

Método de Pesquisa de Moda Aplicado em Sala de Aula

Marina Seibert Cezar¹

Resumo

O presente artigo tem como intuito relatar a metodologia elaborada e aplicada na disciplina de Pesquisa e Criação de Moda, inserida no curso de graduação do Centro Universitário Feevale. A consolidação dá-se por meio de uma investigação desenvolvida a partir de quatro principais pilares: comportamento humano, desfiles de moda, público e temática. Essas diretrizes edificam um conjunto de técnicas e processos cabíveis que resultam em um Caderno de Tendências, usado como instrumento metodológico e aplicável em diversos segmentos da área de moda. Objetiva-se com isso, explorar a capacidade criativa do aluno, a partir da identificação, decodificação e aplicação de dados coletados por meio de uma pesquisa que se estende durante um semestre letivo.

Palavras-chave: pesquisa, moda, tendência.

Abstract

The present article has as intention to describe the elaborated methodology and applied at the Fashion Research and Create discipline, inserted in the graduation course of Centro Universitário Feevale. The consolidation is given by an investigation developed from four main pillars: human behavior, fashion shows, target public and thematic. Those guidelines edify an assembly of logical techniques and reasonable processes, that will result in a Trend Book, used as methodological instrument and applicable in many areas of fashion. With this, the objectives are to explore the student creative capacity, starting from identification, decoding and application of information collected through a research that will range the whole school semester.

Key Words: research, fashion, trends.

¹

CEZAR, Marina Seibert

Professora do curso de Design - Habilitação em Design de Produto - Ênfase em Design de Calçados e Acessórios, e do curso de Design de Moda e Tecnologia, do Centro Universitário Feevale/ RS. Responsável pelo Núcleo de Pesquisa do Centro de Design Feevale. Formada em Tecnologia em Moda e Estilo pela UCS - Caxias do Sul/ RS. Especialista em Cultura de Moda pela Anhembi Morumbi/ SP. marinac@feevale.br

1. Introdução

O fenômeno da globalização vem sendo posto como forte aliado ao tratar a atualização de informações de mundo tão essencial quanto obrigatória. Essa vertente mostra-se eminentemente relevante, uma vez que a moda baseia-se na constante mudança e na valorização do novo, tornando a pesquisa na área um processo ininterrupto, assim como Lipovetsky coloca que moda é o “Prazer ocasionado pelo estímulo da mudança, a metamorfose das formas, de si e dos outros.” (LIPOVETSKY, 1989:62)

Pela pesquisa de tendência de moda ter o caráter da imprevisibilidade, já que tem ligação com ser humano, que é movido a desejos, inquieta-nos a estudar uma maneira de amenizar o grau de dúvida, diminuindo, assim, possíveis erros e auxiliando a tomada de decisão.

O estudo a ser apresentado possui como ponto de apoio essa premissa, manifestado por quatro principais pilares, consolidados entre: análises de desfiles de moda, público a ser estudado, comportamento humano e suas consequências a médio e longo prazo, além da temática. Esse método de atividade é realizado na disciplina de Pesquisa e Criação de Moda, integrante da grade curricular do curso de graduação de Design de Moda e Tecnologia, bem como do curso de Design – Habilitação em Design de Produto – Ênfase em Design de Calçados e Acessórios, ambos da Feevale, instituição localizada na cidade gaúcha de Novo Hamburgo, região metropolitana de Porto Alegre.

Cabe aqui ressaltar que, além deste trabalho, outros mais são aplicados em aula durante o semestre letivo, como relatórios, visita a galeria de artes, exercícios de interpretações de sinais comportamentais em imagens de revistas, entre outros, fortalecendo o aprendizado na área. Das atividades, será apenas uma relatada, pois é a que melhor representa a relação teoria e prática.

No decorrer, a palavra “Caderno” será trabalhada em letra maiúscula para uma melhor compreensão, conduzindo o significado não literal, e sim como o resultado da pesquisa, também aceito como “*Book*”.

2. O Método

A formação do Caderno modela-se com base em um conjunto de técnicas e processos, que são suportados constantemente pelo caráter da imparcialidade, curiosidade e, principalmente, de sensibilidade para captação de sinais comportamentais, caráter este que é manifestado a partir do pensar de cada aluno, tornando, assim, cada trabalho singular.

Todas as etapas para a construção do Caderno são explicadas no primeiro dia de aula, por meio de um roteiro de trabalho, de forma superficial e abrangente, porém esclarecedora, com o intuito das turmas conseguirem construir uma visão do esquema como um todo e, dessa forma, já procurar suas referências, de um modo que não se acumulem tarefas ao final do semestre. Logicamente, à medida que vão sendo executadas, as explicações tornam-se recorrentes a cada passo dado pelo grupo ou indivíduo.

A construção não necessita de uma ordem cronológica, muito menos hierárquica, pois todas as etapas desempenham funções distintas, mas igualmente relevantes ao contexto final. Todos os passos vão fortalecendo-se conjuntamente e relacionando-se à medida que o estudo vai sendo desenvolvido.

A metodologia consolida-se a partir de quatro principais plataformas já citadas, que serão explanadas a seguir. Os estágios seguiram uma ordem meramente de desenvolvimento, os quais os acadêmicos são aconselhados a acompanhar, equivalente à demanda de tempo necessária para tal.

2.1 Desfiles

Esta é a etapa que exige mais tempo na sua compilação e, por esse motivo, é esclarecida a sua idealização logo no primeiro mês do semestre letivo.

Por se tratar de um trabalho que tem como seu intuito ser autoral, cada grupo ou aluno pode optar em resgatar desfiles tanto do hemisfério norte quanto brasileiros, leia-se hemisfério sul, esses relativo à estação mais próxima a chegar. Após a escolha da estação a ser trabalhada (inverno ou verão), coletam-se no mínimo dez desfiles, cujas opções devem ser justificadas na apresentação oral e entrega do trabalho escrito. Esse número, ao mesmo tempo que representa uma porcentagem grande para os alunos analisarem em aula, é um grau muito pequeno de todos os desfiles relevantes no mundo da moda. Por esse motivo, aqui vale ressaltar que o foco principal desse exercício é

ensinar o método, para que, posteriormente, cada aluno saiba fazê-lo sozinho e da maneira que melhor couber na sua função como profissional.

Cada coleção é analisada de forma imparcial, registrando, em um arquivo no Excel, as descrições dos pontos relevantes do que é observado, sendo eles: tema, elemento de estilo, matéria-prima, estampa, cor, vestuário (subdividido entre as peças), calçado (idem), silhueta, artefato, acessório e ainda a observação. É levado em consideração o foco de interesse de cada aluno, o que faz com que a turma discorde em suas preferências de atuação, divergentes entre acessórios, calçados, artefatos e vestuário. Cada um pode escolher o(s) segmento(s) para se aprofundar e o restante analisar de forma mais superficial.

Em seguida, são feitas análises quantitativas, ou seja, o acadêmico computará numericamente o aparecimento de tudo o que foi registrado posteriormente na seleção, gerando um relatório segmentado. E, para finalizar, os resultados alcançados nessa etapa são comparados com a respectiva estação passada, colocando em prática os ensinamentos dados em aula de que uma tendência enquadra-se a uma determinada durabilidade, de acordo com Treptow, que afirma: “Moda é um fenômeno que passa pelas seguintes fases: lançamento, aceitação, cópia e desgaste.” (TREPTOW, 2003:27)

Durante os diagnósticos, os alunos são instigados a consultar periódicos especializados, tais como a francesa *Textile Report*, a inglesa *I-D Magazine* e a holandesa *View*, além dos *Bureaux de Style*, como o *Nelly Rodi*. Toda a bibliografia indicada para estudos e confirmações é sempre de acordo com a disponibilidade do acervo bibliográfico da instituição.

2.2 Mapa de valores e sensibilidades emergentes

Por meio do conceito de que o modo como é coberto o corpo trata das consequências do modo de pensar do próprio ser humano, viabilizando a comunicação não-verbal chamada moda, sustenta-se a importância do monitoramento do pensamento no inconsciente coletivo situado no macroambiente.

Os acadêmicos percebem esse princípio de imprevisibilidade e identificam variáveis que podem gerar anseios de mudança, o que acarretará na decisão de compra. Conforme as próprias palavras de Caldas: “A rigor, não se trata de previsão, mas de um exercício que ajuda a avaliar as possíveis consequências acarretadas por cada tipo de

escolha.” (CALDAS, 2004:41). Tratado o modo de pensar como objeto de estudo, os alunos estabelecem relação por meio de um olhar apurado e sensível a fatos, movimentos e manifestações que podem acarretar em um desejo de mudança e influência de gostos e estilos.

Nessa etapa do processo, os acadêmicos são instruídos a levantar hipóteses de sinais comportamentais e estabelecer uma discussão em sala com seus colegas, por meio de aulas interativas e exercícios de identificação e interpretação, podendo as mesmas, se assim estiverem em concordância, serem aproveitadas para o Caderno.

2.3 Público

Nesta etapa do trabalho, os acadêmicos têm o dever de optar por algum público, desde que não seja estereotipado. Grupos que, de alguma forma, ainda não são muito explorados pelo mercado de moda, por se tratar de um nicho considerado ainda excluído socialmente, ou apenas diferente, levando em conta os arquétipos da sociedade contemporânea.

A pretensão desta etapa é, de alguma forma, mesmo que passageira, abordar o pensamento paradigmático da escolha de público-alvo, tornando a exclusão social um tema a ser refletido, no qual se mostra inumeravelmente o seguinte quadro: jovens, do sexo feminino, de poder aquisitivo alto, independentes, felizes e que ainda cuidam do corpo e da mente. Via de regra, essa fragmentação da sociedade enquadra-se no estereótipo corporal e psicológico, o que é mais fácil de ser aceito, pois essas características atendem a exigências sociais de padrão de beleza contemporâneo.

Para não se estender nesse assunto social, aqui o desígnio é apenas para que os acadêmicos levem sempre em deferência que, quando é abordado o assunto moda, o destinatário é argumento fundamental na construção dos conceitos. Sua relevância no Caderno limita-se a levantar possibilidades de trabalhar com o atípico, sem a necessidade de se aprofundar em adequações de segmentação, ou seja, não é necessário lidar diretamente com a criação destinada para tal público, mas apenas sugerir sua inclusão em um mercado ainda tão restrito, além de alimentar a capacidade criativa.

2.4 Temática

A fim de gerar uma unidade conceitual ao trabalho impresso, a temática surge na intenção de proporcionar um efeito estratégico visual. A escolha desse universo interage com a estrutura do Caderno no que diz respeito a sua formatação. Por essa razão, a diagramação é de livre escolha, desde que não interfira no seu conteúdo e compreensão. A temática não tem um espaço de texto só para ela, como nas outras diretrizes, e sim é dissolvida e mostra-se evidente ao longo de todo o trabalho, como na seleção das folhas, fonte e tamanho das letras, cores, capa e tudo mais que possa envolver o seu *layout*.

3. Considerações Finais

Com este relato, pretende-se disseminar a construção e a aplicação de um conjunto de técnicas e processos que resultem no exercício do saber, através de um estudo de pesquisa de moda voltado ao mercado brasileiro. Assim como todo processo de aprendizagem, este método aqui explanado sofre constantes melhorias, respondendo a exigências tanto acadêmicas quanto mercadológica.

Este estudo, que é suportado por dados eficientes de argumentação, cria condições necessárias para que, ao final do semestre, cada aluno possa aplicá-lo na sua área de atuação, moldando-o de acordo com seu foco de interesse. Dessa forma, o acadêmico alcança subsídios para a criação de produtos de moda, os quais poderão utilizar em outras disciplinas como fonte de pesquisa ou até mesmo na sua área profissional, já que a sua construção leva em conta critérios reais. Ao inserir um trabalho acadêmico no âmbito do mercado, a produção de conhecimento estende-se, à medida que o acadêmico insere-se no mercado e põe em prática seus conhecimentos de forma tangível e imparcial, dialogando com a ética e o embasamento teórico. Nesse contexto, a filtragem adaptativa garante a aplicabilidade do Caderno no mercado-público, e o seu aproveitamento, por base da decodificação de vertentes, induz a atenuar a cultura da cópia, disseminando, dessa forma, o conceito de criação genuína, com base em pesquisa que gerará produtos com um denominador em comum: originalidade.

Referências bibliográficas

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

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero - A Moda e seus Destinos nas Sociedades Modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: Planejamento de Coleção.** Brusque: D.Treptow, 2003.