas transformações culturais e históricas das sociedades.

E assim, a partir dos estudos da *nouvelle histoire*[iii] os grupos sociais compostos pelos idosos tem sido valorizado como protagonistas na história de suas culturas regionais e nacionais, sendo indivíduos fundamentais para investigação dos estudantes de história da moda.

Com efeito, a experiência da atividade realizada na disciplina possibilitou ao estudante, a comparação do contexto histórico cultural do passado ao presente, a partir de registros de livros e do relato individual dos entrevistados. Para que essa experiência fosse possível o conteúdo da atividade especifica os seguintes objetivos:

1. Entender sobre as *realidades*[iv] culturais e de moda no passado e no presente;

2. Entender sobre a importância da micro-história, ou seja, recorte da história de um indivíduo, e, sobretudo o relato da história informal que não estão nos livros;

3. Observar as conseqüências da macro-história (geral) no contexto do indivíduo;

4. Permitir a compreensão das diversas *realidades* culturais com a experiência da pesquisa historiográfica a partir de registros da vida do entrevistado, tendo como recursos de linguagens, imagens e objetos, músicas, entrevista sobre a realidade do passado e a relação com a atualidade, registro da moda e comportamento da época e etc.

1.1 Experiências e descobertas

Na pesquisa, cerca de 70 atividades realizadas na disciplina foram analisadas qualitativamente, dessa maneira destaca a importância e aponta vantagens a respeito dos possíveis aprofundamentos e interpretações sobre os dados levantados (LAKATOS, 2004).

Na prévia observação e interpretação dos resultados, nos sensibilizou e nos chamou atenção pela demonstração do envolvimento emocional dos estudantes e dos entrevistados envolvidos na realização da atividade proposta na disciplina. Os estudantes por perceber uma realidade que não conhecida, e que na ocasião tomaram ciência através do relato do entrevistado. E os entrevistados, que alimentaram a auto-estima, pela inesperada importância que o objetivo da atividade possibilitou aos mesmos, e que conseqüentemente lhes proporcionou lembranças da juventude, da cultura da época e das condições em que viviam, e principalmente na lembrança dos vestuários e diversos objetos que se relacionavam na época.

Prever que o envolvimento emocional dos estudantes e dos entrevistados durante a entrevista acontecesse seria limitar as diversas experiências e instâncias na construção do conhecimento que a atividade de pesquisa possibilitou aos envolvidos. O fato é que os envolvimentos emocionais tanto do pesquisador quanto do entrevistado nos auxiliaram para reflexões e o norte da pesquisa em questão para área do design emocional.

Norman (2008) em seus estudos na área do design emocional destaca que os objetos evocam lembranças quando a experiência da relação vivida representa importância ao usuário.

> Os sentimentos emocionais verdadeiros e duradouros levam muito tempo para serem cultivados: eles decorrem de interação prolongada. [...] O que realmente importa é a história da interação, as associações

> que as pessoas têm com os objetos e as lembranças que eles evocam. (NORMAN, 2008, p. 66)

Buccini (2008) aproxima-se da mesma construção de entendimento de Norman *(idem*) e destaca que a perspectiva experiencial das atitudes dos usuários na relação com os objetos, entendendo-se também a relação com os vestuários, pode não ser influenciada apenas pelos atributos físicos e tangíveis do produto, mas também a partir do significado dos códigos estéticos[v], e mais, o importante verificar a relevância do design do produto para o usuário.

Baseado nos estudos do design emocional (NORMAN, 2008) ou/e experiencial (BUCCINI, 2008) como áreas relevantes para pesquisa, entende-se que a vivência da relação emocional que os entrevistados idosos demonstraram possuir com os produtos de moda no contexto da juventude, revela que é possível utilizar-se da descrição das sensações relatadas como indicativos para compreensão das motivações de determinados usos de vestuários, gostos ou recusa, e, sobretudo questões a respeito da cultura de moda do passado.

1.2 Relatos e emoções

Existem três níveis da relação emocional do design/vestuários com os usuários. O visceral, que diz respeito à sensação que o usuário percebe diante do impacto ao primeiro contato com o produto, ou seja, relativo à aparência e ao toque; o comportamental diz respeito ao uso ou experiência prática com o produto; e no nível reflexivo, entende-se que atua na consciência do usuário em relação ao produto que desperta diversas emoções onde a cognição reside. (NORMAN, 2008, p. 56)

Os três níveis podem ser mapeados a partir das características do design: o design visceral = a aparência; o design comportamental = prazer e afetividade de uso e o reflexivo = auto-imagem, satisfação pessoal, lembranças. Porém para pesquisa historiográfica que trata de diferentes tempos e espaços, ou seja, diversidade na historicidade entre as épocas e culturas, é importante levar em consideração que nenhum produto individual pode esperar satisfazer o mundo. Assim entendendo-se que “As mesmas

coisas que entusiasmam um grupo de pessoas desagradarão a um outro?" (*idem*, p. 59)

Do corpo das atividades analisadas para pesquisa podemos demonstrar alguns exemplos a partir de relatos, que indicam os níveis da relação emocional, dos entrevistados investigados, com o contexto e produtos de moda de época. O seguinte exemplo, o nível reflexivo e ao mesmo tempo visceral, em que o entrevistado relata a sua noção a respeito da moda da época (período do pós-guerra na década de 1940) no qual comprara aos dias atuais:

> A moda de hoje é totalmente diferente da moda da época, pois na época imitávamos as vestimentas dos artistas de cinema e da música. Hoje, a moda é outra, de várias modalidades, atualizadas, depois de termos os desfiles de moda, que não existia na época, desfiles estes que traz o modernismo e as maneiras de se vestir de uma forma universal, e do estilo de cada um. Antigamente as roupas eram de certa forma mais sérias, mais formal do que hoje em dia, pois agora se vêem os jovens andar de bermuda de camiseta básica, o que antigamente seria uma roupa alinhada, desde pra ir a um passeio a farda da escola.[vi]

A entrevistada Wanda Ferreira Batista relata com muita nostalgia: "Ah... gostava dos decotes claro. Não me lembro bem, confundo muito, sei que gostava também de tudo muito curto, muito curto. Nunca fui de usar calça comprida." [vii] Na interpretação desse discurso entende-se existir o nível de relação comportamental com a satisfação de uso do vestuário. E ainda, no nível da relação emocional reflexiva entende-se que a cultura tradicional da época da entrevistada demonstra haver um incômodo ou insatisfação em se imaginar usando produtos, como a calça comprida.

Antônio Júnior Batista que residia na zona rural longe da influência da moda, no período de na década de 1950, demonstra a relação comportamental restrita ao uso e dizia que: "Me vestia com as roupas que minha madrasta costurava com aripubaca, era tecido forte, agüentava o trabalho pesado na roça".[viii]

Na atividade dos estudantes[ix] descreve que Helena Pereira de Vasconcelos relatava que na década de 1950 fazia compras e observava a moda da cidade do Recife e assim, ditava moda na cidade de Caruaru a 130km da capital. A entrevistada insatisfeita com o comportamento tradicional de sua

família diz que “Tinha um vestido com um decote bem bonito, mas que minha mãe mandou fechar com uns babados até a altura do pescoço”.

E por fim, é importante demonstrar ainda o relato dos estudantes sobre a experiência com a investigação prática da atividade na disciplina de história, o seguinte:

> O método da entrevista foi ótimo, pois nos proporcionou tão um novo ângulo de analise da história geral dos que encontramos em livros, como também nos forneceu conhecimento sobre uma história individual e de grande importância para entender o contexto social, política da sociedade da época, costumes, hábito e tradições. A pesquisa nos mostrou a importância de valorizar mais a nossa identidade, pois fatos ocorridos no passado podem estar influenciando ainda hoje, e valorizar também as pessoas, pois cada uma delas é um acervo de informação e merecem reconhecimento.[x]

O relato é animador entendo que as considerações levantadas demonstram entusiasmo com a experiência prática, com o ineditismo do que foi conhecido e compreendido.

2. Metodologia

Nesse estudo foram previstos alguns momentos para investigação:

2.1 Estudo analítico

No primeiro momento foi empregada a abordagem teórica reflexiva (estudo analítico) a fim de investigar as variáveis das experiências emocionas dos idosos em relação aos vestuários e contextos a partir da memória do passado.

De acordo com Buccini (2008) existem vários métodos de pesquisa empírica de mensuração de experiências. Wensveen (1999, p. 23-29) sugere que sejam estudados os diversos contextos no qual a experiência é gerada.

Buccini (*idem*) e Wensveen (*idem*) entendem que as ferramentas até então experimentadas não são suficientes para medir com exatidão as experiências individuais, porém é interessante que os métodos sejam combinados para melhor compreensão do que se pretende.

> O que se tem são métodos e esquemas, baseados em diversas áreas do conhecimento, que auxiliam na apreensão de informações específicas sobre determinado indivíduo em determinada situação, local e tempo: ferramentas situacionais. Por isso, estes métodos fornecem melhores resultados quando utilizados em conjunto com métodos verbais, como questionários, focus groups, entrevistas etc. (BUCCINI, 2008, p. 68)

Nessa perspectiva no momento de mensuração fez-se uso de métodos combinados a partir de entrevistas semi estruturadas, evocação do contexto vivido utilizando-se do material e acervo do próprio entrevistado.

2.2 . Estudo experimental

No segundo momento a análise dos resultados encaminhou o estudo experimental com base nos resultados dos relatos investigados e registro de material visual coletados. Nesse momento a interpretação das informações das entrevistas baseou-se na análise do discurso.

> Esta técnica permite analisar o conteúdo [...] pode ser aplicada a documentos pessoais como discursos, diários, textos, etc. (...) e ainda a técnica (...) visa aos produtos da ação humana, estando voltada para o estudo das idéias e não das palavras em si. (LAKATOS, 2006, p. 129)

A técnica utilizada para interpretação das informações baseia-se nas práticas metodológicas experimentadas na área do design emocional. Sendo o resultado da análise do conteúdo considerado como indicadores para compreensão das motivações da relação emocional dos idosos com os vestuários.

A pesquisa tem um caráter exploratório, na qual é dada ênfase na descoberta de idéias sobre metodologias, técnicas e pesquisas de história para entendimento sobre o investigado. O caráter exploratório se dá porque a temática abordada nesta pesquisa constitui de técnicas experimentais ainda não comprovadas as suas eficácias e resultados, mas que tal estudo é bastante relevante como referência da área do design emocional. Uma pesquisa exploratória é considerada apropriada para qualquer problema sobre

o qual exista pouco conhecimento, com o objetivo de fornecer critérios sobre a natureza deste e sua compreensão (MALHOTRA, 2001; AAKER et al.,2001; CHURCHILL, 1995).

3. Considerações

De maneira geral observa-se que os idosos entrevistados demonstraram emoção ao lembrar-se do passado sobre a maneira de comportamento da época diferenciando-se do tempo atual, e principalmente, em relação à maneira de se vestir e dos códigos estéticos do vestuário. Em fim, ficou demonstrado no conjunto das atividades o sentimento nostálgico e afetivo em relação à forma de vida, aos objetos e vestuários dos idosos entrevistados. Nesse sentido percebemos a relação afetiva dos entrevistados aos objetos a partir da memória histórica estimulado pela entrevista e objetivo da atividade.

Sabemos que é importante o conhecimento interdisciplinar de áreas de estudos como design, psicologia cognitiva, história, comunicação e marketing para o entendimento e elucidação da discussão em torno da área do design emocional e experiencial, a fim de avaliar a relevância da experiência do usuário com os objetos no sentido de entender quais os aspectos e contextos que levam a esse sentimento de afetividade, e nostalgia a partir da memória.

Obviamente consideramos que a experiência ou relação emocional entre os usuários e objetos existe, e já se encontra em discussão e estudos em diversas áreas, entretanto acreditamos ser importante a identificação das variáveis emocionais assim como a nostalgia, o gosto, a satisfação ou até mesmo o desprezo e o não uso dos vestuários, como indicadores que possam contribuir na compreensão do perfil emocional do usuário, e, sobretudo do direcionamento de decisão de compra e preferências dos produtos, importantes para o conhecimento na área de design de moda. A possibilidade de poder ser disponível o conhecimento dessas indicações trará mais clareza sobre o que satisfazem os usuários idosos e quais os contextos reais que demonstram a relevância afetiva do produto na vida desses usuários.

4. Referências

BUCCINI, M. **Introdução ao Design Experiencial.** Recife: Edição do autor. 2008.Disponível em:<http://www.design2.com.br/marcosbuccini/designexperiencial.pdf>.

CABRINI, Conceição. **Ensino de história: revisão urgente**. São Paulo: EDUC. 2000.

LAKATOS, Eva Maria e MORCONNI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

_____.**Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados.** 6.ed. São Paulo: Atlas editora, 2006.

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

MESQUITA, C. **Moda Contemporânea**: Quatro ou Cinco Conexões Possíveis. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

MONTEMEZZO, Maria Celeste F. S.; SANTOS, João Eduardo Guarnetti. **O papel do vestuário na interação homem - ambiente**. IN: P&D DESIGN, 5, 2002. Brasília. Anais... Rio de Janeiro: AEND-BR, 2002.

NORMAN, Donald A. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

REIS, José Carlos. **Escola de Annales: A inovação em História**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo. Companhia das letras. 1987.

WENSVEEN, Stephan.A.G. **Probing experiences. Conference Design and Emotion**. Proceedings… Delft: Delft University Press, p. 23-29, nov. 1999.

Notas

[i] Na presente pesquisa, a noção de “tempo” está baseada na concepção da área de história, entendendo-se que tempo histórico “[...] exprime, explica as alterações que sofre a realidade social em estudo” (CABRINI, 2000: 51).

[ii] Para Mesquita (2006) a moda é caracterizada pela velocidade das mudanças e instabilidade em consonância com o mercado, na adoção da prática de uso e do consumo de algo. Sendo, então a efemeridade, a lógica principal da moda. Nessa perspectiva é importante considerar a moda também como uma lógica que movimenta o consumo e a relação afetiva dos usuários com os produtos. Esse viés de entendimento é um norteador da pesquisa que diz respeito à historicidade da moda como fenômeno, que movimenta o design e/ou a criação de produtos, em diferentes culturas, tempos e espaços.

[iii] Segundo Reis (2000, p. 65) a expressão *nouvelle histoire* designa a história sob a influência das ciências sociais, que começou a ser elaborada a partir do debate entre sociólogos, filósofos, geógrafos e historiadores, no início do século XX, e se corporificou na revista de história*, Annales d`Histoire Economique et Sociale,* fundada em 1929, por Lucien Febvre e Marc Bloch.

[iv] Entendemos que os estudantes encontrarão várias realidades diferentes de acordo com a escolha do tempo [época do passado] e espaço [localidade, cidade, município ou região] devido às diversidades econômicas e culturais relacionado ao contexto temporal e cultural das cidades e regiões brasileiras.

[v] Códigos estéticos tais como a cor, a forma e o tratamento da superfície são relacionados à aparência do produto. De acordo com Montemezzo & Santos (2002) os códigos ou elementos estéticos são fundamentais no processo de comunicação com o usuário, pois possuem uma carga de sígnica da vestimenta.

[vi] Relato de Oseas Carlos André Almeida Lopes, cidade de nascido em de - entrevistado pelas estudantes Bianka Lopes e Larissa Oliveira em 2009.

[vii] Entrevista realizada em 2009, por Bruna Karolina Barros Leite, Rebeca Chrystal Santos Rodrigues.

[viii] Arthur Braga, Camila Joselyn, Ivonete e Rannah Louise

[ix] Anderson Kruger, João Dário, Mayra Marcelino, Mirelly Oliveira e Rafael Rattes

[x] Depoimento da equipe dos estudantes Dalciane Nunes da Silva Costa, Ana Raquel Almeira Batista, Azenaty Alian Leite de Souza e Edeilson Enoque dos Santos.