

MODA: CIÊNCIA, ARTE E TECNOLOGIA

FASHION: SCIENCE, ART AND TECHNOLOGY

Richard Perassi Luiz de Sousa¹
Lucas da Rosa²
Luciana Dornbusch Lopes³
Neide Köhler Schulte⁴

RESUMO

Como campo de atividades e de aplicação do conhecimento, os estudos e as atividades de Moda não se resumem à produção científica que, necessariamente, é caracterizada pela atividade teórica. Assim, os estudos de Epistemologia direcionados à grande área de Moda devem considerar, além do plano teórico, também os campos artístico e tecnológico, que são práticos e aplicativos. Nos diferentes campos de Moda, são desenvolvidas atividades teórico-científicas e, ainda, atividades de produção artística e aplicação tecnológica. A descrição didática e a delimitação teórica do que é científico e do que é artístico ou tecnológico são partes centrais dos estudos de Epistemologia, visando perceber a área de Moda no contexto das ciências socialmente aplicáveis. Já que essas são interessadas na produção teórica, artística, tecnológica e, especialmente, em sua aplicação como produtos ou práticas sociais. Acredita-se no caráter aproximativo da ciência e, por isso, as possibilidades da verdade plena e da perfeição tecnológica não são necessariamente consideradas. Porém, observa-se que “Moda” é palavra designativa de uma área específica do conhecimento, sendo dedicada ao estudo de um conjunto de fenômenos específicos, os quais não são integralmente estudados em outras áreas do conhecimento.

Palavras-chave: Epistemologia. Produção de Moda. Ciência Aplicada.

¹ Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC/SP, 2001). Mestre em Educação (UFMS, 1995) e graduações em Artes Plásticas e em Desenho de Propaganda (UFJF, 1984 e 1986). Professor no curso de graduação em Design (EGR/UFSC) e nos programas de pós-graduação em Design (Pós-Design/UFSC) e Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC/UFSC). E-mail: richard.perassi@uol.com.br.

² Doutor em Design (PUC-Rio, 2012). Mestre em Educação e Cultura (UDESC, 2005). Especialista em Moda: Criação e Produção (UDESC, 2002). Bacharel em Ciências Econômicas (UFSC, 2000). Professor no Bacharelado em Moda da UDESC. E-mail: darosa.lucas@gmail.com.

³ Mestra em Design e Expressão Gráfica (UFSC, 2012). Especialista em Moda: Criação e Produção (UDESC, 2004). Bacharela em Moda: Habilitação Estilismo (UDESC, 2001). Professora no Bacharelado em Moda da UDESC. E-mail: d.lulopeslu@gmail.com.

⁴ Doutora em Design (PUC-Rio, 2011). Mestra em Engenharia de Produção (UFSC, 2003). Especialista em Moda: Criação e Produção (UDESC) e em Ensino da Arte (UNIVILLE). Graduação em Desenho e Plástica (UFMS, 1992). Professora no Bacharelado em Moda da UDESC. E-mail: neideschulte@gmail.com.

ABSTRACT

As field of activities and application of knowledge, studies and activities of Fashion are not limited to scientific production that necessarily is characterized by theoretical activity. Thus, Epistemology studies targeted the large area of Fashion should consider, beyond the theoretical level, too, the artistic and technological fields, which are practical and applications. For, in the different fields of Fashion, theoretical and scientific activities and also artistic production activities and technological applications are developed. The didactic description and the theoretical definition of what is scientific and what is artistic or technological are the central part of the Epistemology of studies to realize the area of Fashion in the context of socially relevant sciences interested in the theoretical, artistic and technological production and, especially, in its application as or social practices. It is believed the approximate character of science and therefore the possibilities of the full truth of technological perfection and are not necessarily considered. However, it is observed that "Fashion" is designative word in a specific area of knowledge, being dedicated to the study of a set of specific phenomena, which are not fully studied in other areas of knowledge.

Keywords: Epistemology. Production of Fashion. Applied Science.

1 INTRODUÇÃO

Para evidenciar a necessidade e a eficiência do conhecimento teórico-científico na área de Moda devem ser inter-relacionados três sistemas: (1) um sistema teórico sobre a ciência; (2) outro sistema poético-prático, envolvendo a arte e o (3) sistema tecnológico-aplicado (Figura 1).

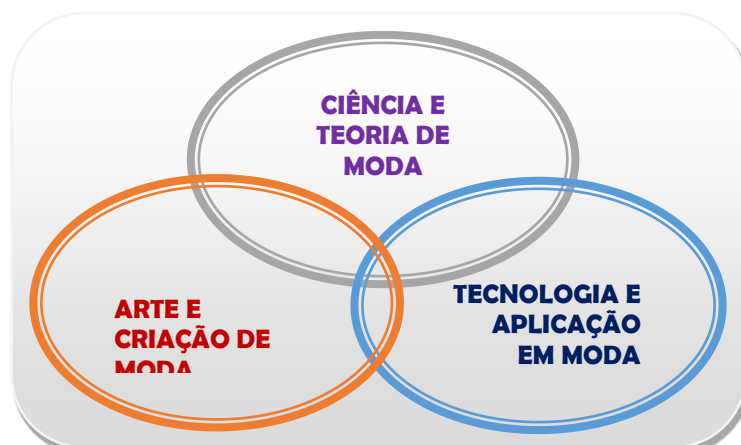


Figura 1 - Contexto do conhecimento técnico-científico em Moda

Fonte: Autores, 2015

No plano epistêmico, tem-se a compreensão de Ciência como campo de sistematização e produção teórica no qual ocorre o avanço da pesquisa sobre os fenômenos, que compõem o universo prático e simbólico de Moda. A relação objetiva e eficiente entre a teoria e a prática no contexto científico, poético e tecnológico é um tema estudado há muito tempo. Por isso, seus conceitos e teorias são positivamente desenvolvidos, desde o período clássico da filosofia grega, que foi a base do pensamento lógico-ocidental⁵. No plano prático, posiciona-se o objeto de estudo e a abrangência da área de Moda, na produção artística e artesanal ou no desenvolvimento e na gestão de tecnologia, para a aplicação dos resultados em produtos (peças de vestuário, calçados e acessórios) ou práticas sociais, como projetos e eventos de Moda (grupos produtivos, processos pedagógicos ou desfiles).

Não obstante a possibilidade e a necessidade do desenvolvimento teórico-científico, os estudos e as atividades de Moda são predominantemente caracterizadas como produção artística, artesanal e tecnológica. Com relação ao pensamento geral sobre tecnologia, no artigo “A tecnologia como problema filosófico: três enfoques”, Alberto Cupani (2004) apresenta e reflete sobre questões propostas por (1) Mario Bunge, físico e filósofo do conhecimento, (2) Albert Borgmann, filósofo da tecnologia, e, ainda, por (3) Andrew Feenberg, filósofo da informática. Nas abordagens de Borgmann e de Feenberg predomina o caráter ético-moral da tecnologia, com base em questões sociopolíticas. Na visão positivamente estrutural e conceitual de Bunge, são analisados especificamente a dinâmica, os elementos e os aspectos que relacionam o sentido prático e a cientificidade na construção das áreas tecnológicas.

Seguindo as fontes usadas por Cupani (2004), verifica-se que, para Bunge (1985), a tecnologia visa à construção de algo artificial, um “artefato”. Todavia, esse artefato pode ser

⁵ No plano epistêmico também há questões relacionadas à ética, sobre a atuação em todas as áreas do conhecimento, envolvendo a pesquisa, a produção e os negócios relacionados às ciências. Porém, essas questões não são contempladas neste artigo. Para ética em pesquisas envolvendo dados de seres humanos no Brasil, consultar o sistema CEP/CONEP e Resolução 466/2012 no endereço: http://conselho.saude.gov.br/web_comissoes/conep/index.html; e o sistema nacional informatizado - Plataforma Brasil – pelo qual tramitam as pesquisas de qualquer área de conhecimento submetidas aos Comitês de Ética (CEPs) no endereço: <http://aplicacao.saude.gov.br/plataformabrasil/login.jsf>.

uma coisa material, um engenho maquinal e, ainda, um estado ou um processo controlado, desde que seja racionalmente compreensível e passível de gestão.

O que caracteriza e mobiliza a ciência e a tecnologia é o uso sistemático da racionalidade lógica para explicar e justificar hipóteses ou procedimentos, mesmo quando esses já se mostraram efetivos na prática.

O artefato tecnológico, portanto, é um produto desenvolvido sob uma justificativa lógico-racional. Além dos instrumentos ou das máquinas que são os produtos comumente reconhecidos como tecnológicos, um artefato tecnológico também pode ser um engenho social ou organizacional, servindo de maneira eficiente a finalidades que, moralmente, podem ser consideradas tanto positivas quanto negativas. Assim, ao menos em princípio, o jogo ético-moral é subtraído dessa reflexão que, conceitual e analiticamente, é focada na descrição e na interpretação do contexto e dos produtos tecnológicos.

Para Bunge (1969), a tecnologia é um processo lógico-racional que, de maneira direta e sistemática, depende do conhecimento científico, inclusive, considerando dados; leis, e teorias. Isso a diferencia da técnica ou da arte aplicada, pois, normalmente, o conhecimento científico está presente no desenvolvimento da técnica ou aplicado nos processos artísticos e artesanais, mas sem ser de uso obrigatório ou estritamente necessário. Contudo, a aplicação consciente e sistemática da ciência caracteriza e possibilita o desenvolvimento da tecnologia, assinalando os resultados obtidos como tecnológicos.

Diferentemente da arte cujo interesse pode ser estritamente subjetivo, sendo predominantemente direcionado por sensibilidade, intuição e experimentação, a produção técnica e, especialmente, a produção tecnológica são decorrentes de um propósito utilitário, devendo ser funcionais ou adequadas para atingir a uma ou mais finalidades específicas. O processo de aplicação tecnológica prevê normas de uso e procedimentos pré-estabelecidos. Isso é decorrência do caráter lógico-racional da tecnologia, tornando metódico e sistemático o seu processo de aplicação. Assim, quando as normas são respeitadas e os procedimentos realizados de maneira adequada, deve ocorrer em contrapartida um alto coeficiente de experiências e resultados positivos, os quais são recorrentemente obtidos pela tecnologia e em grande parte explicados pela ciência.

2 TEORIA E PRÁTICA EM ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

A aplicação do conhecimento teórico-científico no desenvolvimento de sistemas, processos, planos, produtos ou ações caracteriza a tecnologia. Pois, são comumente reconhecidos como “tecnologia”, os processos de estudos e desenvolvimento metódico e sistemático que, baseados na teoria científica, busca obter conhecimentos aplicáveis e eficientes no cumprimento de finalidades previstas.

De maneira ampla, a ciência relaciona os fenômenos observáveis ou experimentais às ideias ou aos conceitos, que são os elementos componentes das teorias. Todavia, desde suas primeiras definições, a ciência é caracterizada como campo teórico. Pois, sua dinâmica estabelece percursos que partem do dado material para o conceito abstrato e do particular para o geral. Assim, a partir da observação de diferentes fluídos em situações específicas, por exemplo, a água fluindo ou outros elementos em estado líquido ou gasoso, foi posteriormente proposta a teoria geral dos fluídos. Porém, apesar de poder ser aplicada ao estudo de diferentes fluídos, a teoria não é diretamente relacionada a nenhum fluído em particular.

Para Japiassu e Marcondes (2001), a ciência é constituída por aquisições intelectuais, que visam explicar a realidade de maneira racional e objetiva, buscando estabelecer relações universais e necessárias entre os fenômenos observados. Isso serve, principalmente, para prever resultados ou efeitos passíveis de serem confirmados com controle experimental.

Marconi; Lakatos (2004) classificam as ciências em dois grandes ramos: (1) ciências formais ou abstratas e (2) ciências factuais. No primeiro ramo estão Matemática e Lógica, porque as próprias ideias compõem seu objeto de investigação. As ciências factuais tomam por objeto de estudo os fatos ou os fenômenos naturais ou sociais. Por exemplo, os fenômenos sociais pertinentes ao campo de Moda. Para tanto, essas ciências são baseadas na observação ou na experimentação, para confirmar ou refutar hipóteses e desenvolver teorias. Isso ocorre também nas áreas mais gerais de Física, Biologia e Química, entre outras.

As diferentes abordagens científicas relacionam as ideias ou as teorias com a experiência ou a prática. Assim, as exceções seriam as ciências formais, Matemática e Lógica,

porque se dedicam a estudar as próprias ideias. Porém, seguindo a argumentação de Charles S. Peirce (1839-1914), mesmo os estudos formais requerem anotações gráficas, gramaticais ou matemáticas, sendo que a materialidade dos registros é observada e manipulada, compondo também o corpo empírico das ciências formais (SANTAELLA, 1992).

Apesar da constante relação entre ideias e experiências ou teoria e prática, há uma diferença estabelecida entre as ciências aplicadas à produção de tecnologia e as ciências formais ou factuais (MARCONI; LAKATOS, 2004). Pois, especialmente nas ciências factuais, a finalidade é o desenvolvimento da teoria, sendo a experiência ou a prática o ponto de partida do processo. Assim, parte-se do material para o teórico e do particular para o geral. Por exemplo, processos, procedimentos, fatos ou produtos pertinentes ao universo de Moda oferecem o material observável para ser teoricamente explicado pela ciência que estuda esses fatos. Para tanto, há a apropriação de conceitos ou teorias de diferentes áreas do conhecimento e também o desenvolvimento de teorias específicas que compõem o acervo científico de Moda.

Nas artes ou nas ciências aplicadas, entretanto, a finalidade é desenvolver ações ou produtos que caracterizam a boa prática artística ou a tecnologia eficiente para solucionar problemas ou aprimorar processos e produtos. Portanto, de maneira diferenciada das ciências factuais, de maneira intuitiva e experimental ou sistemática, a arte e a ciência aplicada tomam a teoria como ponto de partida para o desenvolvimento de estudos que visam a aplicação eficiente da teoria no desenvolvimento de ações, produtos ou tecnologias que atuem positivamente na realidade social.

Em síntese, a ciência formal ou factual busca desenvolver explicações para os fenômenos mentais, factuais e sociais. Por sua vez, a arte e as ciências aplicadas ou tecnológicas visam oferecer produtos ou processos, como soluções eficientes e factíveis para questões práticas.

É comum o argumento de que “na prática, a teoria ocorre de maneira diferente”. Em sentido semelhante, é também comum a afirmação de que “o desenvolvimento e os resultados de uma experiência científica deverão se repetir, desde que mantidas as

condições ou as circunstâncias previstas”. Isso é devido ao alto coeficiente de imprevisibilidade ou irracionalidade que afeta o desenvolvimento das atividades práticas.

Na prática, as circunstâncias exigem sensibilidade, intuição e senso de oportunidade, qualidades pré-lógicas, características do campo poético e estético ou das artes. Em princípio, essas qualidades estão além do conhecimento científico, do planejamento racional, da técnica e do treinamento, que são os aspectos pertinentes à tecnologia. Assim, a observação e a experimentação técnico-científica, de maneira metódica e sistemática, buscam ampliar cada vez mais e com maior precisão o campo da racionalidade e da previsibilidade sobre as circunstâncias. O objetivo é tornar racional o que parece irracional e previsível o que parece imprevisível, possibilitando o acesso da lógica científica ao que comumente é acessível apenas à intuição artística.

A racionalidade lógica avança de maneira sistemática, em interação com a ciência e a tecnologia. Porém, em sua dinâmica prática e política, a vida em geral requer dos agentes sociais, como pessoas ou profissionais, respostas imediatas que, inclusive, resultam em decisões e atos comunicativos ou produtivos. Essas respostas são expressas e percebidas como reações. Mas, mesmo a reatividade mais intuitiva não descende diretamente do campo instintivo. Pois, são reações afetivo-intuitivas que, subjetivamente, são influenciadas por aspectos culturais ou morais.

O sistema dinâmico que promove essas reações foi denominado por Alexander Baumgarten (1714 -1762) de “baixa cognição”, em comparação com a racionalidade lógico-reflexiva assinalada como “alta cognição⁶”. Baumgarten é reconhecido por ter introduzido a palavra “estética” como terminologia aplicada ao processo de produção do conhecimento sensível ou empírico.

Baumgarten, entretanto, não foi o primeiro pensador a fazer tal reflexão. Ao analisar o pensamento de Michael Polanyi (1891-1976), Couto-Soares (2012, p. 10) lembra que Aristóteles, em a “Ética a Nicómaco, 1104a1-10”, já tratava da impossibilidade da reflexão

⁶ Em 1750, houve a primeira edição do livro, “Estética, a lógica da arte e do poema” (1993) que, ainda hoje, é reeditado. Na sessão II do primeiro capítulo do livro, Baumgarten (1993) trata do “conhecimento inferior”, empírico ou estético, que decorre das ações e percepções diretas, orientando as reações humanas.

lógica e consciente diante das “situações particulares com que nos deparamos”. Pois, “é na própria acção que vamos adquirindo experiência e as disposições que facilitam as opções mais correctas. Mas todo este processo se passa de um modo implícito e não há regras nem ordens explicitáveis”.

De maneira ampla, Aristóteles situa as ações imediatas do cotidiano no campo da experiência, cujo discernimento decorre da própria vivência particular, como reações imediatas guiadas pela sensibilidade, afetividade e intuição. O produto dessas experiências constitui o conhecimento tácito, empírico ou estético, assinalando que o “viver é uma arte”. Por sua vez, as ideias de Polanyi apresentam “de uma forma muito clara e com uma profunda convicção, como a estrutura do conhecimento tácito determina a estrutura dos atos de compreensão” (COUTO-SOARES, 2012, p. 9). Assim, corrobora a visão empirista na teoria do conhecimento, apontando também a possibilidade, pelo menos parcial, de compreensão ou explicitação do conhecimento tácito.

Essa é uma das principais preocupações contemporâneas no ambiente acadêmico e em outras organizações, como instituições ou empresas. Verifica-se a constante preocupação em explicitar o conhecimento vivencial e intuitivo. Considera-se que isso é necessário para torná-lo comunicável e perenizá-lo, através de registros ou memórias artificiais, externas e acessíveis. É nesse contexto que se inserem, por exemplo, abordagens associadas aos processos de conhecimento organizacional, como os estudos de Nonaka e Takeuchi (1997), tratando das possibilidades de explicitação do conhecimento tácito e, especialmente, considerando seu potencial inovador.

3 MODA E PRODUÇÃO CULTURAL

Advinda do termo latino *modus* (medida), atualmente, a palavra “Moda” identifica um amplo campo de estudos, atividades, processos e produtos. Assim, em sentido amplo, não é possível dizer que, na totalidade, Moda é ciência ou mesmo tecnologia. Porém, essa é uma característica comum a todas as áreas situadas em campos de estudos das atividades

produtivas. Por exemplo, há a ciência médica, mas, também, considera-se a arte médica e, ainda, relaciona-se Medicina e Tecnologia.

Os conhecimentos de aplicação são subsidiados por diversas ciências. Por exemplo, as disciplinas Biologia e Química oferecem bases teóricas ao campo de Medicina e, principalmente, as disciplinas Matemática e Física subsidiam teoricamente o campo de Engenharia, que ainda depende dos conhecimentos de Química, entre outros.

Os campos de aplicação de Arte e Ciência nos processos sociais, portanto, são caracterizados por estudos multidisciplinares e interdisciplinares, sendo formalizados como campos não disciplinares. Por meio dos recursos técnicos, artísticos e científicos que lhe dão suporte. Atualmente, no processo evolutivo da cultura ocidental contemporânea, o campo de estudos e aplicação de valores e produtos de Moda está prioritariamente voltado à tecnologia. Há muito tempo, entretanto, desde os primórdios do processo de consolidação dos grupos sociais, os procedimentos e produtos relacionados ao atual universo de Moda assumiram dimensões diferenciadas, com sentido moral, mágico, estético e simbólico. Assim, a despeito das possibilidades utilitárias e funcionais, essas expressões foram sendo também percebidas e reconhecidas como suportes para a expressão artística coletiva e individual.

Por exemplo, isso também ocorreu com a Gastronomia que, em diferentes aspectos, distancia-se das necessidades primárias de alimentação, visando o prazer e o *status* da degustação. Assim, as peças de vestuário que são os objetos mais significativos do fenômeno Moda (LIPOVETSKY, 1989) e, também, os calçados e acessórios, entre outros, são igualmente relacionados ao gosto, individual e coletivo, e ao caráter simbólico-discriminatório que, primeiramente, decorre do sentido de valor dado à impressão de se apresentar ou não de acordo com os preceitos de Moda.

No tocante aos sentidos estético-simbólicos de origem subjetiva e efeito intersubjetivo, há aspectos que, tradicionalmente, são dominados no contexto da arte desenvolvida sobre os suportes de Moda. No século XIX, isso definiu historicamente o campo do estilismo, com o estilista (antigamente denominado costureiro da alta costura) sendo o arauto das tendências de Moda, por exemplo, invertendo a hierarquia original do alfaiate,

como o artesão que colocava sua técnica a serviço do desejo dos clientes. Pois, a figura do estilista inverteu essa hierarquia, na medida em que esse profissional passou a decidir previamente o que os clientes deveriam usar. Ao conseguir impor sua noção de gosto ao contexto social, o estilista assumiu a condição de artista, utilizando as peças do vestuário e outros produtos como suportes para a expressão de sua subjetividade, sendo essa percebida como estilo pessoal.

Confirmando, como campo de estudos teóricos e de desenvolvimento de processos tecnológicos, Moda interage com outras áreas científicas e com outros campos tecnológicos, desenvolvendo teoria e prática com recursos teórico-tecnológicos diversificados de maneira multidisciplinar e interdisciplinar. Por fim, os estudos e pesquisas em Moda também produzem teorias e tecnologias próprias, configurando sua área científica integrada com estudos relacionados com Filosofia, Psicologia, Antropologia, Sociologia, Economia, Comunicação e outros. Também, interage com recursos de Engenharia, Administração, Design, Estética e Ergonomia, para desenvolver seu potencial tecnológico.

A parte científica em Moda é parcialmente composta por teorias, recortes teóricos ou conceitos de outras áreas, que são pesquisados e organizados de maneira sistemática, para explicar os fenômenos relacionados com Moda ou orientar suas práticas. Além disso, a atuação do campo de Moda oferece material característico para a reflexão e o desenvolvimento de teoria própria, compondo a parte nuclear de sua ciência.

O conjunto de atividades, processos e produtos resultantes de suas atividades de Moda constitui o *corpus* material ou de pesquisa desta área do conhecimento. Os recursos perceptivos e intuitivos aplicados no desenvolvimento prático de processos e produtos de Moda caracterizam seu campo artístico que, tradicionalmente, é dominado pelos estilistas, iluminadores, decoradores e outros profissionais. Por fim, a aplicação obrigatória e sistemática da teoria científica nas atividades e no desenvolvimento dos produtos e processos promove a tecnologia de Moda, fazendo interagir teoria e prática com recursos de outras áreas como, por exemplo, Engenharia e Design. É através da aplicação sistemática da ciência na prática que ocorre o desenvolvimento tecnológico de produtos, máquinas, sistemas, modelos e métodos de Moda.

Como todo sistema cultural, o universo de Moda é composto por duas realidades. De acordo com Ivan Bystrina (1995), como ser cultural, o homem vive entre dois mundos ou duas realidades. A consciência da primeira realidade é constituída no contato com o mundo físico e material, que persiste, permanece e resiste aos artifícios manipuladores da mente humana desafiando a racionalidade.

As relações tecnológicas com a primeira realidade são, necessariamente, limitadas pelas características do mundo físico e material. Por isso, a primeira realidade é o campo de uso das práticas e das técnicas de transformação e síntese dos elementos físicos e materiais. Por sua vez, a segunda realidade é constituída na consciência humana, pela capacidade de incrementar-se imaginativamente a primeira realidade. Entre outras atividades, Bystrina (1995) indica o sonho e a arte como instâncias renovadoras da cultura. Pois, sentindo, o ser humano percebe o mundo e, imaginando, ultrapassa os limites do mundo físico, constituindo para si outro mundo ideal, imaginário e simbólico. Isso é estimulado por: (1) sentimentos, que afetam e ampliam as informações dos sentidos; (2) sonhos, que são manifestações de desejos, e (3) ideias, que organizam mentalmente, sentimentos, sonhos e desejos.

A segunda realidade é a esfera da cultura que Lótman denominou de “semiosfera” (BAITELLO JR., 1997), como campo de afecções, impressões, ideias e significações. A cultura busca explicar e superar os limites perceptivos, complementando, reinventando e transformando as informações extraídas da primeira realidade. Isso ocorre com a criação de mitos, hipóteses e teorias a respeito do desconhecido.

Com sentido semelhante ao de semiosfera, Morin (1998) recupera a ideia de “noosfera” de Teilhard de Chardin (1881-1955) e, também, assinala que, para a tradição que relaciona a cultura grega e a renascentista, o campo do conhecimento foi dividido em duas culturas, sendo uma humanista e outra científica. Por meio dos sistemas de hipóteses e teorias são constituídos os princípios da cultura científica, que é teórico-explicativa. Contudo, a cultura atua também como expressão de desejos, fantasias, impressões e conjecturas humanas, caracterizando sistemas sensitivos e intuitivos, de ideias míticas e

místicas. Isso compõe visões de Cosmogonia, Teologia, Moda e outros sistemas de ideias humanistas, como Filosofia e Literatura.

Há um conjunto de elementos materiais ou concretos, processos produtivos e sistemas físicos que compõe as expressões do universo de Moda (LIPOVETSKY, SERROY, 2014), apresentando sua primeira realidade ou o acervo físico-material dessa cultura. Há também um amplo acervo mítico ou simbólico, compondo a segunda realidade do universo de Moda. A segunda realidade mítico-simbólica é expressa e representada nos elementos físico-materiais de Moda. Portanto, a parte expressiva do acervo de Moda é o campo perceptível que participa do sistema de interface que relaciona: (1) o público; (2) o próprio acervo físico-material, e (3) o acervo imaterial ou mítico-simbólico da cultura de Moda.

A condição de interface (BONSIEPE, 1997) caracteriza sistemas físicos e produtos do campo de Moda, porque é estabelecida na relação entre as coisas percebidas e relacionadas com Moda, o público e o acervo mítico-simbólico da cultura de Moda. A primeira realidade composta e expressa nos elementos físico-perceptíveis é percebida como mídia e informação, viabilizando ao público o acesso objetivo à segunda realidade e ao seu acervo mítico-simbólico. Assim, a interface de Moda relaciona: (1) os elementos físico-perceptíveis, como mídia e informação; (2) o público, e (3) os sentidos e significados relacionados ao universo mítico-simbólico de Moda.

Em grande parte, além de decorativos ou afetivos, os produtos de Moda também são utilitários. Por exemplo, alguns produtos cumprem a função de vestuário, como proteção física e moral do corpo humano. Por isso, é igualmente necessário considerar o caráter funcional e ergonômico desses produtos. A eficiência funcional na fabricação e peças de Moda em escala é decorrente do uso eficiente de Tecnologia, a começar pelo desenvolvimento projetual de modelos, protótipos e produtos.

Por sua vez, a arte de Moda desenvolve-se poeticamente, influenciando nos aspectos estético-sensoriais dos produtos. Pois, é um campo composto por fenômenos prioritariamente estéticos, cujo alastramento ocorre por contágio afetivo. Em geral, aquilo que é esteticamente reconhecido como produto ou comportamento de moda é designado

como *fashion*, adjetivo relacionado com: maneira, estilo ou forma, cujo apelo é estético ou afetivo (LIPOVETSKY, SERROY, 2014).

O acesso ao reconhecimento do atributo *fashion* pode ocorrer de maneira direta. Por exemplo, quando o produto merece ser adquirido ou o comportamento deve ser imitado, porque foi diretamente reconhecido pelo observador como belo, inovador, glamoroso ou encantador.

O reconhecimento, também, pode ser desenvolvido por recorrência, a partir de observações constantemente realizadas pelo observador. Por exemplo, ao notar uma grande quantidade de automóveis novos e brancos que estão circulando nas ruas, o observador passa a reconhecer e valorizar essa tonalidade como atributo *fashion* ou de Moda.

O reconhecimento pode, ainda, decorrer de uma informação endossada por uma ou diversas personalidades que inspiram admiração, credibilidade ou revolta no observador. Por exemplo, o observador foi informado por um vizinho a quem admira ou teve acesso à declaração de uma personalidade da televisão ou, ainda, foi humilhado por um oponente social com a notícia de que estão na moda gravatas mais largas. Depois disso, o observador passa a notar, admirar e desejar (afetivamente) esses acessórios como signos de Moda.

4 MODA: ÁREA DE ESTUDOS E ATIVIDADES ACADÊMICAS

No contexto acadêmico, o termo substantivo próprio “Moda” designa um conjunto de fenômenos de caráter cultural, sendo esses fenômenos emergentes, socialmente influentes, efêmeros, cíclicos e de abrangência variável:

- É emergente porque se destaca do comum, contrariando os hábitos e a tradição já estabelecida.
- É socialmente influente, porque reúne fenômenos coletivos que afetam diferentes públicos, com maior ou menor abrangência em relação ao espaço e ao tempo de influência.

- É efêmero, porque a continuidade ou persistência de um fenômeno implica na perda de sua condição de “fenômeno de moda”.
- É cíclico porque alguns aspectos ou procedimentos que compõem uma tendência de Moda tendem a reaparecer de maneira original ou evoluída em outras tendências de Moda.

De maneira geral, os fenômenos sociais de Moda são rapidamente assimilados, disseminados e, muitas vezes, eliminados na dinâmica cultural. Contudo, os que não são eliminados e persistem perdem sua condição de fenômeno de Moda, por terem sido integrados no contexto habitual da tradição.

Moda caracteriza uma temática ou um amplo e diversificado objeto de estudo acadêmico. Por ser um conjunto de fenômenos, a temática “Moda” pode também ser recortada em conjuntos particulares de fenômenos ou fenômenos individualizados, caracterizando diferentes objetos específicos de estudo.

Não há objetos ou produtos que sejam parte do fenômeno Moda apenas por existirem. Pois, um produto deve estar em Moda, como uma condição circunstancial, ou seja, uma condição efêmera ou não permanente. Estudar Moda não é especificamente pesquisar ou estudar produtos de vestuário, acessórios ou atitudes sociais, entre muitas outras possibilidades.

O estudo de Moda recai sobre aquilo que se apresenta como fenômeno coletivo, em decorrência da emergência de produtos ou comportamentos que, durante breve período de tempo, contrariam os hábitos culturais, os quais já são socialmente recorrentes e compõem a tradição.

Os fenômenos de Moda, produtos ou comportamentos, tendem a ser estabelecidos como tendências de curta duração. Uma tendência é caracterizada por potenciais de coletividade e permanência, ou seja, é um fenômeno que tende a se alastrar e permanecer. Portanto, um fenômeno de Moda não pode ser tão breve ou efêmero que não caracterize uma tendência. Mas, tão pouco, pode ser percebido como uma tendência tão prolongada,

ao ponto de ser convertida em hábito e inserida na tradição. Dessa observação, decorreram duas consequências, justificando o desenvolvimento de outros campos de estudos:

1. O primeiro abriga os estudos de previsão de tendências, inclusive, visando atender aos interesses em inovação de diversas empresas que, entre outras motivações, buscam renovar suas linhas de produtos ou serviços, antecipando-se no atendimento de demandas futuras diante da concorrência.
2. O outro abriga estudos sobre o percurso de desenvolvimento e alastramento de tendências, também, visando atender diferentes interessados no seu ciclo de vida, desde quando emergem como moda, até o período de eliminação ou assimilação das tendências pela cultura vigente no contexto social.

Na prática, observa-se em alguns setores, como o da indústria de vestuário, que o interesse em prever as tendências foi substituído pelo esforço em impor tendências, através do domínio da comunicação publicitária ou da forte influência sobre a comunicação especializada. A obsolescência estético-simbólica dessas imposições também é previamente programada, de acordo com o cronograma de lançamentos de novas coleções de produtos. Portanto, isso não caracteriza fenômenos genuínos de Moda, apesar de comporem temática relevante aos estudos dessa área do conhecimento.

O fenômeno ou objeto de Moda não é caracterizado apenas pela mudança ou inovação. Pois, há diversas mudanças ou inovações definitivas, enquanto as manifestações de Moda são de natureza cíclica. Por exemplo, em situações regulares, é possível obter-se sucesso com a realização de partos normais ou com operação cesariana, havendo constantes melhorias técnicas nos dois procedimentos. Assim, a despeito das vantagens ou desvantagens específicas ou contextuais de cada procedimento, há a contínua possibilidade de uma tendência coletiva entre mulheres grávidas em optarem por um ou outro procedimento. Neste caso, é possível dizer que, em determinado tempo e lugar, o parto normal está em Moda. O mesmo pode ocorrer com fenômenos muito diferentes, outro exemplo, é a retomada e a constante disseminação da recompra e do uso de discos musicais

de vinil. Assim, apesar da tecnologia digital destinada à gravação e à audição de músicas, é possível dizer que, em certo tempo e lugar, colecionar e ouvir músicas em disco de vinil está em Moda.

Por tudo isso, considera-se que a palavra “Moda” abriga e relaciona uma ampla diversidade de fenômenos, os quais são relacionados por aspectos comuns e delimitados, caracterizando uma área específica do conhecimento. Os fenômenos da área de Moda são relacionados com outras áreas do conhecimento. Mas, em sua totalidade, envolvendo teoria, arte e tecnologia, os fenômenos de Moda não são integralmente contemplados em nenhuma outra área ou disciplina específica.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ciência Matemática, por exemplo, é considerada pura ou formal porque é plenamente teórica, abstrata e convencional (MARCONI; LAKATOS, 2004). Todavia, as relações propostas na linguagem matemática são aplicadas aos objetos físicos e aos procedimentos humanos para dimensioná-los e organizá-los. Neste sentido, as figuras geométricas servem de elementos e instrumentos visíveis para aplicação de Ciência nos fazeres e nos produtos humanos.

A aplicação obrigatória e sistemática de Ciência sobre as atividades da arte ou da técnica caracteriza o campo de Tecnologia (CUPANI, 2004), como produto de Ciência Aplicada. Por exemplo, tradicionalmente, há o uso de esquadros e réguas de corte na produção de peças de vestuário, havendo inclusive alguns instrumentos geométricos específicos para possibilitar a expressão de certas tendências de Moda.

Em síntese, a ciência Matemática participa parcialmente da ciência de Moda, por exemplo, quando é aplicada na composição do repertório instrumental da tecnologia do vestuário de Moda. Entretanto, apesar da área de Moda abrigar Ciência e Tecnologia, assim como em outros setores de Ciência Aplicada, a sensibilidade, a intuição e o senso de oportunidade ainda são, pelo menos parcialmente, responsáveis pela eficiência das ações no

processo de manejo e composição da realidade. Pelo menos parcialmente, os conhecimentos lógico-científicos e tecnológicos dependem também de arte ou “sabedoria”.

A palavra Moda é apresentada aqui como designação de uma área do conhecimento. Isso já consta em estrutura oficial do Ministério da Cultura com Setorial própria de Moda, apesar de ainda não aparecer em tabelas oficiais do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI/CNPq) e Ministério de Educação (MEC/Capes). Todavia, trata-se de uma área interdisciplinar, cujo objeto de estudo é composto pelo conjunto de fenômenos culturais emergentes, socialmente influentes, efêmeros e cíclicos. No campo teórico, Moda é especialmente relacionada com Filosofia, Antropologia, Psicologia, Sociologia, História, Economia e outras. No campo tecnológico, Moda é especialmente relacionada com Engenharias, Design, Arquitetura, Informação, Comunicação, Administração, Marketing, Publicidade e outros. No campo artístico, Moda é especialmente relacionada com Estilismo, Artesanato, Artes Aplicadas, Artes de Entretenimento e outros.

A pergunta mais geral que caracteriza uma pesquisa em Moda é a seguinte: “Quais as razões, as características, as dimensões e as implicações que justificam um fenômeno ou um conjunto de fenômenos como objeto pertinente à área do conhecimento de Moda?”

Além disso, há diferentes estudos e pesquisas, mais específicos, que subsidiam a arte, a tecnologia e a teoria aplicadas no estudo e desenvolvimento de produtos e processos de Moda. Isso implica em teoria e prática de Estilismo; teoria e prática de Design de produtos de Moda; estudos teórico-práticos de Engenharias, Marketing, Comunicação, Informação, Comunicação, Publicidade e outros relacionados aos fenômenos de Moda.

REFERÊNCIAS

ACHROL, R.S; KOTLER, P. Frontiers of the Marketing Paradigm in the Third Millennium. **Journal of the Academy of Marketing Science** 40(1). 2012, p. 35-52.

BAITELLO JR., N. **O Animal que Parou os Relógios**. São Paulo: Annablume, 1997.

BONSIEPE, G. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

BUNGE, M. **La Investigación Científica: su estrategia y su filosofía**. Barcelona, Espanha: Ariel, 1969.

_____. **Pseudociencia e Ideología**. Madri, Espanha: Alianza, 1985.

BYSTRINA, I. **Tópicos de Semiótica da Cultura**. São Paulo: PUC/SP, 1995.

COUTO-SOARES, M. L. **A Estrutura do Conhecimento Tácito em Polanyi: um paradigma pós-crítico para a epistemologia?** 2012. Disponível em: <<http://mlag.up.pt/wp-content/uploads/2012/01/Conhecimento-T%C3%A1cito.pdf>>. Acessado em 03/03/2013.

CUPANI, A. A Tecnologia como Problema Filosófico: três enfoques. In: **Scientia e Studia**, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 493-518, 2004.

DAVIS, Donna F., Susan L. Golicic, Courtney N. Boerstler. Benefits and Challenges of Conducting Multiple Methods Research in Marketing. **Journal of the Academy of Marketing Science** **39(1)**. 2011, p. 467-479.

HUNT, D., VITELL, Scott. A General Theory of Marketing Ethics. **Journal of Macromarketing** **(6)1**. 1986, p. 5-16.

JAPIASSU, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário Básico de Filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **O Capitalismo Estético na Era da Globalização**. Lisboa/Portugal: Edições 70, 2014.

MARCONI, M. e LAKATOS, E. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2004.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação de Conhecimento na Empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

SANTAELLA, L. **A Assinatura das Coisas: Peirce e a literatura**. Rio de Janeiro: Imago, 1992.

VAREY, Richard J. Internal Marketing: a review and some interdisciplinary research challenges. **International Journal of Service Industry Management**, vol. 6, issue 1, p. 40-63. 1996.