

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN
MESTRADO

Paul Cristina Visoná

**DESIGN ESTRATÉGICO E DESIGN DE MODA:
CONSTRUÇÃO DE PRINCÍPIOS METODOLÓGICOS PARA
O ESTUDO DE TENDÊNCIAS**

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN
MESTRADO

Paula Cristina Visoná

**DESIGN ESTRATÉGICO E DESIGN DE MODA:
CONSTRUÇÃO DE PRINCÍPIOS METODOLÓGICOS PARA
O ESTUDO DE TENDÊNCIAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Design Estratégico.

Orientador: Professor Dr. Fabio Parode

Porto Alegre
2010

Porto Alegre
2010

V832d

Visoná, Paula Cristina

Design estratégico e design de moda: construção de princípios metodológicos para o estudo de tendências / por Paula Cristina Visoná. -- Porto Alegre, 2010.

167 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design, Porto Alegre, RS, 2010.
“Orientação: Prof. Dr. Fabio Parode, Escola de Design”.

1.Design estratégico. 2.Design estratégico – Moda. 3. Moda – Cultura.
4.Cultura – Aspectos sociais – Moda. 5.Modas – Tendências. I.Parode, Fabio.
II.Título.

CDU 7.05
7.05:391
391

Catálogo na publicação:

Biblioteca Carla Maria Goulart de Moraes – CRB 10/1252

**Dedico esse trabalho a todas as pessoas
que me acompanharam nesse período,
compreendido entre maio de 2008
até o momento atual.**

*Agradeço especialmente ao Eduardo, que
me conduziu pelo caminho dos intertextos,
facilitando meu encontro com outros
universos interrelacionais.*

El diseñador piensa en formas susceptibles de seducir
a un público bien delimitado o más amplio, eso depende e
interviene en la vida social teniendo en cuenta un cierto
número de elementos; no hace falta forzar mucho
las cosas para ver en él a un especialista de la
antropología aplicada.
Marc Augé

RESUMO

A presente pesquisa apresenta a construção de um método para o estudo de tendências baseado nos procedimentos metodológicos do design estratégico e no conceito de intertextualidade. Pretende abordar de forma transdisciplinar os signos emergentes no meio sociocultural, antecipando os sinais representativos de mudança constituinte de tendências, a fim de operar na elaboração de estratégias projetuais. Parte-se do princípio que a antecipação dos sinais emergentes do meio sociocultural, permite identificar tendências e aprimorar as decisões estratégicas, contribuindo para a criação de diálogos entre organizações, indivíduos e artefatos de design. A perspectiva de comunicabilidade entre instâncias de representação de subjetividades, tal como arte, cinema, moda, etc., é fundamental para esse estudo, e o desdobramento teórico-metodológico da mesma permite a construção do escopo ferramental constituinte do método proposto.

ABSTRACT

The following research presents the construction of a method for trend studies based on the strategic design methodological procedures and the concept of intertextuality. It intends to approach in a transdisciplinary way the emerging signs from the sociocultural environment, anticipating the representative signals of constituent change of trends in order to work towards the development of projectual strategies. It considers the understanding that the anticipation of emerging signs from the sociocultural environment allows the identification of trends and the improvement of strategical decisions, contributing the creation of dialog between organizations, individuals and design artefacts. The communicability perspective between representation instances of subjectivities such as art, film, fashion, etc is essential for this study, and its theoretical and methodological unfolding allows the framing of the tools that constitutes the proposed method.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1: Obra	105
Ilustração 2: Coleção Seditioners de Vivienne Westwood, 1976	108
Ilustração 3: Look de Zandra Rhodes lançado na década de 1980	108
Ilustrações 4 e 5: Imagens dos artefatos utilizados por Rosenbaum para compor o lounge <i>Nize!</i>	123
Ilustração 6: Imagem de um projeto arquitetônico de <i>Hadid: Performing Arts Centre de Saadiyat Island</i> nos Emirados Árabes	140
Ilustração 7: Imagem do calçado de plástico desenvolvido pela marca Melissa em parceria com Hadid	141
Ilustração 8: Imagem de abertura do documentário produzido por Fleek, inédito em plataformas de disseminação de conteúdos visuais	145
Ilustração 9: Imagens das capas dos discos de grupos e artistas relacionados aos estilos musicais acima citados	147
Ilustração 10: Imagens vinculadas às plataformas acima relacionadas	148
Ilustração 11: Imagens das figuras icônicas acima citadas	151
Ilustração 12: Imagens da gravadora Optimal's Records	151

SUMÁRIO

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	9
CAPÍTULO I	
1.1 Design como projeto: o design e sua perspectiva estratégica	22
1.2 Design estratégico: o metaprojeto e a implementação da cultura do projeto	25
1.3 Estratégias e a inovação em nível de significados	28
1.4 Cultura e moda	34
1.5 Moda enquanto discurso e a disseminação signica através das tendências	41
1.6 Signos, sinais e o espírito do tempo	46
1.7 Sensibilidades emergentes e os fluxos criativos	52
1.8 Vetores de emissão de sinais e as dinâmicas de disseminação signica para a construção de novos significados	57
CAPÍTULO II – CONSTRUÇÃO DA METODOLOGIA	
2.1 Observação do meio sociocultural	67
2.2 Formas de observação	76
2.3 Método de observação em ambientes digitais	79
2.4 A intertextualidade como operador na identificação de sensibilidades emergentes	82
2.5 Pesquisa <i>Blitz Sky</i> e a constituição de enredos projetuais	89
CAPÍTULO III – RELAÇÕES ENTRE A METODOLOGIA PROPOSTA E CASOS PRÁTICOS	97
3.1 Relações entre a metodologia proposta e perspectivas macrosociais	101
3.2 relações entre a metodologia proposta e macrotendências	115
3.3 Relações entre a metodologia proposta e narrativas projetuais para artefatos de moda	125
3.4 Relações entre a metodologia proposta e microambientes de mercado	144
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	157
REFERÊNCIAS	162

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O design, segundo Flusser (2007), é uma área de conhecimento que busca associar arte e técnica, possibilitando o estabelecimento de pontes relacionais entre essas instâncias e o *socius*, a partir do ato de projeção de artefatos.

Nesse sentido, o design, na perspectiva do Design Estratégico, visa o desdobramento do ato de projeção de artefatos concomitante a uma lógica de estratégias envolvidas com as necessidades do mercado e os contextos de produção e consumo. Visto sob essa perspectiva, é possível projetar de forma sistêmica, produtos, serviços e experiências, bem como, a comunicação e a distribuição associadas aos mesmos. A relação entre essas etapas corresponde a uma forma abrangente de compreender as implicações do design junto às empresas contemporâneas e, segundo Celaschi e Deserti (2007), a associação entre essas instâncias em um projeto levam ao desenvolvimento de uma nova área de conhecimento, que pode ser intitulada de *mercado*logia.

Nesse sentido, pressupõe-se que um projeto de design vá além do ato de projeção de um artefato em si: é importante permear a projeção com elementos que possibilitem o desenvolvimento de estratégias mercadológicas, desenvolvidas de modo a posicionar empresas, organizações e marcas, aliando *know how* interno a variáveis diversas, de ordem social, cultural e econômica, dentre outras. Para tanto, mostra-se pertinente desenvolver métodos e ferramentas, possibilitando aos designers – vistos, sob essa lógica, como projetistas – caminhos para o desenvolvimento de mudanças significativas, no que diz respeito às mais variadas características que serão assumidas por um projeto. Essas mudanças podem ser entendidas como inovações, e essas inovações podem se estabelecer em diferenciados âmbitos correspondentes a projeção de artefatos.

Nesse ínterim, questões relativas a perspectivas intangíveis, como necessidades latentes e desejos condizentes aos indivíduos a quem o projeto será destinado, contribuem sobremaneira no desenvolvimento de aspectos projetuais, bem como, podem sinalizar caminhos para a inovação, pois, segundo Verganti et. al, a inovação também pode ser entendida como um processo que prevê o desenvolvimento de conhecimentos sobre necessidades dos usuários e sobre linguagens dos produtos. A transformação desses conhecimentos em aspectos intrínsecos aos artefatos compete aos envolvidos no ato de

projeção, extrapolando a dimensão forma e função tradicionalmente associadas ao design. (VERGANTI ET AL., 2006, p. 163-164).

Partindo, pois, da premissa que o Design Estratégico visa tanto o desdobramento das etapas de projeção de artefatos, como um novo entendimento acerca do design junto às organizações contemporâneas, objetiva-se a problemática geradora dessa investigação: a configuração de uma metodologia, a partir do Design Estratégico, para a identificação de sinais emergentes e a posterior constituição de tendências que sirvam de orientação estratégica para o Design de Moda. Essa problemática embasa-se em uma perspectiva transdisciplinar, de modo a oferecer caminhos para a configuração de cenários que possibilitem desdobramentos de inovações de significados para a projeção de artefatos de moda.

Segundo pressupostos condizentes com o desenvolvimento de etapas processuais do Design Estratégico, essa problemática se desenvolve na fase pré-projetual, também intitulada de fase metaprojetual, portanto, a fase anterior ao projeto de design propriamente dito. Nessa instância metaprojetual, a relevância de aspectos como coleta de dados, análise de mercado, pesquisa de estímulos e criação de possíveis vínculos inovadores é privilegiada, bem como, a análise da subjetividade condizente às necessidades – verbalizadas ou não – dos usuários a quem o projeto será destinado. Nessa fase, questões micro e macro-ambientais são analisadas de modo a sinalizar caminhos para o desenvolvimento de estratégias para empresas e organizações, privilegiando um modo de entendimento que parte, muitas vezes, do indivíduo (usuário) e suas relações no meio sociocultural.

Nesse sentido, essa investigação privilegia questões relativas a problemática da formalização do que é intangível, e questiona se essa prática pode apontar caminhos para o desenvolvimento de inovações que permitam a constituição de novas relações semânticas. Parte-se do pressuposto de que inovações possam se dar através de relações entre os artefatos e as construções de sentidos que esses constroem junto aos usuários, e às organizações/empresas. Para tanto, avalia-se a importância de diálogos verbais e não verbais, fragmentados no processo de semiose cultural que permeia o meio social. Esses diálogos podem ser percebidos através de sinais e signos, sendo esses potenciais emissores de significados, portanto, aqui entendidos como códigos geradores de significados, que cumprem o designio, segundo Flusser (2007) de substituir fenômenos operantes. Organizados segundo

uma lógica que permita a configuração de sentido, esses códigos podem objetivar relações significativas distintas, desdobrando significações conforme sua organização discursiva.

Desse modo, chega-se a um dos objetivos dessa pesquisa: a premissa de leitura do contexto sociocultural a partir de arranjos signícos, constituintes em artefatos, permitindo vislumbrar níveis de mediação simbólica entre esses – os artefatos –, os indivíduos e as relações que se desdobram no meio social. Nesse sentido, se está considerando o entendimento de texto (ou discurso), de modo amplo, portanto, a união entre signos e a geração de significados. Retoma-se a premissa de diálogos em níveis verbais e não-verbais, visto que a associação signíca poder ocorrer em ambas as instâncias. A perspectiva de análise da cultura material, assim, pode levar ao entendimento do atual estágio do imaginário coletivo, proporcionando meios de efetivar leituras lineares que proporcionem a compreensão do devir cultural. Nesse ínterim, está se argumentando que os artefatos são meios de materialização de subjetividade, e que esta se desdobra em várias áreas de mediação simbólica. Esses campos de formalização que também podem ser entendidos como áreas de representação da subjetividade, tendo, como um dos objetivos, a materialização da potência criativa que se desdobra entre indivíduos. Entende-se a moda como um desses campos, e a partir dessa consideração, buscam-se convergência analíticas para a constituição de discursos amplificados.

Nesse contexto, considera-se que a projeção de artefatos de moda é permeada por aspectos relativos a outras áreas de representação simbólica, e a convergência de diálogos entre essas pode levar ao desenvolvimento de características projetuais que amplifiquem o sentido do próprio artefato de moda. A perspectiva dessa prática é o desenvolvimento de cadeias de valor entre usuários (indivíduos), empresas/organizações e artefatos, e a investigação dessa dinâmica também se apresenta como um dos objetivos desse estudo. Parte-se da consideração de que a moda é, pois, um sistema signíco e, portanto, o resultado de suas fases projetuais podem objetivar artefatos que constituam diálogos não-verbais entre usuários, organizações e o processo de representação simbólica presente no meio social.

Nesse sentido, admite-se que a competência estratégica de uma possível metodologia que intente antecipar o devir cultural mostra-se relevante para a execução projetual, e investigar esse processo é o objetivo maior desse estudo. Têm-se como premissa de fundo o entendimento de que discursos podem servir para a elaboração de estratégias diversas, visto que fragmentos discursivos dispersos no meio sociocultural podem contribuir para a

formalização de artefatos com *import* simbólico significativo, potencializando instâncias de reconhecimento da subjetividade imanente a diversos indivíduos em projetos de moda. Essa dinâmica permite o reconhecimento do teor de inter-subjetividade operante no meio sociocultural, aproximando essa investigação do que poderia se caracterizar como percepção e apreensão do intangível. Para tanto, supõe-se que configurar narrativas carregadas de sentido, partindo da multiplicidade discursiva presente no meio sociocultural, pode se caracterizar como uma vantagem estratégica para as organizações que atuam projetualmente no campo da moda. Assim, esse estudo busca desenvolver ferramentas metodológicas e conceitos que possam ser operantes para a prática projetual, procurando dar conta da organização de códigos e do seu potencial relacionamento com sensibilidades emergentes no contexto sociocultural. Em vista disso, parte-se do pressuposto que essas sensibilidades podem estar desdobrando características conforme o desenvolvimento cultural da sociedade, ou seja, permeando relações e acontecimentos (fenômenos) que se desenvolvem entre os indivíduos em sociedade, emitindo sinais passíveis de análise, ou seja, decomposições que embasem posteriores composições, permitindo, através dessa prática, inovações em níveis de significados pelas associações efetivadas, *a posteriori*, no conjunto.

Para cumprir tal dinâmica, portanto, para proporcionar meios de decompor e recompor códigos, essa investigação baseia-se na orientação epistemológica circunscrita ao estruturalismo. Essa orientação serve como base de configuração de aportes analíticos desenvolvidos no estudo, visto a preponderância da geração de significados implicada no processo de construção e desconstrução de estruturas.

Segundo Puillon, como estrutura pode-se compreender tudo aquilo que nos revela a análise interna de uma totalidade, seja essa totalidade um corpo vivo, um mineral, um discurso, etc. As relações entre os elementos que compõe essa totalidade dão conta de um sistema, e esse sistema traduz-se em uma estrutura (PUILLON apud COELHO, 1996, p.3).

Entende-se, pois, que esse fundamento teórico pode corroborar na investigação do processo de constituição de relações entre arranjos signícos, mediação simbólica e inovação em nível de significados. Segundo Barthes, “estrutura é, pois, de facto, um *simulacro* do objecto, mas um simulacro dirigido, interessado, uma vez que o objecto imitado faz aparecer alguma coisa que permanecia invisível, ou, se se preferir, inteligível ao objecto natural.” (BARTHES apud COELHO, 1996, p.21).

Ora, a decomposição de estruturas pode, então, levar ao teor de simulacro envolvido no ato de projeção e, conforme considerações de Barthes, esse simulacro é o próprio homem e as relações que o envolvem. O novo, nessa perspectiva, pode se dar através de uma alteração realizada no conjunto de variáveis presentes em uma – ou mais – estruturas, e essa alteração pode ser efetivada através de mecanismos interpretativos, relativos tanto aos designers (projetistas), como aos próprios indivíduos.

A teorização estruturalista também prevê a relação entre estruturas distintas, algo central nessa investigação, visto que, conforme já foi anunciado, a projeção de artefatos de moda pode ser permeada por convergências signícas, relativas a campos distintos no processo de semiose cultural. Essa convergência pode se dar pelo nível de comunicabilidade entre códigos relativos a formalizações efetivas (estruturas), sendo que as mesmas visam tangibilizar as relações subjetivas estabelecidas pelo teor de mediação envolvido em artefatos que dêem conta desse processo.

Compor e decompor as estruturas são formas de encontrar os simulacros nos quais se inserem os códigos, associá-los é, pois, perceber as interrelações que se engendram entre os signos e os significados, para, por fim, conhecer os meios de objetivação do intelecto humano.

Assim, a análise do teor relacional que se constrói entre o sistema da moda e outros sistemas (outras estruturas e suas complexidades), pode ser configurada a partir da identificação de códigos e das potenciais replicações dos mesmos em formas de representação distintas, como arte, música, cinema, mídias, dentre outras. O sentido que se opera a partir dessa dinâmica, tanto serve para legitimar a moda como forma de representação de aspectos subjetivos inerentes ao meio sociocultural, como pode servir para renovar sua sistemática de atuação junto aos indivíduos.

Devido ao teor de intangibilidade das variáveis implicadas nessa investigação, a mesma se inscreve no quadro metodológico característico de pesquisa de cunho qualitativo.

A partir dessa sistemática de investigação, utiliza-se o *estudo de caso* e a *coleta de dados* como forma de: “[...] apreender a totalidade de um situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto” (MARTINS E THEÓPHILO, 2007, p.61).

Nesse sentido, entende-se que esse formato analítico pode levar, segundo Martins e Theóphilo, ao desenvolvimento de coletas e análise de dados concretos, potencializando encadeamentos de evidências e avaliações da teoria previamente admitida e desenvolvida na

investigação, com a finalidade de construir uma teorização que dê conta de instâncias implicadas na constituição de um estudo (MARTINS; THEÓPHILO, 2007).

Para poder investigar a problemática dessa pesquisa, desenvolvê-la teoricamente e dar conta dos cruzamentos de dados e análises a partir de exemplos – casos – concretos, elegeu-se quatro casos distintos. Em cada um desses casos, buscou-se as semelhanças entre as metodologias de constituição de tendências aplicadas e o escopo ferramental/metodológico proposto por esse estudo. Ao mesmo tempo, procurou-se contemplar cruzamentos de dados entre os mesmos, de modo a demonstrar as semelhanças existentes nas práticas metodológicas operantes, independente da questão temporal implicada no processo de configuração de tendências. Apenas no último exemplo – no quarto caso – foi empregada uma fórmulação distinta, visto esse se constituir como um exemplo aplicado da metodologia proposta nesse estudo.

Nesse interim, buscou-se a inclusão dos seguintes casos no desenvolvimento dessa investigação: metodologia de constituição de tendências de ciclo longo, correspondendo ao título de *Perspectiva Macrosociais*, desenvolvida pela socióloga Susana Saulquin. Esse caso foi escolhido devido ao fato que Saulquin trabalha com a constituição de tendências para períodos longos, compreendidos em até dezoito anos. Suas considerações se dão em plataformas analíticas de três de uma tendência. Para a socióloga, a moda constitui-se como um campo de análise de complexidades, permitindo a configuração de análises do devir em nível macro-social. Procurou-se esse caso também pelo fato de Saulquin analisar as relações existentes entre acontecimentos sociais e características arranjadas em objetos (artefatos), visto esse ser um dos pressupostos fundamentais para o estudo a partir do escopo teórico e ferramental do mesmo. Para esse estudo, essas características assumem o *status* de códigos, passíveis de decodificação e assimilação por instâncias projetuais.

Outro caso incluído no desenvolvimento dessa investigação circunscreve-se a metodologia empregada pela empresa de comercialização de conteúdos de tendências, WGSN. A inclusão desse caso contempla a constituição de tendências concomitantes a outra abordagem temporal. Analisou-se, assim, a configuração das chamadas *Macro*tendências, elaboradas a cada dois anos pelo time de *experts* da empresa. A metodologia empregada pela empresa, para efetivar tal tarefa, busca relacionar acontecimentos (fenômenos) operantes na atualidade a diversas áreas de projeção, tendo a moda como um dos campos de atenção e convergência analítica. As *Macro*tendências constituídas pela WGSN, assim, partem das

relações entre campos de representação de subjetividades e visam a futura configuração de insights criativos a projetos, tanto de moda, como de outras áreas. Ao eleger tal caso para a coleta de dados, buscou-se a constituição de cruzamentos entre apontamentos feitos por Saulquin e as orientações teóricas que fundamentam o escopo ferramental da metodologia construída nesse estudo. Essa prática visa oferecer subsídios de como a metodologia proposta nessa investigação constrói relações com distintas abordagens de constituição de tendências. Nesse sentido, entende-se que, independente da dimensão temporal implicado no processo, as etapas apontadas nesse estudo podem auxiliar na configuração de estratégias para projetos de moda.

O terceiro caso, incluído no desenvolvimento dessa investigação, diz respeito ao método de análise de dados para a composição de uma temática central de desenvolvimento projetual que, a título dessa investigação, convencionou-se chamar de narrativas projetuais. Esse método é circunscrito aos projetistas da marca de calçados de plástico Melissa, e esse caso foi escolhido por se inscrever de forma relevante no campo da moda atual. Buscou-se, assim, compreender os possíveis cruzamentos entre os pressupostos de orientação desse estudo e outra dinâmica temporal de constituição de tendências, compreendida no prazo de, praticamente, um ano. Essa dimensão temporal, segundo os projetistas da marca, começa a ser considerada de modo retroativo, sempre tendo em conta o lançamento de uma nova coleção de calçados Melissa. Partindo desse pressuposto, engendraram-se novos cruzamentos entre dados e aportes teóricos, potencializando a configuração de relações entre os casos predecessores e a teorização fundamental da metodologia de constituição de tendências proposta nessa investigação. Nesse sentido, procurou-se entender quais as implicações entre sensibilidades emergentes no meio sociocultural e a projeção de artefatos de moda, mesmo que circunscritos a uma área específica de atenção (no caso, calçados de plástico).

O quarto e último caso busca demonstrar as relações entre micro e macro-ambientes socioculturais, embasando esse cruzamento a partir do desenvolvimento de conteúdo para uma área específica do portal de pesquisa de moda *Usefashion*. Essa área do portal chama-se *Tribos Urbanas* e prevê, periodicamente, o desenvolvimento de conteúdo analítico sobre um coletivo urbano determinado, um potencial nicho de mercado: um microambiente relacional que exponencialmente aponta para o devir cultural a partir de sensibilidades emergentes relacionadas a um número reduzido de indivíduos. A inclusão desse caso deveu-se ao fato do mesmo demonstrar, de modo operativo, o funcionamento das etapas que compõe a metodologia de constituição de tendências proposta nessa investigação, além de contemplar

um dos objetivos de estudo dessa pesquisa, ou seja, investigar como o devir sociocultural é passível de ser projetado tanto em nível macro, quanto micro ambiental. Parte-se do entendimento que ambos possuem relações entre si, convergindo para novos entendimentos quanto a projeção de futuros artefatos de moda com inerente *import* simbólico.

Para contemplar a coleta de dados dos três primeiros casos, foram realizadas entrevistas com diversos profissionais. Essas entrevistas corresponderam a formalização semi-estruturada, pois entende-se que essa modalidade de entrevistas pode dar subsídios para encontrar respostas às proposições levantadas ao longo desse estudo, bem como, auxiliar na fundamentação e constituição de uma metodologia de Design Estratégico para o design de moda.

Essa modalidade de entrevistas também possibilita a percepção de aspectos subjetivos, construindo uma importante relação com pressupostos fundamentais desse estudo e os casos eleitos.

O escopo de perguntas, fundamentalmente, correspondeu às seguintes questões:

- 1) Qual a metodologia de identificação de sinais, e fragmentos discursivos, que potencialmente podem levar à constituição de tendências, empregada (pela empresa, pelos projetistas ou, pela profissional que trabalha com a projeção do devir)?
- 2) Quais são os passos constitutivos dessa metodologia e quais os pressupostos de orientação (existe uma perspectiva de relevância de acontecimentos operantes, fenômenos de transformação, ou aporte analítico implicada no processo)?
- 3) É possível analisar, a partir dos artefatos (independente da área de representação que o mesmo esteja circunscrito), características que apontem para acontecimentos operantes em nível sociocultural? Qual a implicação dessa análise na constituição de tendências, macro-tendências ou narrativas projetuais?
- 4) Qual a dimensão temporal implicada no processo de constituição de tendência empregado pela empresa, pelos projetistas ou pelo profissional?
- 5) Existe uma dimensão estratégica – posicionamento de mercado, direcionamento projetual, ou outra – implicada no processo de constituição de tendências, macro-tendências ou narrativas projetuais empregada?

- 6) Qual a importância de configurar caracterizações projetuais a partir da percepção do *intangible*?
- 7) É possível circunscrever algumas áreas de representação, para a posterior análise e relevamento de dado que permitam a constituição de cenários de projeção do *devir*?

Esse escopo de questionamentos serviu de orientação prévia para a coleta de dados fundamental dos casos *Perspectiva Macrossociais*, relativo à socióloga Susana Saulquin, *Macrotendências*, relativo à empresa WGSN, e narrativas projetuais, circunscrito à marca de melissa. Tendo essas perguntas por base, foram efetivados novos questionamentos, sendo esses realizados conforme o desenvolvimento das entrevistas no momento de realização das mesmas. Essa liberdade de relevância corresponde ao método de entrevistas eleito para tanto – como já foi anunciado anteriormente nesse trabalho. Nesse sentido, novos e importantes dados foram oferecidos. Para cada entrevista realizada, foram eleitos os dados mais significativos, no intuito de proporcionar a melhor compreensão da importância desse estudo para o campo do design de moda e, conseqüentemente, para a configuração de análises que permitissem compreender como é possível projetar o *devir* e, assim, configurar estratégias de projeção.

Por sua vez, as análises construídas a partir do quarto exemplo – o caso relativo ao conteúdo periódico construído para o portal de pesquisa de moda *Usefashion* – caracterizam-se a partir da prática com os instrumentos metodológicos que compõe o escopo ferramental proposto ao longo dessa investigação. Nesse sentido, o quarto caso, realizado com a colaboração da mestrandia em design Ana Bender, pode ser considerado uma experimentação do método, permitindo um formato de visualização do funcionamento operativo das etapas que constituem a metodologia de constituição de tendências aqui proposta.

A metodologia, que visa oferecer soluções a problemática desse estudo, constitui-se a partir das seguintes ferramentas e conceitos ativos:

- 1 – Observação de contextos de mediação simbólica. Essa observação pode ser efetuada através dos métodos de etnografia e netnografia. Entende-se, pois, que ambas formas de observação possibilitam a análise do teor relacional existente entre objetos (artefatos) e indivíduos, permitindo a constituição de um discurso que dê conta de anteciper desdobramentos intersubjetivos. Desse modo, entende-se que contextos concretos e não-concretos (virtuais) de fruição apresentam-se como ambientes de promoção de trocas

simbólicas entre artefatos e indivíduos. Assim, a realização de observações orientadas, no sentido de perceber aspectos subjetivos, podem levar a construção de análises a respeito do teor comunicacional entre sensibilidades emergentes no contexto sociocultural e sinais desdobrados em várias plataformas de representação.

Esses contextos de observação tanto podem ser relacionados a campos circunscritos – como arte, arquitetura, música, cinema e mídias – como a espaços de socialização entre indivíduos (microambientes relacionais), que também podem atingir o *status* de acontecimentos preponderantes, instaurando interconexões entre necessidades latentes relativas aos indivíduos e perspectivas projetuais. Esses microambientes relacionais se desenvolvem em plataformas de objetivação de trocas, como comunidades sociais (presentes no ambiente digital), sites, blogs e microblogs.

2 – Intertextualidade: esse conceito operativo apresenta-se de sua importância na configuração do método proposto nessa investigação. Inclui-se a intertextualidade por entender que o meio sociocultural é permeado por signos que visam gerar significados, e que essa dinâmica se estabelece a partir da necessidade de dar vazão à subjetividades latentes. Nesse sentido, o teor dialógico que existe entre arranjos signícos e o meio sociocultural pode ser percebido através de fragmentos textuais – artefatos relativos a diferentes áreas de formalização de subjetividades – arranjos de modo a formalizar ideias que fluem entre indivíduos. Embasada, pois, no dialogismo bakhtiniano, a intertextualidade permite duas operações fundamentais: a decomposição das estruturas discursivas e a posterior configuração de relações entre as mesmas, de modo a proporcionar a geração de novos sentidos. Essa prática pode atuar a partir de cruzamentos sincrônicos e anacrônicos, permitindo replicações de códigos em dinâmicas relacionais tanto horizontais, como helicoidais.

A primeira empresa visa desvelar a essência comunicacional de um texto (um discurso), possibilitando chegar até a unidade dialógica fundamental, que, a preceito desse estudo, relaciona-se com a potência criativa que liga indivíduos, podendo ser entendida como a ideia que fundamenta um representação. Nesse interim, entende-se que existam potenciais sensibilidades emergentes no meio sociocultural. Estas, por sua vez, podem estar ligadas a necessidades latentes e desejos relativos a indivíduos.

Já a segunda empresa, relacionada a intertextualidade, visa possibilitar a configuração de composições em torno da unidade dialógica fundamental, constituindo interrelações entre

fragmentos textuais de modo a gerar novos sentidos a partir de alterações no conjunto, segundo as palavras de Barthes (1996).

3 – Pesquisa *Blue Sky*: componente do escopo ferramental do Design Estratégico, a pesquisa *Blue Sky* permite a busca por estímulos criativos, particularmente imagéticos, nas mais diferenciadas áreas. Constitui-se, pois, uma relação de complementaridade entre a intertextualidade e essa ferramenta: se a intertextualidade permite a decomposição e posterior composição de estruturas, a pesquisa *Blue Sky* atua como mecanismo de procura de exemplos – imagens, principalmente – no intuito de desdobrar o entendimento do sentido constituído a partir da unidade dialógica fundamental identificada. Temáticas e categorizações podem advir dessa prática, possibilitando o desenvolvimento de novos vínculos direcionados a projeção de artefatos (tanto de moda, como de outros campos). Discussões e seções de *brainstorming* se configuram como meios de chegar até essas considerações, podendo esses formatos ser entendidos como metodologias de apoio, úteis a essa ferramenta.

4 – Cenários: pressupondo que estruturas podem ser decompostas e recompostas, entende-se que tendências são constituídas e, assim, funcionam como narrativas que visam desdobrar futuros projetos de moda. Para esse estudo, portanto, tendências são cenários de projeção, partindo do pressuposto de que a percepção do devir sociocultural embasa esse processo de representação e formalização de sentidos. Dessa forma, a configuração de cenários permite antecipar complexidades envolvidas nessa prática, proporcionando, aos designers, eger as variáveis que nortearão formalizações futuras. Portanto, cenários configuram-se como narrativas que possibilitam vislumbrar estratégias projetuais para o design de moda.

Desse modo, esse estudo busca demonstrar a atuação tanto de cada uma dessas ferramentas, como a convergência entre as mesmas no sentido de solucionar a problemática geradora do mesmo. Entende-se, pois, que antecipar desdobramentos relativos ao meio sociocultural mostra-se como um amplo terreno para o desenvolvimento de estratégias, a partir da lógica de projeção do design. Essa perspectiva apresenta-se como uma das justificativas desse trabalho, embasando a mesma na relevância desses aspectos para a configuração de posicionamentos mercadológicos para empresas, organizações e marcas.

Justifica-se também o empreendimento desse estudo o fato de existirem poucas investigações acerca de metodologias que dêem conta do tema proposto: tendências para o design de moda. O tema *tendências* assumiu grande foco de interesse na atualidade, devido a

necessidade de se *prever o futuro* a fim de permitir o desenvolvimento de estratégias que possam lidar com as instabilidades do mercado. Entretanto, os caminhos para o entendimento de como isso é possível ainda apresentam-se carentes de análises e reflexões teóricas, principalmente no tocante ao campo da moda e, também, do design.

A constituição desse trabalho estruturou-se em três capítulos de desenvolvimento. O primeiro capítulo parte de conceitualizações importantes para esse estudo, como Design Estratégico, moda como design, inovação, estratégias e inovações em nível de significado. Após esses pressupostos introdutórios, o mesmo capítulo aborda questões como cultura e moda, construindo um raciocínio que procura localizar a moda como um sistema signico, relacionando essa perspectiva às questões que se desdobram para que a moda assumisse o status de campo gerador de cultura no meio social. A partir desse entendimento, procura-se argumentar acerca da moda enquanto meio de constituição de discursos e alguns formatos de disseminação signica configurados ao longo do tempo pelo sistema da moda, como formas de associar indivíduos e aspirações às suas sistemáticas de atuação. Analisando a questão sob esse prisma, chega-se a signos, sinais e o *espírito do tempo*. A inclusão dessas considerações busca configurar modos de entendimento a respeito da moda como campo de convergência de aspectos latentes e intangíveis, desdobradas em outras instâncias de representação de subjetividades relativas aos indivíduos. A partir do entendimento desses fatores, incluem-se análises a respeito do que vêm a ser sensibilidade emergentes no meio sociocultural e a relação dessas aos fluxos criativos desdobrados entre os indivíduos, visto que essas considerações podem levar a importância de identificação tanto dos chamados emissores de sinais, como do que convencionou-se chamar ideia fundamental. Nesse sentido, entende-se que esses pressupostos estão associados às questões relevadas anteriormente, e que existe uma dinâmica íntima de relação entre a emissão de sinais fragmentados no processo de semiose cultural e a configuração de outros formatos de disseminação signica para a construção de novos significados.

O segundo capítulo desse estudo apresenta cada uma das ferramentas e dos conceitos operativos que compõe a metodologia proposta. Para tanto, busca-se a conceitualização desse escopo ferramental, de modo a demonstrar, nessa prática, a perspectiva operativa do mesmo. Nesse sentido, entende-se a importância de localizar cada uma das etapas que compreendem o método proposto, demonstrando, num primeiro momento, o funcionamento de cada ferramenta proposta, para após argumentar acerca do funcionamento concatenado das mesmas. Entende-se, também, que o método apresentado se caracteriza como um *modus*

operandi de vários aspectos relevados no primeiro capítulo desse estudo, configurando-se análises sobre essas prerrogativas ao longo da construção da metodologia. Cruzamentos analíticos são objetivados de modo a desdobrar essa perspectiva, potencializando o entendimento da forma operativa tanto das ferramentas em si, como do método composto por estas.

O terceiro capítulo de desenvolvimento dessa investigação busca abordar casos, em diferentes formatos, no intuito de demonstrar – a partir de análises e cruzamentos de dados – a utilização do método de constituição de tendências proposto na problemática geradora desse estudo. A escolha dos casos demonstra tanto as semelhanças operativas das metodologias utilizadas pelos projetistas de cada caso em separado, ao escopo ferramental proposto nessa investigação, como apresenta a configuração prática do método em si. Nesse sentido, busca-se encontrar subsídios que tanto permitam contemplar soluções ao problema central desse estudo, como, de demonstrar a importância estratégica de projetar o devir. A culminância dessas análises também procura solucionar questões levantadas ao longo dessa investigação, convergindo para a construção de uma lógica premente ao longo da mesma, ou seja, que no contexto atual tendências são artifícios ficcionais que dão conta de localizar e relacionar subjetividades, de modo a permitir o desenvolvimento de estratégias projetuais aptas a posicionarem instâncias mercadológicas. Essa prática apresenta-se perpassada pela constituição de diálogos relacionados a representações subjetivas, permitindo a instauração de níveis de comunicabilidade entre indivíduos (usuários), empresas/organizações e artefatos de design de moda.

CAPÍTULO I

1.1 DESIGN COMO PROJETO: O DESIGN E SUA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA

Partindo da perspectiva fenomenológica como forma de entendimento do design na contemporaneidade, Bertola (2006) e Celaschi e Deserti (2007) conceituam essa disciplina como um meio de associar instâncias diversas relativas ao interno e ao externo das organizações. O usuário e suas necessidades, os valores sociais emergentes e a capacidade de interpretação desses – e também, de associação dessas variantes ao escopo de valores de orientação interna das empresas/organizações – propiciam novos desdobramentos para o design. Nesse sentido, a perspectiva dicotômica, instaurada ao longo da história, que conceitua o design como meio de concatenar forma e função aos artefatos, parece encontrar-se superada.

Segundo Verganti et al.: “Corporations are looking for an approach for developing products that are not only functionally as superior but that also create an emotional link between the product and the consumer” (VERGANTI ET AL., 2006, p.154)¹.

Quando fala-se em desenvolver características emocionais, agregando interfaces que extrapolam a funcionalidade dos produtos, é possível que se reconheça o design como um meio de criar vínculos entre campos distintos de conhecimentos e práticas. Para tanto, pode-se considerar o design como uma disciplina projetual, que subentenda etapas processuais, e que as mesmas visem o desenvolvimento de características diversas para projetos.

Esse raciocínio encontra eco tanto no conceito de design oferecido pelo sociólogo Dario Caldas, em seu livro *Observatório de Sinais*, como em suas considerações tecidas acerca, especificamente, de design de moda. Para Caldas, o termo design é “Geralmente utilizado com sentido de projeto, isto é, o planejamento de etapas coordenadas para obter um resultado (objeto, produto, ambiente ou serviço)” (CALDAS, 2004, p.212).

Dessa forma, é possível compreender que a perspectiva do design enquanto projeto pode, também, extrapolar a projeção de produtos físicos, subentendendo a importância

¹ A tradução de Verganti é livre, ou seja, da autora: “As corporações estão procurando por uma abordagem para desenvolver produtos que são não somente superiores funcionalmente, mas que também criem uma ligação emocional entre o produto e o consumidor”.

também de projetar serviços e experiências. Essa forma de compreender o design permite ir além de atributos estéticos-formais dos objetos – que também podem ser considerados artefatos – possibilitando a inserção de perspectivas intangíveis ao ato de projeção.

Para Celaschi e Deserti (2007), esse pressuposto é possível a partir de uma nova forma de abordagem relativa aos artefatos de design. Esse entendimento passa pela prerrogativa do design como meio de projetar mercadorias contemporâneas, e essas visam atender dinâmicas de fruição que vão além da premissa de funcionalidade objetiva.

Oggi, si parlano di merci all'interno delle discipline dell'innovazione design driven, includiamo sicuramente tutte le forme di bene tangibile, i servizi e le esperienze. In buona sostanza ci occupiamo di tutto ciò che può diventare strumento di soddisfazione di un consumatore attraverso la sua programmata e progettabile messa "in forma di merce"; che trasforma un bene qualsiasi in materia di scambio di mercato (CELASCHI; DESERTI, 2007, p.16)².

Partindo dessas noções, pode-se considerar que o design se estabelece de fato como projeto e, sendo assim, visa satisfazer novas demandas, que partem dos usuários, portanto, dos indivíduos, e que permitem às empresas e organizações a geração de novas interfaces entre o mercado e as mercadorias.

Essas considerações também contribuem para o entendimento do design como uma disciplina que busca criar vínculos, e que esses vínculos visam a geração de novos eixos de comunicação entre usuários, empresas e artefatos. A geração de vínculos, portanto, pode se dar no momento em que o design atua como associação entre conhecimentos, visto que para a geração dos citados canais de comunicação, mostra-se importante a associação de competências distintas. Ou seja, o design como projeto permite a assimilação, e funcionamento concatenado, de múltiplas disciplinas.

Para o filósofo Flusser (2007), o design pode ser visto como um meio de associar arte e técnica, de modo que é possível estabelecer, através do ato de projeção, uma espécie de ponte entre essas instâncias do conhecimento. Essa argumentação de Flusser parte da compreensão dos desdobramentos de significado que a palavra design sofreu conforme a interferência da cultura social. Nesse sentido, no contexto atual: “[...] as palavras design, máquina, técnica, ars e *Kunst* estão fortemente relacionadas; cada um dos conceitos é impensável sem os demais, e todos eles derivam de uma mesma perspectiva existencial diante

² A tradução de Celaschi e Deserti é livre, ou seja, da autora: Hoje, se falamos de mercadorias nas disciplinas de inovação dirigidas pelo design (design driven), incluímos seguramente todas as formas de bens tangíveis, os serviços e a experiência. Em essência nos ocupamos de tudo aquilo que pode tornar-se instrumento de satisfação de um consumidor através de sua programada e projetável aposta em “formas de mercadorias”, que transforma um bem qualquer em material de comércio no mercado.

do mundo” (FLUSSER, 2007, p.183). Já para Krippendorff in Verganti et al., é possível compreender o design da seguinte forma:

The etymology of design goes back to the Latin *de + signare* and means making something, distinguishing it by a sign, giving it significance, designating its relation to other things, owners, user or goods. Based on this original meaning, one could say: design is making sense (of things) (KRIPPENDORFF apud VERGANTI ET AL., 2006:157)³.

Ora, se o design pode se constituir como uma plataforma projetual que construa significados a partir de *marcas*, pode-se avaliar suas perspectivas: primeiro, que decorpor essas *marcas* pode levar ao entendimento de quais são os significados que estão sendo configurados no projeto, bem como, o que eles comunicam e para quem; segundo, que partindo desses pressupostos, considera-se que a orientação epistemológica estruturalista mostra-se apropriada para o entendimento dessa dinâmica, proporcionando formas de compreender como é possível construir novos vínculos a partir da associação entre estruturas, levando em consideração a implicação dessa prática em atos de projeção de artefatos. Entende-se, pois, que as *marcas* designadas em um projeto são configuradas como signos constitutivos do mesmo. Esses signos, portanto, podem estar destinados à constituição de sentidos, e, quando arranjados, propiciam a compreensão do discurso que embasa o projeto em si. Esse discurso pode se relacionar a diversas instâncias, como tecnológica, funcional, social, cultural, ou, formal. Cada uma dessas instâncias pode apontar tendências de projeção, entretanto, para esse estudo, entende-se que demandas socioculturais possam auxiliar na geração de sentidos e, assim, levar à constituição de inovações em nível de significados.

Portanto, tratando-se de design estratégico, quais etapas seriam necessárias para desenvolver conhecimento acerca de demandas socioculturais e, a partir das mesmas, identificar e tornar visíveis *marcas* que possam traduzir complexidades relativas às tendências de forma e significado?

A próxima seção desse estudo ocupará-se de buscar respostas a esse questionamento.

³ A tradução de Krippendorff in Verganti et al. É livre, ou seja, da autora: A etimologia da palavra design remonta do latim *de + signare* e significa fazer alguma coisa, distingui-la com um sinal, dar a ela significância, designando uma relação às outras coisas donos, usuários ou bens. Baseado neste significado original, pode-se dizer: design é tirar sentido (das coisas).

1.2 DESIGN ESTRATÉGICO: O METAPROJETO E A IMPLEMENTAÇÃO DA CULTURA DO PROJETO

Segundo orientações centrais de alguns teóricos que se ocupam do que vem a ser o Design Estratégico, o mesmo pode ser dividido em duas grandes fases. A primeira fase, intitulada *Metaprojeto*, pode ser entendida como a fase das pesquisas, onde questões relativas à empresa, ao setor onde essa atua, aos potenciais usuários da mesma e às questões relativas ao meio sociocultural são relevadas, de modo a proporcionar novas soluções ao *briefing* original do projeto. Essa forma de construir um olhar amplo e processual permite a constituição de *concepts* de projeto, que servem como meio de orientar a construção de cenários de desdobramento projetual. Realizadas essas etapas, é possível vislumbrar qual o melhor caminho – ou, qual a melhor solução ao *briefing*, ou seja, ao problema original de projeto – e, assim, parte-se para a etapa de concretização de uma determinada solução, conhecida como *Projeto*. Desse modo, torna-se possível o desdobramento das características de um designer/projetistas segundo as orientações do *DE*, que são: *ver*, *prever* e *fazer ver*. (CELASCHI; DESERTI, 2007, p.09-122).

Segundo Celaschi e Desserti, a fase Metaprojetual pode assim ser entendida:

Per trattare i confini dell'ambito disciplinare di cui ci occupiamo, come docenti, come consulenti e come studiosi, utilizziamo il termine "meta-progetto" conferendogli il valore di un articolato e complesso sistema di conoscenze ed esperienze che riguardano del processo di progettazione più che la natura del risultato (CELASCHI; DESERTI, 2007, p.9)⁴.

Portanto, compreende-se que a fase Metaprojetual se trata do momento em que vários conhecimentos são interrelacionados, no sentido de oferecer novas visões ao projeto. Trata-se, pois, do momento de constituição de vínculos, sendo que os mesmos podem ser desdobrados em rumos distintos, dependendo do *briefing* original e das necessidades apontadas pela empresa/organização.

A articulação desses conhecimentos distintos em torno da busca de soluções também pode gerar a reproblemática do projeto, sendo essa uma dinâmica que permite aos designers/projetistas o desenvolvimento de vínculos de projeção praticamente inéditos.

⁴ A tradução de Celaschi e Deserti é livre, ou seja, da autora: Para pontuar limites da especificação para a qual nós, como professores, consultores e acadêmicos utilizamos o termo "meta-projeto", que dá o valor de um sistema complexo e articulado de conhecimentos e experiências sobre o processo de design mais do que para a natureza do resultado.

Essa reproblemática visa proporcionar a concepção de estratégias mercadológicas diversas, visto ser o Metaprojeto um momento de questionamentos e de configuração de visões projetuais futuras. Consoante Moraes:

Metaprojeto: que vai além do projeto, que transcende o ato projetual, trata-se de uma reflexão crítica e reflexiva sobre o próprio projeto a partir de um cenário aonde se destacam fatores produtivos, tecnológicos, mercadológicos, materiais, ambientais, sócio-culturais e estético-formais, tendo como base análises e reflexões anteriormente realizadas através de prévios e estratégicos recolhimentos de dados. Pelo seu caráter abrangente, o metaprojeto explora toda a potencialidade do design, mas não produz *out-puts* como modelo projetual único e soluções técnicas pré-estabelecidas. Neste sentido, o metaprojeto pode ser considerado o "projeto do projeto", ou melhor dizendo, o "design do design" (MORAES, 2006, p.2).

Nesse sentido, a implementação dessa fase, que pode ser entendida como o "design do design", segundo o autor, ressalta a importância de envolver vários setores da empresa/organização de modo a buscar soluções onde sejam associados conhecimentos distintos, privilegiando abordagens diferenciadas ao *briefing* projetual. Buscar, pois, a agregação de conhecimentos em vista da constituição de vínculos de projeção é uma importante perspectiva para o design enquanto projeto. Dessa forma, a incorporação de uma cultura projetual nas empresas evidencia-se fundamental, e a mesma pode contribuir para o desenvolvimento de estratégias mercadológicas diversas.

A cultura de projeto pode permitir o cruzamento entre conhecimentos relativos a setores como marketing, gestão, humanidades, engenharias, comunicação e distribuição, e o encontro entre essas perspectivas distintas pode auxiliar na construção de novas soluções projetuais, direcionando soluções criativas e inovadoras ao *briefing*. Essa perspectiva parte da análise do projeto como um todo concatenado, onde as interrelações de conhecimentos e informações possibilita a configuração de *in-puts* projetuais. Essas relações entre conhecimentos, então, permitem a constituição de características diversas em artefatos, potencializando diálogos que poderão ser perceptíveis a partir dos arranjos significativos em um determinado projeto – *marcas* que visam a constituição de sentido.

Portanto, a construção de estratégias a partir da lógica de projeção do design pode estar associada a essa dinâmica de cruzamento de conhecimentos, ou seja, à perspectiva de associar visões diversas em torno do *briefing* original. Ao reproblematicar o *briefing*, os projetistas não apenas estão oferecendo suas soluções ao problema, mas também estão abrindo a possibilidade para que a empresa/organização se repositone frente à concorrência do mercado, embasando suas considerações em uma plataforma multidisciplinar de constituição projetual que busca a inovação.

Mas, o que vem a ser inovação?

Segundo Tidd, Bessant e Pavitt (2005), inovação é um processo que se estabelece a partir da mudança:

O que entendemos por “inovação”? Estamos basicamente falando de mudança, e esta pode assumir diversas formas. [...] Inovação de produto – mudança nas coisas (produtos, serviços) que uma empresa oferece; Inovação de processo – mudanças na forma em que produtos/serviços são criados e entregues; Inovação de posição – mudanças no contexto em que produtos/serviços são introduzidos; Inovação de paradigma – mudanças nos modelos mentais subjacentes que orientam o que a empresa faz (TIDD, BESSANT e PAVITT, 2005, p.30).

Segundo os autores, “a inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito das mesmas” (TIDD, BESSANT E PAVITT, 2005).

A possibilidade de se inovar a partir do estabelecimento de relações entre conhecimentos e competências distintas é também considerada por Verganti et. al., para quem a inovação trata-se de um processo onde é necessário relacionar três tipos distintos de conhecimentos:

[...] Knowledge about user needs; knowledge about technological opportunities; and knowledge about product languages. The last component concerns the signs that can be used to deliver a message to the user and the semantic context (socio-cultural models) in which the user will give meaning to those sign (e.g., the symbols, indexes, and icons a designer might choose to deliver a message of a “human light” to the user) (VERGANTI ET AL., 2006, p. 163-164).

Analisando a questão sob esse prisma, é possível considerar que existem diferentes formas de tangibilizar mudanças, sinalizando inovações em níveis distintos, podendo cada qual comunicar seu âmbito de atuação. Nesse sentido, considera-se pertinente a esse objeto de estudo a perspectiva de como é possível inovar em nível de significados, ou seja, como é possível comunicar novos pressupostos simbólicos a partir de projetos de design. Nesse ínterim, considera-se que a identificação de necessidades latentes relativas aos usuários é fundamental para a configuração do que Verganti et. al. classificam como sinais.

Inovar significados: ressignificar, re-interpretar códigos. Está se falando sobre meios de tangibilizar mudanças, e essas pode estar ocorrendo no meio social. Nesse sentido, tangibilizar mudanças relaciona-se com tornar perceptíveis fenômenos socioculturais operantes, e que essa dinâmica pode estar relacionada à configuração em códigos. Esses

⁵ A tradução de Verganti é livre, ou seja, da autora: [...] conhecimento sobre as necessidades dos usuários; conhecimento sobre as oportunidades tecnológicas; e conhecimento sobre linguagens de produto. O último componente diz respeito aos sinais que podem ser usados para transmitir uma mensagem ao usuário e ao contexto semântico (modelos sócio-culturais) no qual o usuário dará significado aqueles sinais (por exemplo, os símbolos, índices e ícones que um designer poderá utilizar para transmitir uma mensagem de uma “luz humana” ao usuário).

códigos visam substituir, estruturadamente, fenômenos operantes (acontecimentos). Essa empresa possui um teor de subjetividade associada, primeiramente, á substituição e, após, á representação dessa. Nesse sentido, torna-se passível o entendimento de certas mudanças comportamentais através de decodificações – decomposições das estruturas. Como argumenta Flusser, códigos podem ser entendidos “[...] como um sistema de símbolos. Seu objetivo é possibilitar a comunicação entre os homens. Como os símbolos são fenômenos que substituem (“significam”) outros fenômenos, a comunicação é, portanto, uma substituição [...]” (FLUSSER, 2005, p.130).

Nesse contexto, questiona-se: a perspectiva de constituir *marcas* em projetos - que, após a contribuição de Flusser, podem ser entendidas como meios de sinalizar fenômenos operantes – pode vir a se caracterizar como uma plataforma para o desenvolvimento de estratégias projetuais, levando o design a potencializar a geração de valor para as empresas/organizações?

A seção seguinte desse estudo buscará conceitualizar estratégia para, a partir desse pressuposto, oferecer respostas a esse questionamento.

1.3 ESTRATÉGIAS E A INOVAÇÃO EM NÍVEL DE SIGNIFICADOS

O entendimento de estratégia pode assim ser introduzido:

Uma estratégia é o *padrão* ou *plano* que *integra* as *principais* metas, políticas e seqüências de ação de uma organização em um todo coeso. Uma estratégia bem formulada ajuda a *organizar* e *alocar* os recursos de uma organização em uma *postura única e viável*, baseada em suas competências e deficiências internas relativas, *mudanças* antecipadas *no ambiente* e movimentos contingentes por parte dos *oponentes inteligentes* (QUINN, 2006, p.29).

Ora, analisando o que vem a ser uma estratégia, pode-se afirmar que o design, na forma como ele está sendo articulado por alguns teóricos na contemporaneidade, oferece meios de desenvolvimento desta (ou, destas). Nesse ínterim, a fase Metaprojetual, com suas pesquisas constitutivas, parece também proporcionar caminhos para planejamentos estratégicos, principalmente quando se analisa a perspectiva de *mudanças* antecipadas *no ambiente*. Portanto, é possível que o desenvolvimento de estratégias projetuais sejam articuladas quando aspectos subjetivos, relativos aos usuários (indivíduos), sejam associados

às etapas processuais, viabilizando a criação de cadeias de valor que ultrapassassem as caracterizações tecnológicas, formais e produtivas de artefatos.

Segundo Celaschi e Deserti, a mercadologia contemporânea – a disciplina que busca compreender as implicações relacionadas às mercadorias como bens de consumo – pode ser dividida em três esferas de relevância, sendo que uma dessas esferas se ocupa em compreender os pressupostos fenomenológicos envolvidos ao valor das mercadorias. Nesse sentido, pode-se considerar que esses pressupostos contemplem questões relativas aos desejos e necessidades dos usuários, levando, por fim, a constituição de cadeias de valor em nível simbólico, principalmente quando arranjados – as necessidades e os desejos – de modo a configurar ligações com fatores relevantes e operantes no meio sociocultural (CELASCHI e DESERTI, 2007, p. 21).

Retoma-se aqui o pressuposto de que o design constrói sentido e deixa *marcas*, e que essas marcas, podem ser entendidas como signos constitutivos de projetos. Esses signos relacionam-se a sinais, podendo esses anunciar mudanças prementes no contexto sociocultural. Nesse sentido, os sinais podem ser entendidos como códigos, que, após a contribuição de Flussler, podem levar ao entendimento do teor de substituição simbólica implicada no processo. Essas mudanças vigentes, então, podem ser caracterizadas como fenômenos, ocorrendo em diversas instâncias relativas aos indivíduos, podendo estar sendo articulados no meio sociocultural como forma de ligação com necessidades latentes. Essas mudanças também podem ser entendidas – em relação a esse estudo – como necessidades não verbalizadas e, por isso, não quantificáveis, apreensíveis quando da realização de pesquisas que busquem identificar sinais de transformações operantes entre indivíduos no contexto social.

Desse modo, extrapolar a tradicional dimensão forma e função de um artefato de design parece apontar caminhos para o desenvolvimento de estratégias que procuram associar pressupostos simbólicos ao projeto.

Segundo Celaschi e Deserti:

Senza entrare in una ormai sorpassata polemica sulla relazione tra forma e funzione, possiamo certamente affermare che oggi i fattori di successo dei prodotti sono difficilmente attribuibili alla loro funzionalità. È oggettivamente difficile contestare il fatto che nessuno acquisti più un prodotto solo per la sua funzionalità: che il prodotto funzioni è dato per scontato e la capacità di assolvimento della funzione prima non è determinante nella sua scelta. Ciò che conta è semmai la capacità di

piacere, stimolare l'immaginario, soddisfare i gusti, anticipare un bisogno latente, emergere, distinguersi [...] (CELASCHI e DESERTI, 2007, p.98-99)⁶.

Os autores apresentam rumos para novos posicionamentos das empresas/organizações frente ao mercado contemporâneo e, por conseguinte, aos usuários (indivíduos): prazer, imaginação, satisfação de gostos, necessidades latentes e antecipáveis. Esses aspectos podem contribuir para o reposicionamento tanto de um problema projetual, como de uma empresa.

Nesse sentido, a premissa de antecipação de necessidades parece despontar também como meio de unificar metas e planos organizacionais.

Segundo Quinn, as estratégias envolvem objetivos – ou metas –, políticas e programas, levando as organizações à tomarem *decisões estratégicas* (QUINN, 2006).

As metas (ou objetivos) estabelecem o que vai ser atingido e quando os resultados devem ser obtidos, mas não [...] como os resultados devem ser atingidos. [...] As políticas são regras ou diretrizes que expressam *limites* dentro dos quais a ação deve ocorrer. [...] Os programas especificam a *seqüência de ações* passo a passo, necessária para atingir os principais objetivos. Expressam *como* os objetivos vão ser atingidos dentro dos limites estabelecidos pelas políticas (QUINN, 2006, p.29).

Já sobre decisões estratégicas o autor considera que:

[...] as decisões estratégicas são aquelas que determinam a direção geral de um empreendimento e sua viabilidade final à luz das mudanças previsíveis, imprevisíveis e irreconhecíveis que podem ocorrer nos principais ambientes adjacentes (QUINN, 2006, p.29).

Analisando a questão sob o prisma da inovação e da concorrência de mercado, para que uma empresa/organização possa constituir um plano de estratégias, o princípio de antecipação de mudanças relacionadas ao ambiente externo das mesmas se mostra fundamental. Esse ambiente externo é caracterizado por variáveis diversas, e a perspectiva de transformações socioculturais interfere de modo significativo no mesmo.

Segundo o sociólogo Dario Caldas, prever as modificações operadas no meio social é preciso visto que “[...] quanto mais complexa se torna a sociedade, maior a necessidade de planejar e prever e, ao mesmo tempo, mais difícil” (CALDAS, 2004, p.35).

Considera-se, aqui, o princípio de que as relações desdobradas entre os indivíduos apontam caminhos para o entendimento de suas necessidades latentes, e que as mesmas

⁶ A tradução de Celaschi e Deserti é livre, ou seja, da autora: Sem entrar em uma já ultrapassada polémica sobre a relação entre forma e função, nós certamente podemos dizer que hoje os fatores de sucesso dos produtos são facilmente atribuíveis à sua funcionalidade. É difícil contestar, objetivamente, o fato de que a compra do produto se dá não apenas pela sua funcionalidade: que o produto funciona é um dado adquirido e a capacidade de executar a primeira função não tem efeito sobre sua escolha. O que importa sim é a capacidade de sentir prazer, estimular a imaginação, satisfazer gostos, necessidades latentes e antecipáveis, emergentes, que distinguem. [...].

podem ser percebidas a partir da compreensão de fenômenos socioculturais operantes, objetivadas através de códigos que busquem comunicar esses pressupostos.

Para Celaschi e Deserti, as necessidades latentes se desdobram a partir do que pode ser considerado desejo, portanto, de condicionantes mutáveis a sujeitos e influenciados por múltiplas variáveis ambientais. Nesse sentido, as necessidades latentes também podem ser consideradas ocultas, e tendem a se caracterizar como solicitações não expressas pelo consumidor, portanto, inesperadas e que são difíceis de quantificar. Podem estar ligadas ao devir cultural da sociedade, ou seja, aos fenômenos que cercam os indivíduos no meio social e, desse modo, tendem a incidir sensivelmente sobre a satisfação dos usuários – de modo a surpreendê-los – caracterizando-se como caminhos significativos à capacidade de inovação das empresas (CELASCHI e DESERTI, 2007, p. 99-101).

A percepção de quais são os fenômenos operantes no momento atual (atual em relação ao ato de projeção de um novo artefato de design), assim, mostrar-se uma forma de desenvolvimento de estratégias, e a geração de interfaces projetuais, segundo esse entendimento, pode levar a constituição de significados, potencializando a criação de canais de comunicação em nível não verbal entre artefatos, usuários e empresas/organizações. Por fim, essa dinâmica visa permitir o desenvolvimento de cadeias de valor que extrapolam a relação quantificável (diga-se, precificável), relativa a um determinado projeto.

Nesse sentido, antecipar necessidades mostra-se um prática que pode estar associada a perspectiva de identificação de sinais – fortes e fracos – fragmentados no processo de semiose⁷ cultural. A identificação desses sinais e sua organização (colocá-los em relação), potencialmente oferecerá vínculos projetuais importantes, no tocante ao condicionamento de características simbólicas que comunicuem os fenômenos sociais contemporâneos, permitindo aos usuários o reconhecimento dessas prerrogativas nos artefatos, gerando, portanto, meios de vincular subjetividade e projeção, através da formalização, ou, do desenvolvimento de outras características projetuais.

Segundo Verganti et. al., a inovação em nível de significados pode ser considerada como um caminho para a configuração de canais de comunicação não verbal entre usuários e artefatos. Para tanto, extrapola abordagens tradicionais no que diz respeito às necessidades

⁷ Segundo Vitor Manuel de Aguiar e Silva, o processo de semiose pode assim ser entendido: “todo o processo em que algo (*vetado signico*) funciona como sinal de um *designatum* (aquilo a que o sinal se refere), produzindo um determinado, efeito ou suscitando uma determinada resposta (*interpretante*) nos agentes (*interpretes*) do processo semiótico [...]” (AGUIAR E SILVA, 2004, p.181).

dos indivíduos e ao mercado, estando mais associada à percepção dos sussurros fragmentados no meio sociocultural, portanto, a sinais diversos, que, quando unidos e colocados em relação, podem permitir a construção de visões de futuro (VERGANTI ET AL., 2006, p.166-167).

Sobre essa perspectiva, Verganti et al. também afirmam que a inovação em nível de significados pode ser alcançada através do entendimento, antecipação e influência sobre necessidades emergentes. Desse modo, observar as modificações operantes no meio sociocultural visa antecipar, por representação e simulação, quais serão os desdobramentos futuros das mesmas, permitindo vislumbrar o devir associado a essas modificações. Essa prática evidencia caminhos de desenvolvimento de estratégias frente às complexidades mercadológicas contemporâneas, no sentido de antecipar potenciais desdobramentos socioculturais. Assim, a interpretação de sinais, e a posterior associação entre os mesmos e a visão da empresa, pode acarretar a configuração de artefatos que possuam características simbólicas que comuniquem instâncias emergentes. Esse conhecimento é tácito, e depende do entendimento e da implicação de vários atores no processo. Esses atores tanto podem ser os próprios usuários – de quem podem advir as emergentes necessidades latentes a serem interpretadas, relacionadas a sinais emitidos – como de todo um amplo sistema de relações, caracterizado pelas empresas/organizações e seus recursos humanos, pelos fornecedores, pelas instituições de ensino e treinamento, etc. O resultado dessa dinâmica pode ser a modificação do cenário onde a empresa/organização se insere, em nome da construção de novos e particulares plataformas de desdobramento projetuais (VERGANTI ET AL., 2006, p.167).

Ou seja, essa modificação de cenário mostra-se como um meio de constituir estratégias, orientando um plano de ações que vise configurações de sistemas de vínculos projetuais, passíveis de serem tangibilizados em artefatos de design. Ao interpretar os sinais fragmentados em instâncias de representação relativas ao meio sociocultural, os designers/projetistas tendem a oferecer caminhos que vinculem transformações operantes aos projetos, despertando princípios interpretativos aos quais se destinam os artefatos projetados, comunicando mudanças e o premente devir cultural.

Nesse sentido, considera-se que, antecipar o devir cultural se relaciona à identificação de necessidades latentes relativas aos usuários (indivíduos), e que essa dinâmica pode se estabelecer a partir da perspectiva de associação entre essas (as necessidades latentes) e fenômenos operantes, comunicados através de códigos fragmentados no processo de semiose cultural. A estruturação dessas variáveis pode objetivar estratégias de orientação a projetos,

permitindo a configuração de artefatos de design que estabeleçam canais de comunicação em nível não verbal, corroborando a perspectiva de ligação entre empresas/organizações, designers/projetistas e usuários (indivíduos).

Assim, objetiva-se para a problemática central desse estudo: a configuração de uma metodologia, a partir do Design Estratégico, para a identificação de sinais emergentes e a posterior constituição de tendências que sirvam de orientação estratégica para o Design de Moda. Essa problemática embasa-se em uma perspectiva transdisciplinar, de modo a oferecer caminhos para a configuração de cenários que permitam desdobramentos de inovações em nível de significados para a projeção de artefatos de moda.

A partir da introdução da problemática central desse estudo, faz-se necessário compreender o que vem a ser moda, design de moda e, obviamente, sinais. O entendimento dessas prerrogativas possibilitará o desenvolvimento da formulação acima citada, além de apresentar caminhos para a geração de novos questionamentos que auxiliarão no desdobramento desse estudo.

Analisando a questão sobre o prisma do design como projeto, portanto como meio relacional complexo que subentende etapas processuais, pode-se considerar a moda como uma plataforma de desenvolvimento de processos projetuais, no sentido de configurar vínculos – *marcas* – a partir de códigos que sinalizem fenômenos, comunicando transformações vigentes na sociedade.

Segundo Dario Caldas, a moda apresenta-se como um campo fértil para o entendimento das modificações operadas na sociedade, visto que os artefatos com a alcunha de *moda* permitem compreender como questões comportamentais estão sendo articuladas entre esferas e indivíduos, apesar da aparente dinâmica de obsolescência implicada no processo de objetivação de artefatos de moda. A análise de questões de artefatos de moda, portanto, podem estar construindo relações com o *dever*, que também pode ser entendido como o *espírito do tempo* que se desenha, ou, *o'air du temps*, cabendo aos artefatos de moda – bem como, das artes decorativas e da arquitetura, por exemplo - apresentar certos aspectos que dêem conta de tangibilizar essa variante animica presente entre os indivíduos e, portanto, na sociedade (CALDAS, 2004).

A presente pesquisa ressalta os fatores que visam representar o processo de modificação de uma determinada variante animica que permeia o meio social, considerando que o design pode se configurar como uma plataforma de desenvolvimento de cultura, e que a

interferência da cultura pode determinar a conformação de novos sinais, potencializando a identificação de mudanças vigentes, levando à constituição de tendências. Conseqüentemente, considera-se importante desenvolver a noção de cultura, bem como, analisar o processo de interferência da mesma na configuração de uma sistemática que permitiu o desdobramento da obsolescência controlada para o desenvolvimento de artefatos de moda.

1.4 CULTURA E MODA

Consoante Arendt, o termo cultura surgiu na antiguidade romana, sendo seu conceito cunhado a partir da palavra *colere*, significando, portanto, cultivar, habitar, tomar conta, criar e preservar. A palavra cultura possuía relação, primeiramente, com o trato do homem com a natureza, atuando tanto no sentido de organizá-la, como no sentido de preservá-la, possibilitando a habitação humana. Assim, não se tratava de uma atitude de dominação, mas, ao contrário, de práticas onde estivessem previstos cuidado e carinho para com o ambiente natural. Desenvolvendo a perspectiva de cultura a partir do princípio de cuidado, a palavra acabou por extrapolar a premissa de cultivo apenas do solo, desdobrando-se de modo a designar, igualmente, o culto aos deuses – entidades que, no entendimento romano, estavam ligadas às forças da natureza. Já, a associação entre a palavra cultura e a idéia de cultivo espiritual, ou animico, surgiu a partir das reflexões de Cícero (poeta e político da antiguidade romana, que viveu de 106 A.C. a 43 A.C.). Partindo do entendimento construído por Cícero, a *cultura animi* pode desenvolver-se no fazer intelectual do homem, sendo os artefatos meios de materialização do espírito cultivado. Assim, os bens intelectuais podem funcionar como expressão dessa perspectiva, considerando-se, segundo Cícero, a importância clássica do cultivo espiritual que a civilização romana desenvolveu a partir dos gregos (ARENDDT, 2007, p. 265-266).

Nesse sentido, considera-se que a idéia de cultura confunde-se com a idéia de cultivo, sendo que o mesmo pode se dar tanto em ambiente natural – algo caro para os romanos – como no ambiente intelectual. Nesse contexto, o termo cultura com o passar do tempo acabou sendo confundido com o fazer artístico, visto a carga simbólica que os artefatos de arte emanam.

Por sua vez, Bourdieu oferece outra abordagem do conceito de cultura. Segundo ele, cultura possui relações com os costumes que atravessam o tempo e as civilizações, podendo, pois, vincular aspectos comportamentais, sendo intitulada pelo sociólogo como o *habitus*.

[...] a história no seu estado incorporado, que se tomou *habitus*. Aquele que tira o chapéu para cumprimentar *reactiva*, sem saber, um sinal convencional herdado da Idade Média no qual, como relembra Panofsky os homens de armas costumavam tirar seu elmo para manifestar as suas intenções específicas. Esta actualização da história é em consequência do *habitus*, produto de uma aquisição histórica que permite a apropriação do adquirido histórico (BOURDIEU, 2007, p. 82-83).

A perspectiva de Bourdieu encontra eco nas considerações do antropólogo Marc Augé. Segundo Augé, a cultura – no contexto etnográfico clássico – configura-se a partir de uma soma de representações, passadas de geração à geração. Cultura, pois, é antes cosmologia, sendo um meio de organizar o mundo e a sociedade onde o indivíduo se insere (AUGÉ, 2001, p. 104).

Portanto, se para Arendt, a ideia de cultivo da alma acaba por ligar-se ao desenvolvimento artístico do homem, sendo uma forma de compreensão do devir social; para Bourdieu e Augé, a história incorporada, o *habitus*, as representações que atravessam gerações e reverberam instâncias simbólicas de organização do contexto, definem os vínculos que configurarão a cultura. Esses pressupostos acabam por funcionar como meios de ligação entre indivíduos através do tempo, caracterizados como vínculos que extrapolam o aspecto formal, carregando de sentido as relações interpessoais. Nesse sentido, a cultura material serve como forma de análise e configuração de interpretações acerca dos desdobramentos do teor anímico que perpassa indivíduos em sociedade.

Para Augé, a cultura material é individual e coletiva ao mesmo tempo, sendo os artefatos uma forma de compreender o valor de mediação simbólica com o sistema cosmológico global (AUGÉ, 2001, p. 105).

Nota-se, pois, a perspectiva de trocas que podem ser estabelecidas: a partir da definição de Arendt, essas trocas se articulam através do intelecto materializado, já para Bourdieu e Augé, essas trocas se estabelecem tanto através de gestos, fatores, menções que evidenciam a história vivenciada através do tempo, como por meio de objetos e bens constituídos pelo homem.

Ora, se a moda pode ser entendida como uma plataforma de desenvolvimento de aspectos que visam comunicar fenômenos sociais operantes, portanto, como uma área de representação que busca comunicar esses aspectos em caracterizações estético-formais, pode-

se entender que o campo da moda promove o estabelecimento de trocas, seja através de artefatos, seja através de signos constitutivos desses. Desse modo, a moda também pode servir como meio de embasamento para do a antecipação de desdobramentos socioculturais, visto ser uma área articulada como um campo, metáfora oferecida por Bourdieu (2007), ou seja, como sistema.

Entendida como sistema, pode-se compreender que as relações estabelecidas entre os artefatos de moda e os indivíduos reverberam instâncias simbólicas diversas, visando a constituição de meios interpretativos do imaginário coletivo. Nesse sentido, a moda como sistema opera, parece operar as perspectivas de cultura supra apresentadas: cultivo, habitus-filiação e mediação simbólica.

Nesse contexto, são pertinentes as considerações acerca da moda como sistema instituído de modo a proporcionar a legitimação cultural de uma classe emergente – e depois dominante – no meio social: a burguesia. Para esses indivíduos, a moda permitiu o reconhecimento e a participação em esferas sociais a partir dos artefatos utilizados, potencializando, pela imanência simbólica, trocas sob-reptícias e replicadas, estabelecidas através dos arranjos signícos constituintes dos mesmos.

Segundo Caldas: “Admite-se que a moda, no sentido estrito de “rotação acelerada do ciclo da vida das roupas”, só nasce por volta dos séculos XIV e XV, na Europa Ocidental” (CALDAS, 1999, p.31).

Ainda segundo o sociólogo, esse fator foi alavancado por importantes mudanças socioculturais e econômicas, que permitiram a emergência do indivíduo, e acabaram por serem representadas através da forma de vestir (CALDAS, 1999, p.31-32).

Essa centralidade no indivíduo acarretou mudanças “[...] cada vez mais aleatórias e frequentes, na indumentária. É o nascimento da moda, como a definimos hoje, na sociedade ocidental” (CALDAS, 1999, p.31).

As modificações socioculturais apontadas por Caldas podem ser localizadas na emergência da burguesia como classe social influente, visto essa não possuir fatores como antecedentes aristocráticos, sendo essa uma forma de exercer influência política, econômica e comportamental, assim, necessitando de elementos que permitissem a comunicação dos níveis de poder que a mesma estava atingindo.

Para tanto, a moda passou a atuar como forte aliada do burguês emergente, pois, segundo Treptow, conforme a burguesia foi se organizando em tomo de esferas de poder, e assim, obtendo maior influência na sociedade mercantil, sua indumentária foi despertando o interesse de indivíduos pertencentes a outras classes, pois os mesmos ansiavam por constituírem uma imagem de semelhança aos burgueses, agora vistos como indivíduos influentes e, portanto, detentores de insâncias simbólicas de poder (TREPTOW, 2003, p.25).

Essa dinâmica de constituição de significados - incorporada pela classe burguesa - nas palavras de Barthes, explicitam as premissas de funcionalidade e diferenciação estabelecidas pela aristocracia, visto que moda, para a classe aristocrática:

[...] é um facto de carácter sinalítico do vestuário ser mais declamado e, se assim se pode dizer, mais inocente na antiga sociedade do que na nossa: a sociedade monárquica considerava abertamente o seu vestuário como um conjunto de signos, e não como produto de um certo número de razões: o comprimento de uma cauda assinalava exactamente uma condição social, e nenhuma existia para converter esse léxico em razão, para sugerir, por exemplo, que a dignidade ducal produzía o comprimento da cauda, como a igreja fria produz o *holero de vision branco*; os trajes antigos não jogavam com a função, ostentavam o artificio das suas correspondências... o *homo significans* põe a máscara do *homo faber*, isto é, do seu contrário (BARTHES, 1967, p.296).

O que se ressalta nas considerações tecidas por Barthes, é que a moda contemporânea parece necessitar do vínculo funcional para justificar sua imanência simbólica. Nesse sentido, é como se fosse possível justificar o arranjo de certos elementos em nome de um fim, que corrobore o nível de trocas que podem ser articuladas pelos códigos que constituem um determinado artefato, inicialmente formulado e constituído como vestuário. É a justificativa para a atuação do poder simbólico relativo ao campo, legitimando e, ao mesmo tempo, potencializando interpretações que possam advir dos signos constitutivos de artefatos de design de moda.

Partindo, pois, da perspectiva que a moda opera no meio social como um sistema, portanto, um campo composto por vários agentes e esferas, e que esses visam articular certos aspectos representativos no intuito de legitimar, e renovar, a atuação de uma sistemática, ressalta-se o princípio de buscar compreender a moda a partir de suas estruturas formadoras. Dessa forma, um dos objetivos desse estudo constitui-se na investigação das estruturas do sistema da moda, no intuito de buscar um entendimento a respeito de suas dinâmicas de funcionamento junto e a partir do meio social, visto que esta não está descolada da sociedade e sua atuação acaba, por fim, replicando certas práticas de outros domínios, o que potencializa o poder simbólico da mesma, permitindo que o design de moda opere como uma plataforma

de constituição de cultura. Segundo Bourdieu o poder simbólico é “esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 2007, p.7-8).

Analisando a questão sob esse prisma, pode-se considerar que a moda se caracteriza como um meio de produzir e disseminar cultura, e que essa prática perpassa a configuração de artefatos, sendo que os mesmos são compostos por códigos que visam comunicar tanto aspectos iminentes aos indivíduos - classe social pertencente e outros aspectos - como criar meios de identificação das transformações articuladas no meio sociocultural.

Dessa forma, pode-se compreender que o poder simbólico, a partir de Bourdieu, caracteriza-se como um meio de legitimar ambas perspectivas: comunicar pressupostos relativos a classe social a qual pertence o indivíduo (mas, também, outros aspectos que contribuam para explicitar a diferenciação social, como grupo ao qual pertence, etc); bem como, forma de identificação de transformações operantes pela constituição de artefatos que sinalizem esses pressupostos, ou, seja, que permitam o estabelecimento e reconhecimento de trocas simbólicas operativas. Nota-se uma aparente arbitrariedade nessa dinâmica, visto que essas trocas podem corresponder a interesses daqueles que articulam esferas elevadas do campo, caso da burguesia emergente em outros tempos.

Desde a concepção de um artefato de design de moda, até sua reprodução em série, vários fatores e agentes são intermediários no processo, e a perspectiva de constituição de trocas operativas entre os mesmos é pertinente. Para entender tais dinâmicas, Barthes oferece um termo que pode conduzir ao entendimento das mesmas.

O termo *shifters* é utilizado por Barthes (1967) para designar os elementos de intermediação entre os códigos intrínsecos ao sistema da moda. Esses mecanismos podem propiciar a replicação de códigos de representação, associando os mesmos a outros domínios de conhecimento, ou seja, outras estruturas de representação. Esses *shifters* podem atuar na produção de certos significados, associados aos códigos funcionais dos mesmos, ou seja, aos signos inaugurados a cada novo ciclo de atuação da moda no meio social.

Para compreender melhor essa dinâmica, recorre-se ao que o teórico classifica como funções-sígnos, portanto, o entendimento para o que sejam códigos:

A função-sígnos é a testemunha de um duplo movimento que cumpre analisar. Num primeiro tempo (esta decomposição é puramente operatória e não implica uma temporalidade real), a função penetra-se de sentido; tal semantização é fatal: *desde que haja sociedade, qualquer uso se converte em signo desse uso*. - o uso da capa de

chuva é proteger da chuva, mas este uso é indissociável do próprio signo de certa situação atmosférica: [...]. A função-signo tem pois – provavelmente – um valor antropológico, já que é a própria unidade em que se estabelecem as relações entre o técnico e o significante (BARTHES, 2006, p.45).

Nesse sentido, considera-se que a decomposição de códigos pode levar a compreensão das significações imanentes aos mesmos, sendo essas arranjadas tanto de modo funcional – portanto, permitindo o entendimento da questão prática implicada no processo (caso da chuva para a capa) – como para dar conta de ligar subjetividades, de modo a relacioná-las a trocas que visem a configuração de outros sentidos. Além disso, se está considerando que ressignificações podem ser engendradas conforme a interferência de *shifters*, e que essas podem sinalizar para inovações em nível de significado, principalmente no que diz respeito às mediações que se estabelecem como meio de estabelecer correspondência com sentidos sub-repênticos, permitindo a constituição de certas estratégias a partir dessa dinâmica.

Ou seja, a produção de significados é uma prática inerente ao meio social, permeando conhecimentos de áreas diversas e, além disso, propiciando a configuração de interrelações entre disciplinas distintas. Portanto, os arranjos signícos constituintes de um artefato de design podem construir vínculos de comunicação com códigos de outros domínios de conhecimento, outras disciplinas. Porém, essa replicação não é, necessariamente, evidente, pois muitas vezes o resultado final – a representação – possui características distintas, emitindo mensagens diversas, gerando novos significados conforme interpretações engendradas (a interferência de *shifters*).

Analisando a questão sob esse viés, é possível considerar que a moda, enquanto campo de estabelecimento de trocas simbólicas e representação de subjetividades, pode constituir diálogos com outras áreas que também engendram essa prática. A perspectiva de diálogo entre a moda e outros domínios pode se dar a partir do momento em que estabeleçam relações entre estruturas, vistos, no contexto desse estudo, como vínculos discursivos/textuais através dos signos constitutivos de artefatos.

Portanto, a leitura de uma estrutura signíca configurado em um objeto pode levar a compreensão de outra estrutura, e o reconhecimento dos códigos que se replicam de uma para outra pode vir a gerar discursos interpretativos: meios de organizar o conhecimento e as imanências simbólicas que perpassam indivíduos.

A associação entre texto e vestuário, bem como entre o significado da palavra texto e a perspectiva relacional com articulações de linguagens representativas, pode ser melhor compreendida a partir das argumentações oferecidas por Pierre Lévy:

Os coletivos também cossem, através da linguagem e de todos os sistemas simbólicos de que dispõem, uma tela de sentidos destinada a reuni-los e talvez protegê-los dos estilhaços dispersos, insensatos, do futuro: uma capa de palavras capaz de abrigá-los da contingência radical que perfura a camada protetora dos sentidos e mistura-se, à sua revelia (LÉVY, 1993, p. 73).

Já para Foucault, a constituição de discursos prevê a arbitrariedade, correspondendo a instâncias de poder daqueles que engendram os discursos (FOUCAULT, 2008). Essas considerações encontram eco ao que Barthes afirma sobre a arbitrariedade inerente à moda:

O signo é a união do significante com o significado, do vestuário com o mundo, do vestuário com a Moda... a Moda é tirânica e seu signo é arbitrário, ela tem de o converter em facto natural ou em lei racional: a conotação não é gratuita; ela tem, na economia geral do sistema, a tarefa de restaurar uma certa *ratio* (BARTHES, 1967, p.291).

Visto sob esse prisma, o discurso arbitrário da moda instala-se como um meio racional de associação entre signo e significados – a perspectiva de composição de arranjos signícos para a configuração de artefatos – intensificando a constituição de códigos, no intuito de engendrar trocas através da linguagem de sua linguagem (verbal ou não-verbal). Além disso, a moda também liga o vestuário, artefato objetivo de seu design, ou seja, o significante, ao mundo, potencializando novos desdobramentos textuais dessa estrutura no meio sociocultural, partindo da ligação entre os signos constitutivos de um artefato de moda aos que se configurem em artefatos de outros domínios, ou seja, de outras estruturas de representação. A identificação de arranjos signícos, ou códigos de representação acabam, por fim, conferindo sentido às estruturas, oferecendo meios de legitimar a atuação sistemática do campo.

Essa dinâmica pode ser entendida a partir de um breve exemplo configurado por Barthes. Para ele, a prática de ligação entre estruturas da moda e outras estruturas, bem como, a sistemática de construção de significações a partir de arranjos signícos que visem substituir (comunicar) fenômenos, pode assim ser entendida: “[...] a ganga azul de trabalho (*blue jeans*) tornou-se mais signo de ociosidade, etc [...] isso explica que a sociedade moderna, tecnicista, possa, facilmente, separar o signo da função e impregnar os objetos que fabrica de variadas significações” (BARTHES, 1967, p.293).

Ao deslocar, portanto, o signo de sua função elementar, o sistema da moda possibilita a ressignificação dos artefatos, produzindo novos sentidos conforme a interferência da dinâmica temporal, como o que ocorreu com o jeans – outrora roupa de trabalho, hoje símbolo

de ociosidade e de status. Nesse sentido, a moda atua concomitante ao desenvolvimento cultural e reflete as expressões do meio e das relações sociais operantes. Para tanto, utiliza-se das potencialidades emergentes ao longo de temporalidades definidas de estilo e comportamento, indicando novas premissas culturais, instaurando outros discursos constituídos a partir de combinações entre estruturas, visando a reinterpretação das mesmas.

Essa consideração reforça a ideia de que o design pode operar como uma plataforma de representação para a produção de artefatos que visam comunicar o devir cultural, portanto, que o design de moda permite a constituição de artefatos que possibilitam o entendimento das transformações ocorridas, ou operantes, no meio social.

Para o melhor entendimento desse pressuposto, a perspectiva da construção de discursos em diferentes áreas do conhecimento – diferentes campos de representação simbólica – parece fundamental. Analisar como podem ser construídos vínculos de significação entre artefatos pertencentes a campos distintos pode, assim, levar ao entendimento da importância do estudo de tendências, portanto, de identificação de sinais fragmentados no processo de semiose cultural e a posterior organização dos mesmos em plataformas de geração de sentido.

Para tanto, analisar a moda como discurso parece ser um caminho essencial a ser desenvolvido. Porém, antes disso, é preciso compreender como se estabeleceram as forças socioculturais relativas aos agentes constituintes do campo da moda nas últimas décadas, de modo a buscar formas para o entendimento da prática de arbitrariedade dessa área de formalização de subjetividades.

1.5 MODA ENQUANTO DISCURSO E A DISSEMINAÇÃO SÍGNICA ATRAVÉS DAS TENDÊNCIAS

Se as tendências podem ser entendidas como mecanismos de geração de simulacros e, assim, como formas de replicar signos comuns aos indivíduos, o entendimento de moda enquanto discurso passa pela compreensão do que vem a ser tendência.

Como afirma Caldas, o termo tendência deriva do latim *tendentia*, sendo um substantivo originário do verbo *tendere*, que possui, dentre outros significados, tender para e ser atraído por. Segundo ele, com o passar do tempo, e o desenvolvimento cultural da

sociedade ocidental, o termo foi adquirindo novos significados. Ao migrar para o francês, a palavra acabou significando inclinação, porém, no início esta significação estava atrelada ao amor romântico – aspecto desenvolvido pela cultura medieval. Portanto, a palavra tendência denotava inclinação por alguém. Com o advento do iluminismo, e com o desenvolvimento do pensamento científico, novos significados foram associados ao termo, que passou a possuir co-relação com dinamismo, força, esforço e impulso (CALDAS, 2004, p.23-26). O sociólogo também argumenta que, essa composição auxiliou na construção da ideia de que tendência subentende movimento, e que à partir do século XIX o termo passou também a significar predisposição e propensão.

Portanto, após anos de interferência cultural, hoje, a palavra tendência:

[...] define-se sempre em função de um objetivo ou de uma finalidade, que exerce força de atração sobre aquele que sofre a tendência; expressa movimento e abrangência; é algo finito (no sentido que se dirige para um fim) e, ao mesmo tempo, não é 100% certo que atinja o seu objetivo; é uma pulsão que procura satisfazer necessidades (originadas por desejos) e, finalmente, trata-se de algo que pode assumir ares parciais e pejorativos (CALDAS, 2004, p.26).

Partindo das considerações desenvolvidas, é possível entender tendência como um fenômeno que opera segundo um objetivo ou uma finalidade, exercendo força de atração sobre aquele que sofre a tendência. A palavra tendência também possui a significação correlata a movimento – o que a coloca no cerne da questão de mudança constante que o sistema da moda incorporou, ou seja, sua característica de obsolescência programada. Tendência também supõe algo que é finito, possuindo um ciclo de desdobramento e, ao mesmo tempo, não apresenta a certeza de atingir este fim (ou objetivo). Além disso, o termo simboliza a pulsão do desejo, buscando satisfazer necessidades prementes, além de, finalmente, estar relacionada à ideia de evolução necessária, fruto do pensamento positivista oriundo do século XIX.

Nesse sentido, é possível considerar que a instância de poder simbólico imaneente às tendências reside na potencialidade de operação concatenada das esferas que constituem o campo da moda. O organismo operante instituiu, assim, uma forma de vincular sua arbitrariedade a outros domínios socioculturais, fazendo valer uma lógica de signos e significados que, durante muito tempo, parece ter sido compreendida apenas pelos iniciados, ou seja, aqueles que comandavam os âmbitos de organização sígnica, ou seja, que constituíam discursos para alimentar o sistema. Visto sob este prisma, essa lógica de atuação novamente

encontra eco nas considerações tecidas por Bourdieu acerca do mercado de bens simbólicos, pois:

o princípio da eficácia dos atos de consagração reside no próprio campo e nada mais seria mais não que buscar a origem do poder “criador”, essa espécie de *mana* ou *carisma* inefável, incansavelmente celebrado pela tradição, em outra parte que não nesse espaço de jogo que progressivamente se instituiu, isto é, no sistema das relações objetivas que o constituem, nas lutas das quais ele é o lugar e na forma específica de crença que aí se engendra (BOURDIEU, 1996, p.195).

Contudo, os mecanismos de previsão (as tendências) - o sistema de relações objetivas entre os artefatos de moda e as esferas constituintes do campo - iniciaram um caminho rumo a fragmentação do poder centralizador, visto que novos comportamentos sociais passaram a permear as relações simbólicas no meio sociocultural. Na verdade, intensificando essa prática de centralização do discurso, também se intensificam as tensões e, nesse sentido, as considerações de Foucault (2008) a respeito do novo mostram-se esclarecedoras.

Segundo o filósofo, “o novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta” (FOUCAULT, 2008, p.26).

Partindo da premissa de enfraquecimento da centralização discursiva, objetiva-se o entendimento da multiplicidade de elementos discursivos da qual também fala Foucault, visto que:

É justamente no discurso que vêm a se articular poder e saber. E, por esta mesma razão, deve-se conceber o discurso como uma série de segmentos descontínuos, cuja função ídica não é uniforme nem estável. Mais precisamente, não se deve inaugurar um mundo do discurso dividido entre o discurso admitido e o dominado, mas, ao contrário, como uma multiplicidade de elementos discursivos que podem entrar em estratégias diferentes (FOUCAULT, 1988, p.93).

De fato, a moda, sendo um sistema signico por excelência, passa a assimilar uma série de elementos discursivos distintos, operantes conforme estratégias circunscritas a determinadas situações, e que, ao final, tendem a construir diálogos entre fatores subjetivos e os artefatos. Essa prática possibilita a constituição de co-relações entre o campo da moda e o fator anímico relacional intangível e presente no meio sociocultural, que pode ser entendido como o *espírito do tempo*. Tais considerações ressaltam a importância de se compreender o que não está explícito no discurso dominante — dinâmica esta tão relevante às definições de tendências fomentadas pelos *birôs* de estilo durante muito tempo. Ora, “Quem poderia predir, em 1975, no auge da moda retro e ainda de forte acento *hippie*, que um movimento como o *punk*, no ano seguinte, viria possibilitar o surgimento de padrões estéticos radicalmente diferentes?” (CALDAS, 2004, p.49).

Portanto, para perceber essas modificações, mostram-se importantes a observação de contextos onde transformações emergentes sejam operativas no meio sociocultural. Essas transformações que podem estar sendo comunicadas através de plataformas comportamentais, artísticas, estéticas ou formais. A antecipação de necessidades parece assim subentender a relação entre como essas transformações estão sendo comunicadas e as relações interpessoais que estão sendo engendradas no contexto social, fator importante para a constituição da inovação nos âmbitos do Design Estratégico segundo Deserti e Celaschi (2007), Bertola (2006) e Verganti et al (2006).

Nesse contexto, observar o desenvolvimento das mediações operantes entre subjetividade e formalização pode levar ao entendimento do *espírito do tempo* que se desenha. Portanto, dinâmicas de interconexão entre campos se estabelecem, potencializadas pelas formas de representação do imaginário – individual e coletivo. Essa perspectiva pode, por fim, conferir maior sentido à moda, e, automaticamente, desencadear relações de valor entre os artefatos de moda e outros domínios, e também entre a moda e os indivíduos. Para tanto, considera-se como uma premissa de análise a lógica que se constitui a partir dos *intertextos*.

Essa prática pode ser melhor compreendida a partir das considerações tecidas por Verónica Massonnier, psicóloga e analista de mercado. Para Massonnier:

um punto clave en la observación de las tendencias es la capacidad de asociar lo que va ocurriendo en diversos terrenos, para así intentar “leer” las interconexiones. Cuando vemos que varios de esos signos están en sintonía y apuntan en una misma dirección, podemos suponer que se trata de un proceso que va más allá de un fenómeno singular (MASSONNIER, 2008, p.14)⁸.

A intertextualidade, conceito operativo oriundo da linguística, desponta como forma de análise da pertinência de certos sinais e o atual estágio de relações representativas desdobradas no contexto sociocultural, principalmente no tocante a construção de relações entre campos distintos e a perspectiva de antecipação do *devoir cultural*.

Compreender como os textos estão sendo articulados, portanto, como os signos estão sendo colocados em relação de modo a gerarem sentidos, pode levar a identificação de necessidades latentes, possibilitando a constituição de tendências, e, assim, a configuração de

⁸ A tradução de Massonnier é livre, ou seja, da autora: um ponto chave na observação das tendências é a capacidade de associar o que está ocorrendo em diversos terrenos, para assim tentar ler as interconexões. Quando vemos que vários desses signos estão em sintonia e apontam para uma mesma direção, podemos supor que se trata de um processo que está além do fenômeno singular.

cenários para desdobramentos projetuais que potencialmente apontem para caminhos de inovação.

Segundo Laurent Jenny:

A intertextualidade levada às últimas conseqüências, arrasta não só a desintegração do narrativo como também do discurso. A narrativa esvai-se, a sintaxe explode, o próprio significante abre brechas, a partir do momento em que a montagem dos textos deixa de se reger por um desejo de salvaguardar, a todo preço, um sentido monológico e uma unidade estética (JENNY, 1979, p.28).

Duas perspectivas apresentam-se a partir das considerações tecidas por Jenny, linguísta e teórico da intertextualidade: primeiro que sendo o significante uma das partes constituintes do signo e se, visto sob o prisma da teoria dos *intertextos*, o significante pode abrir brechas, é possível considerar que o aspecto formal (a parte concreta dos signos), também pode oferecer interpretações novas, potencializadas a cada nova análise contextual. Segundo, que é possível construir associações com outros domínios, visto que os signos presentes nestes podem estar articulando diálogos profusos, criando relações de sentido subliminar e simbólico, entre um campo e outro, e entre o contexto relativo a uma estrutura específica e o mundo. O sentido monológico se desfaz, em nome de uma multiplicidade estética: os fragmentos textuais operam conforme estratégias estabelecidas.

Nesse sentido, retoma-se a noção de interrelações entre estruturas distintas, objetivadas a partir dos pressupostos simbólicos representativos arranjados em artefatos. Diálogos podem estar sendo articulados entre estruturas, o que leva à importância do design de moda como plataforma de comunicação de múltiplos fragmentos discursivos, orientados segundo estratégias concomitantes às necessidades latentes de usuários, percebidas pelos projetistas a partir da observação do processo de semiose cultural. A configuração de narrativas – a correlação entre unidades dialógicas – acaba por caracterizar-se como a identificação de indícios que permitam uma leitura do devir cultural, fragmentados entre os indivíduos. Portanto, a substituição de tendências, ou melhor, a identificação dos fenômenos desdobrados entre os indivíduos e suas associações a signos (que também podem ser entendidos como sinais de transformações operativas), apresenta-se como a perspectiva estratégica desse estudo, contribuindo para a construção de cenários (enredos, novamente, narrativas) que permitam o desenvolvimento de projetos, no intuito de criar relações de valor entre artefatos, usuários e empresas/organizações.

Considera-se necessário compreender como pode se dar essa dinâmica, bem como, qual a implicação desse pressuposto na configuração do *espírito do tempo*, anunciado

anteriormente a partir de Caldas, e a possível interferência desse pressuposto na configuração de inovações de significados.

1.6 SIGNOS, SINAIS E O ESPÍRITO DO TEMPO

Partindo do pressuposto de que design pode deixar *marcas* que funcionam como espaços de comunicações entre artefatos, necessidades latentes e usuários, a prévia identificação de signos emergentes pode levar a configuração de inovações em nível de significados.

Considera-se que os indivíduos apontam caminhos para o reconhecimento de suas necessidades latentes a partir da configuração de signos, e que esses estão associados a fenômenos mais complexos, sendo os signos formas de operacionalizá-los pela comunicação através de códigos, carregados de temporalidades que permitem compreender o atual estado de interações socioculturais.

Se, segundo Barthes, “O signo é a união do significante com o significado” (BARTHES, 1967, p.291), e que essa prática estabelece diálogos, pode-se argumentar que várias unidades dialógicas estejam sendo articuladas para expressar uma mesma ideia. Assim, essa ideia pode ser identificada em seu estágio inicial partindo da relação engendrada entre sinais representativos desdobrados no processo de semiose cultural. Nesse sentido, o meio social pode funcionar como um vetor de emissão de sinais, e a identificação e compreensão desses sinais podem viabilizar estratégias para o desenvolvimento de artefatos com inerente teor de trocas simbólicas.

Muito já se argumentou sobre a importância da constituição de cadeias de valor entre usuários, artefatos e empresas. Para Celaschi e Deserti, essa dinâmica pode ser objetivada a partir da implementação da cultura de análise de tendências internamente nas empresas e organizações, ou seja, a relevância de fatos culturais caracterizados por sinais configurados em artefatos de artes figurativas, cinema, literatura, música, etc., pode contribuir para a percepção do atual estágio imaginário coletivo, portanto, para o atual estágio de relações de trocas estabelecidas entre esferas de representação simbólica (CELASCHI e DESERTI, 2007, p. 48).

Nesse interim, relacionar sinais pode ser um meio de encontrar caminhos para a projeção, e a observação de várias áreas representativas pode se configurar como forma de desdobramento dessa dinâmica nas organizações.

Segundo Caldas,

[...] sinal é indicio, vestígio, aviso, prenúncio – algo, enfim, que indica a existência ou a verdade de uma outra coisa, à qual está ligado. [...] Em todas as definições [...] existe a idéia de que um sinal, de algum modo, antecipa aos sentidos e entendimento algo que ainda não se deu a conhecer por completo. [...] Do mesmo modo que o organismo dá sinais de cansaço [...], também as correntes socioculturais e a evolução dos valores, que desenharam o “espírito do tempo”, são detectáveis, apreensíveis (às vezes em seus estágios de formação) e, por isso, “antecipáveis”, por meio de sinais emitidos pelas diversas esferas da cultura (CALDAS, 2004, p.92).

Ainda segundo o sociólogo, o trabalho a partir da identificação de sinais recolhidos no meio sociocultural pode levar à perspectiva de recortes da realidade, pois “é preciso trabalhar com sinais de modo a construir hipóteses de trabalho” (CALDAS, 2004, p.93).

Essa orientação aproxima-se da análise que se está buscando nesse estudo, ou seja, de que tendências podem se caracterizar como histórias possíveis, criadas a partir da ligação entre sinais coletados no processo de semiose cultural, de modo a objetivar sentidos, chegando ao que Barthes (1996) intitulou o homem como produtor de sentidos (o *Homo Significans*).

Desse modo, vários fragmentos textuais podem estar operando de modo concomitante, e a leitura e interpretação dos mesmos pode acarretar o entendimento do estágio atual do imaginário coletivo, portanto, de uma espécie de *ânimia* fluido que liga os indivíduos em um dado momento de desenvolvimento histórico. Esse *ânimia* pode ser entendido como o *espírito do tempo*, cujo conceito, segundo Caldas, não possui validade científica, porém, “uma coisa é inegável: que as diversas manifestações da moda e o grau de desenvolvimento tecnológico de uma época são fatores decisivos para o desenho dos traços e dos contornos que definem o “espírito” de um tempo” (CALDAS, 2004, p.73).

Um exemplo de como é possível caracterizar a convergência de fragmentos discursivos, no intuito de objetivar uma leitura do momento cultural que permeia os indivíduos, pode ser oferecida a partir dos pressupostos simbólicos que orientaram o estilo predominante entre o final do século XIX e primeiros anos do século XX, período também conhecido como *belle époque*: “a silhueta feminina em S, conseguida à custa do espartilho rígido, era a manifestação da sinuosidade que a arquitetura alcançava nas estruturas de ferro retorcido e que os objetos *art nouveau* ecoavam” (CALDAS, 2004, p.73).

Potenciais diálogos são operados entre áreas de representação de subjetividades, e esses podem estar comunicando fenômenos que interconectam indivíduos e artefatos, de modo a caracterizar ideias coletivas, orientadas segundo aspectos latentes que se relacionam coletivo e individual. As significações que serão construídas a partir dessa dinâmica parecem, assim, dar conta da construção de um discurso abrangente, que proporcione sentido aos fragmentos textuais a partir da interrelação entre unidades dialógicas, aqui consideradas como os arranjos signícos que permitem a construção de significados coletivos. Um determinado estilo – como o *art nouveau* – cumpre essa função, proporcionando o reconhecimento do tipo de comportamento que está sendo construído em um dado momento histórico.

Segundo o antropólogo Marc Augé, os designers podem ser considerados antropólogos aplicados, sendo que os artefatos que projetam – e constituem – são permeados por símbolos e significados que remetem às vontades de determinados grupos, vistos como diferenciados consumidores, ou usuários (AUGÉ, 2001, p. 103-111).

Portanto, a análise e entendimento desse *magma* intangível, ou seja, dessa variante anímica (o *espírito do tempo*), mostra-se importante, pois permite a identificação, dentre a multiplicidade discursiva, de uma idéia prevalectente, podendo servir para a configuração de narrativas que busquem proporcionar sentido à projeção de artefatos de design, mais especificamente, de design de moda.

Consoante Caldas:

É inegável a existência desse não-sei-quê que pausa sobre as coisas e define *l'air du temps* (um equivalente francês para a mesma idéia), que só os narizes mais treinados são capazes de farejar e só os artistas mais geniais, de antecipar. Sendo assim, por que seria impossível tentar agarrar o impalpável, aquilo que está surgindo como sinal forte, como traço marcante de personalidade de uma época, desenhando os contornos de uma sensibilidade emergente? (CALDAS, 2004, p.89).

Antecipar – ou, caracterizar – os contornos de sensibilidades emergentes parece ser o potencial resultado dessa prática, e a observação de campos orientados para representações figurativas, mostra-se uma prática que visa apontar caminhos para a constituição de artefatos que produzam sentidos coadunados com as tendências desdobradas.

Ao mesmo tempo, revela-se importante a análise de fenômenos artísticos, visto que “toda arte autêntica opera uma revolução em si” (ADORNO, 1970, p.256). Nessa perspectiva, a arte pode instaurar novos códigos comunicacionais, contribuindo para a formalização de aspectos não verbalizados relativos aos indivíduos.

Para Bourdieu, existem instâncias da arte, ou melhor, formas do fazer artístico contemporâneo que podem cumprir essa espécie de designio. A ideia de transgredir padrões vigentes, então, confunde-se com a prerrogativa de ir além do tempo, operar na vanguarda. Segundo o sociólogo, “*marcar época* é, inseparavelmente, fazer existir uma nova posição para além das proposições estabelecidas, na *diamanteira* dessas posições, na *vanguarda* e, introduzindo a diferença, produzir o tempo” (BORDIEU, 1996, p.181).

Nesse sentido, produzir o tempo relaciona-se com a perspectiva de inaugurar uma nova forma de posicionamento, abordagem e representação que pode ser relacionada às necessidades latentes condizentes aos indivíduos. Devolvida à sociedade, essa perspectiva visa proporcionar a geração de significados novos. Novamente, a ideia de análise e identificação do *espírito do tempo* que se desenha se mostra pertinente, dada a importância dos códigos engendrados no contexto sociocultural, por vezes, alternativos e transgressores. Assim, esses códigos podem permitir a constituição de discursos múltiplos, possibilitando a instauração do *novum*, no sentido proposto por Foucault (2008), ou seja, como agenciamento da multiplicidade. Nesse sentido, fragmentos textuais atuam de modo a convergirem para algo semelhante a um hipertexto⁹, oferecendo múltiplas formas de ligação conceitual, portanto, de leitura e representação.

A perspectiva de hipertexto liga-se à ideia da superpalavra, tal como colocada por Jenny. Segundo o autor “o estatuto do discurso intertextual é assim comparável ao duma superpalavra, na medida em que os constituintes deste discurso já não são palavras, mas sim coisas já ditas, já organizadas, fragmentos textuais. A intertextualidade fala uma língua cujo vocabulário é a soma dos textos existentes” (JENNY, 1979, p.21-22).

O fato é que a intertextualidade permite uma leitura pelos vários estratos de linguagens presentes no processo de semiose cultural, possibilitando o entendimento do nível de convergência signíca que pode estar sendo engendrado de modo tanto sincrônico, quanto anacrônico. Nesse sentido, considera-se que a superpalavra pode levar ao texto fundamental, ou seja, à identificação da ideia fundamental que será replicada em fragmentos textuais diversos, que serão, posteriormente, articulados em nome da configuração de um discurso uníssono.

⁹ Termo cunhado por Theodor H. Nelson, que o propôs pela primeira vez em 1965, numa comunicação apresentada à Conferência Nacional da Association for Computing Machinery, nos Estados Unidos. O hipertexto é uma forma não linear de apresentar a informação textual, uma espécie de *texto em paralelo*, que se encontra dividido em unidades básicas, entre as quais se estabelecem elos conceptuais (Disponível em: <<http://www2.fesh.unl.pt/edit/verbetes/H/hipertexto.htm>>).

De fato considera-se que o meio sociocultural possui interferência na projeção de artefatos de moda. Sendo assim, seria a pré-identificação de diálogos inerentes ao processo de semiose cultural um meio de objetivar a geração de artefatos com inerente *import* simbólico, visando a constituição de vantagens estratégicas para as empresas e organizações?¹⁰.

Segundo Caldas, existem dois tipos distintos de tendências, que podem ser caracterizadas como tendências efêmeras – portanto, de ciclo curto – e tendências de fundo, que possuem ciclos longos de desenvolvimento. No tocante às tendências de fundo, as mesmas podem ser embasadas por valores e sensibilidades emergentes e, assim, demonstrar os caminhos de configuração do *l'air du temps* que está se organizando, permitindo a identificação do mesmo em seu estágio inicial (CALDAS, 2004, p.31-116).

Já para Celaschi e Deserti, a constituição de tendências pode se dar em nível macro e micro, e a relação de ambos com setores vinculados a uma lógica de obsolescência controlada – caso da moda – é relevante no processo de identificação do ritmo da inovação. Nesse sentido, analisar setores mercadológicos orientados pela moda; bem como, fatores de costumes que caracterizam experiências locais endêmicas, que potencialmente podem vir a se caracterizarem como fenômenos epidêmicos, sendo disseminados por diversos indivíduos em contextos distintos aos originais; e aspectos formais objetivados por sujeitos-chave na articulação de pressupostos subjetivos a partir de artefatos (artistas plásticos proeminentes, arquitetos, designers, comunicadores, etc), são relevantes no processo de identificação de sinais que levarão à constituição de tendências. Outra importante fonte de investigação é a pesquisa do tipo transversal, ou seja, a ligação entre esses pressupostos e o contínuo processo de desenvolvimento cultural de aspectos comuns ao comportamento humano em sociedade, intitulado, pelos autores, de superconstantes. (CELASCHI; DESERTI, 2007, p.48).

Ainda segundo os autores, “le superconstanti sono parte del nostro vivere quotidiano e nel contempo sono elementi che progressivamente sono stati isolati dallo studio che numerose discipline hanno portato ad emergere” (CHELASCHI; DESERTI, 2007, p.50-51)¹¹.

¹⁰ O termo *import* simbólico vem das considerações tecidas por Bourdieu acerca das características subjetivas simbólicas imanentes aos objetos de representação tanto artísticos, como de outros domínios: “Ao contrário dos objetos fabricados com *import* simbólico fraco ou nulo (sem dúvida cada vez mais raros, na era do *design*), a obra de arte, como os bens ou os serviços religiosos, amuletos ou sacramentos diversos, recebe valor apenas de uma crença coletiva com desconhecimento coletivo, coletivamente produzido e reproduzido.” (BORDIEU, 1996, p.198).

¹¹ A tradução de Celaschi e Deserti é livre, ou seja, da autora: As superconstantes são parte do nosso cotidiano e também são elementos que progressivamente foram isolados do estudo que várias disciplinas emergentes.

Nesse sentido, as superconstantes podem ser consideradas como valores que se mostram fundamentais para os indivíduos, como liberdade, segurança e estabilidade, por exemplo. O fato é que, com o desenvolvimento das relações sociais e, concomitantemente, da cultura, esses valores embasam representações distintas. São valores que servem de vínculo entre indivíduos, independente do contexto no qual se desdobram as interrelações.

A partir dessas considerações, retoma-se a ideia de que a prévia identificação da relação entre fragmentos textuais pode levar ao entendimento do discurso que está sendo configurado de modo amplificado, potencializando a compreensão das interrelações que estão sendo articuladas entre estruturas distintas.

Partindo da premissa de que o meio sociocultural é determinante na projeção de artefatos de moda, a análise de domínios que ultrapassem o campo da moda parece fundamental. Se a moda é uma forma de representação que acaba por replicar códigos presentes em outros domínios, gerando novos significados, novos discursos, buscar construir relações interdisciplinares pode se apresentar como um meio de antecipar o devir cultural.

Desse modo, observar sinais emitidos em áreas de representação de subjetividades como arte, cinema, arquitetura, música, dentre outras, pode contribuir para a construção de narrativas carregadas de sentido, permitindo que o processo de projeção de artefatos de moda constitua vínculos dialógicos entre usuários e empresas, embasando essa prática em arranjos sógnicos que dêem conta de comunicar fenômenos que se desdobram no meio sociocultural. As unidades dialógicas – ou, os fragmentos textuais – que permitirão a efetivação dessa dinâmica podem auxiliar na construção de estratégias mercadológicas, que serão futuramente desenvolvidas pelas empresas e organizações, orientadas de modo a objetivar vias de comunicação entre sensibilidades emergentes relativas aos indivíduos e os valores internos das organizações.

Nesse contexto ressalta-se a necessidade de definir quais ferramentas podem ser utilizadas para operar tal dinâmica, de modo a caracterizar uma metodologia de trabalho pré-projetual tendo como foco a identificação de sinais que possam levar à constituição de tendências. Porém, antes disso, o entendimento do que potencialmente significam sensibilidades emergentes prementes nas relações sociais, e a ligação dessas a uma ideia fundamental, mostra-se pertinente. O entendimento dessa perspectiva pode servir embasar a importância de constituir macrotendências e tendências de fundo, incorrendo na implicação entre esses pressupostos e a concepção de artefatos com *import* simbólico.

1.7 SENSIBILIDADES EMERGENTES E OS FLUXOS CRIATIVOS

Segundo Simmel, “entendido em seu sentido mais amplo, o conceito de sociedade significa a interação psíquica entre os indivíduos” (SIMMEL, 2006, p.15). Ora, partindo da noção de sociedade a partir do interrelacional psíquico, podemos considerar que a noção de realidade compromete-se de forma significativa pela subjetividade, e que esse teor intangível potencialmente proporcione laços de ligação que podem ser materializados em artefatos.

Conforme Simmel, essas interações servem como magna para a constituição de relações duradouras, caracterizadas tanto por instituições que viabilizem a configuração das mesmas, como por formalizações não oficiais, fragmentadas e abrangentes, que podem levar ao entendimento dos fenômenos operantes em nível individual, potencializando a geração de outras interações que permitirão novas formalizações (SIMMEL, 2006, p. 13-17). Para ele, “os laços de associação entre os homens são incessantemente feitos e desfeitos, para que sejam refeitos, constituindo uma fluidez e uma pulsação que atam os indivíduos mesmo quando não atingem a forma de verdadeiras organizações” (SIMMEL, 2006, p.17).

Essa perspectiva de laços associativos incessantemente feitos e desfeitos no campo social também é considerada pelo sociólogo Mafesolli como o cimento que une os indivíduos, funcionando como um *ánima* fluido que permite a construção de caracterizações estéticas que dêem conta de comunicar o teor relacional entre os mesmos. Como diz Mafesolli, “o todo se exprime neste nós que serve de cimento, e que ajuda, precisamente, a sustentar o conjunto.” (MAFESOLLI, 2002, p.101).

Nesse sentido, evidencia-se a importância da identificação e formalização de aspectos subjetivos para o entendimento de como podem ser constituídos valores e sensibilidades emergentes no meio social. A formalização desses aspectos pode, assim, permitir a visualização do atual estágio imaginário do coletivo, potencializando a compreensão do teor de cultura que está sendo desenvolvido entre os indivíduos, levando à construção de laços de comunicação em nível verbal e não verbal, acarretando, ao final, a constituição de cadeias de valor quando do reconhecimento desses fatores latentes nos artefatos.

Instala-se aqui um teor analítico dicotômico, caracterizado pela subjetividade e pela objetividade. A implicação dessa premissa na configuração de uma fluidez relacional, que perpassa as interações individuais e permita constituições estéticas e formais, pode ser entendida a partir de alguns estudos realizados pelo filósofo Friedrich Nietzsche.

Em suas análises acerca da tragédia grega, Nietzsche concebeu dois polos de força, ou, duas formas de caracterizar a dinâmica da vontade de potência individual e de sua afirmação numa forma qualquer, portanto, num dado limite de representação. Por um lado, a potência do desejo, esse algo caótico – que, para os gregos da antiguidade, era um modo de entendimento das forças naturais – não possui limites e, assim, não possui forma. Esse estado caótico, segundo o filósofo, permeia as relações entre os indivíduos, como uma espécie de vontade fluida, unindo os indivíduos através de fluxos ainda não codificados e, portanto, ainda carentes de compreensão. Essa força pode se evidenciar na criatividade, visto que essa permite a construção de relações com o estado indomável apontado pelo filósofo. Portanto, não está passível de circunscrever-se ao domínio de uma área em específico, ou de um indivíduo apenas: está livre, e pode vir a desenvolver-se em uma ou mais formas de representação (NIETZSCHE, 2004: 19 – 66).

Consoante Nietzsche:

Transforma-se pela pintura o hino à alegria de Beethoven num quadro artístico e, deixando curso livre à imaginação, contemem-se os milhões de seres frenéticos, prosternados na poeira: nesse momento está próxima a embriaguez dionisiaca. Então o escravo é um homem livre, porque se quebraem todas as barreiras rígidas e hostis que a miséria, a arbitrariedade ou o “modo insolente” haviam estabelecido entre os homens. (NIETZSCHE, 2004: 24)

Segundo o filósofo, se por um lado existe essa força indomável, por outro existe a necessidade de organizar o caos, de modo a proporcionar sentido ao que parece destituído deste. Nesse ínterim, objetiva-se a apreensão dessa fluidez em contextos de formalização, estabelecendo uma prática de sublimação do estado caótico que advém das necessidades individuais prementes, caracterizando-se como uma afirmação do estado imaginário coletivo, proporcionando certos limites ao que parece indomável. Assim, nos limites circunscritos por uma dada representação, a força inconstante e ilimitada encontra um *modus operandi*, permitindo a posterior manipulação e assimilação, contextualizando-a conforme os meios interpretativos condizentes com o estágio de desenvolvimento intelectual de um determinado coletivo. Essa dinâmica embasada em aspectos dicotômicos é caracterizada pelo filósofo como dionisiaco e apolíneo, sendo a primeira nomeação um meio de relacionar o caos e a fluidez criativa, e a segunda uma forma de compreender a necessidade de sublimação da potência criativa. (NIETZSCHE, 2004: 19 – 66).

A sublimação também pode ser entendida como formalização, portanto, representação e, assim, como domínio signico (passível de organização de códigos, visando uma ordenação concatenada dos mesmos para gerar, por fim, um discurso). Esse domínio signico permite a

assimilação e o entendimento do atual estado imaginário coletivo, circunscrevendo limites aos fluxos criativos que perpassam as relações individuais. Essa prática potencializa a geração de novos códigos de organização conforme o teor interpretativo empregado por outros indivíduos em busca de outros meios de representar a mesma fluidez criativa.

Nesse contexto, pode-se construir relações entre os fluxos criativos e uma ideia, portanto, um estado caótico imperativo e passível de assimilação, formalização e codificação. O estado caótico argumentado pelo filósofo, então, subsidia várias maneiras de representação, ou, de interpretação. Analisar formalizações dessa fluidez criativa, então, pode levar à identificação do ponto onde subjetividades se interconectam: a sensibilidade que emerge do contexto sociocultural, a ideia fundamental.

Como diz Mafesoli, “podemos dizer que, conforme as épocas, predomina um tipo de sensibilidade, um tipo de estilo destinado a especificar as relações que estabelecemos uns com os outros” (MAFESOLLI, 2002, p. 101). Para o sociólogo, essa sensibilidade emerge das fusões entre necessidades individuais, geradas a partir da unificação de pontilhados, permitindo que se estabeleçam relações de interações e retroações, viabilizando a materialidade e levando à preponderância do imaginário (MAFESOLLI, 2002, p.102-104).

Ainda segundo o sociólogo:

O homem não é mais considerado isoladamente. E mesmo quando admitimos, [...] a preponderância do imaginário, não devemos esquecer que ele resulta de um corpo social e que, de retorno, volta a materializar-se nele. Não se trata, exatamente, de auto-suficiência, mas de constante retroação. Toda a vida mental nasce de uma relação e de seu jogo de ações e retroações (MAFESOLLI, 2002, p.104).

Os artefatos de design, inclusive os de moda, podem ser compreendidos como meios de vincular esses pressupostos através de características estilísticas-formais, e podem, então, construir relações com outras áreas de representação, visto serem estruturas que permitem a organização de forças de ações e retroações, levando ao entendimento de quais são as sensibilidades que estão emergindo no campo social.

Um exemplo disso nos é oferecido a partir das considerações acerca da coleção *New Look* de Dior, concebida em 1947. A instituição de um limite formal permitiu a viabilização de um discurso, possibilitando que vários indivíduos se reconheçam nos signos constituintes do mesmo, comunicando que um novo período poderia estar sendo construído no campo social. As significações decorridas nesse processo permitiram re-interpretações dos códigos estabelecidos a da ideia que subsidiou os artefatos de Dior, proporcionando outras interpretações conforme as relações entre as estruturas representativas *a posteriori*. O estado

do imaginário coletivo encontrou no design de moda, objetivado pelo estilista, um espaço de tangibilização e limite.

Retorna-se, aqui, a perspectiva de que a inovação em nível de significados pode se dar a partir da dinâmica de pré-identificação de necessidades latentes, portanto, que a constituição de tendências pode advir da assimilação de fragmentos discursivos aptos a serem utilizados em estratégias diversas.

Outro exemplo de como é possível compreender a implicação de necessidades latentes para a concepção de artefatos de design, e qual a relevância desse processo no sentido de compreender as sensibilidades que emergem no campo social, pode ser oferecida a partir dos preceitos de orientação do design caracterizado como *escandinavo*.

As considerações que surgem a partir dessa perspectiva permitem compreender a importância da história incorporada para a definição de um estilo de formalização estético. A relação entre o *habitus* referenciado por Bourdieu (2007), e os artefatos projetados para um determinado coletivo, possibilitam o entendimento das sensibilidades e valores que embasam as relações entre os indivíduos que compõe esse corpo social específico. Nesse sentido, podemos considerar que os objetos de design comunicam os fenômenos sociais que passaram as relações durante gerações, reverberando considerações construídas a partir de Augé (2001). Essa perspectiva permite o entendimento de que determinadas necessidades se atualizam para a constituição de um estilo próprio, servindo de referência para outras formas de representação em locais diversos. Os significados configurados nos artefatos de design característicos desse coletivo traduzem o *ânimus* fluído que os permeia (sua fluidez criativa), potencializando a constituição de novos significados a partir de re-interpretações advindas de outros contextos e indivíduos não circunscritos à sociedade escandinava, mas que compartilham das mesmas necessidades que a embasam. Nesse sentido, os diálogos que se estabelecem giram em torno de sensibilidades semelhantes, objetivadas para dar conta de sublimar vontades potenciais que se desdobram entre indivíduos vários, amplificando os sentidos primeiros do discurso instituído num determinado coletivo.

Considera-se que a observação e o esforço de representação do meio sociocultural, pode conduzir ao entendimento do atual estágio do imaginário coletivo, portanto, de quais sensibilidades estão emergindo nas interações relacionais entre indivíduos. Embasada por esse raciocínio, a prática de constituição de tendências reverbera pressupostos de configuração signíca que se desdobram em estágios contínuos, oferecendo novas interpretações conforme

os limites que se configurarem para dar conta de formalizar a criatividade fluída presente no meio sociocultural. Essas formalizações buscam circunscrever a potência da afirmação criativa em estruturas distintas, de modo a objetivar sentido ao estado caótico – ou dionisíaco – presente. Associar os desdobramentos formais desse *ânimus* fluído pode levar ao entendimento do *l'air du temps* que se configura e, portanto, à amplificação do sentido que está sendo constituído no momento presente. Chega-se, assim, à perspectiva de que essa prática tanto visa permitir a identificação do que Caldas (2004) chamou de tendências de fundo, como do que Celaschi e Deserti (2007) intitularam de macro-tendências. Além disso, os preceitos que orientam essa análise também permitem a compreensão da importância de gerar sentido a partir da associação entre estruturas, retomando a perspectiva do homem gerador de sentidos, considerada a partir de Barthes (1996).

Desse modo, parte-se da premissa que existem vários vetores de emissão de sinais, vários agentes de formalização do estado caótico operante. Nesse ínterim, a identificação dos mesmos lança as bases para a constituição de tendências que visem períodos longos de desdobramento simbólico, permitindo a geração de múltiplas narrativas que buscarão embasar a construção de novos sentidos conforme as unidades dialógicas que forem relacionadas. Essa dinâmica pode possibilitar a configuração de cenários de projeção, embasados, por um lado, pelas sensibilidades emergentes identificadas, e por outro, pelas estratégias que potencialmente podem advir dessa prática. O resultado é a projeção de artefatos de moda com inerente *import* simbólico, gerando níveis de reconhecimento entre a ideia fundamental desdobrada entre os indivíduos e os artefatos.

De fato, a geração de sentido pode ser caracterizada como uma importante estratégia, podendo estar embasada pela configuração de relações entre estruturas, apontando para caminhos que proporcionem a construção de novos significados.

Desse modo, o entendimento tanto de quais são as sensibilidades que estão emergindo, bem como, onde as mesmas estão sendo objetivadas através de sinais, mostra-se importante.

Nesse sentido, busca-se compreender quais são as atuais dinâmicas de disseminação signíca operativas na atualidade. O entendimento dessas práticas pode levar ao monitoramento da emissão de sinais, e a implicação desse pressuposto pode acarretar a apreensão do que Vergami et. al. (2006) caracterizaram como sussurros presentes no meio sociocultural.

1.8 VETORES DE EMISSÃO DE SINAIS E AS DINÂMICAS DE DISSEMINAÇÃO SÍGNICA PARA A CONSTRUÇÃO DE NOVOS SIGNIFICADOS

Segundo Caldas:

Máquiavel dizia que governar é fazer crer. Do mesmo modo, para que uma tendência exista, ela depende da crença naquilo que se quer fazer crer. Esses dois pólos estabelecem um contrato fiduciário, que, por sua vez, depende de um processo comunicativo: a tendência é a mensagem; o polo emissor de um sinal é o que chamamos de vetor de tendência, que emite a mensagem e quer “fazer crer” [...] (CALDAS, 2004, p.113).

As considerações tecidas por Caldas permitem compreender o nível de poder que se estabelece a partir da perspectiva de emissão de sinais: fazer crer é a premissa que orienta essa prática, e isso implica na institucionalização de uma mensagem comum a vários indivíduos e estruturas. Essa prática reverbera as argumentações de Bourdieu (2007) sobre a forma de funcionamento do poder simbólico entre estruturas de representação e a moda, visto o teor de arbitrariedade que acarreta sua dinâmica de obsolescência controlada, mostrando-se como uma ampla plataforma de desdobramentos dessa instância de poder.

Nesse sentido, para que se constitua um discurso unísono, que permita a projeção de artefatos que visem criar relações de valor, demonstra-se importante observar várias formas de emissão de sinais, bem como, os mecanismos de disseminação signíca engendrados por esferas, agentes e indivíduos.

Ainda segundo o sociólogo:

[...] o que mais informa sobre o minimalismo predominante ao longo dos anos 1990 não são as cores em si (os beges e cinzas, etc.), mas o próprio discurso produzido sobre o minimalismo, que envolve e justifica essa escolha (busca por discrição, invisibilidade, “menos é mais”, etc.) e que traduz, por sua vez, toda uma visão de mundo compartilhada por determinados grupos (CALDAS, 2004, p. 116).

Portanto, se a moda dos anos 1990 representou esses pressupostos a partir da constituição de artefatos destituídos de adornos, outros setores representativos também o fizeram, de modo a possibilitar o reconhecimento de uma idéia prevalecente, que, através da unificação de vários fragmentos textuais (os artefatos representativos), propagou um discurso, estabelecendo um padrão estilístico a ser seguido.

Nesse sentido, é possível argumentar que a constituição de um estilo pode se dar a partir de vários vetores discursivos, e sua disseminação também.

Consoante Caldas, a mídia – com todas as suas plataformas de difusão de informações – os eventos profissionais (salões e feiras, semanas de desfiles, exposições em locais prestigiados), enfim, todas as instituições legitimadoras, podem ser consideradas como vetores de emissão de sinais de uma determinada tendência (CALDAS, 2004, p. 112-113).

Recupera-se, aqui, a premissa de disseminação signíca a partir de uma lógica vertical de cima para baixo – gotejamento – anteriormente tratada e devidamente intitulada *trickle down*, ou *trickle effect*.

Essa dinâmica de disseminação pode ser melhor entendida a partir das considerações oferecidas por Treptown:

O efeito *trickle down* começa no topo da elite da moda, com um lançamento de alta-costura ou o estilo de uma estrela pop, como Madonna, por exemplo. As pessoas que estão mais próximas dessas celebridades e formadores de opinião adotam o mesmo estilo primeiro. Assim que é notado pela imprensa, o estilo passa a ser divulgado e algumas marcas independentes começam a reproduzi-lo. Valorizado pela exposição na mídia, o estilo também será copiado por redes de lojas e marcas que atuam em mercados mais populares, adaptando materiais para conseguirem fornecer o mesmo estilo a um preço mais em conta para o mercado de massa. Por último chega-se a produção em larga escala e acesso ao público geral (TREPTOW, 2003, p. 28).

Durante muito tempo, foi essa a lógica de disseminação signíca predominante no sistema da moda, e sua vinculação com a alta instância de lançamento de novos padrões estético-formais – a alta-costura – um meio de corroborar tal efeito vertical descendente. Nesse sentido, buscar o monitoramento do que os *criadores de moda* estavam propondo mostrava-se premissa usual de orientação, e a interpretação dos sinais emitidos pelas apresentações organizadas por estes – os desfiles sazonais de lançamento de coleções – um meio de antecipar os possíveis desdobramentos signícos que seriam engendrados pelas esferas constituintes do campo da moda.

Essa forma de atuação também foi o meio pelo qual os *birôs* de estilo buscaram difundir suas informações, organizando as mesmas a partir das percepções discursivas oferecidas pelas altas esferas de geração e institucionalização do discurso no sistema da moda.

Entretanto, segundo Parode et. al, na década de 1980 essa dinâmica perdeu força, devido a mudanças significativas ocorridas tanto no sistema da moda, como no meio sociocultural (PARODE; VISONÁ, SOPCOM, 2009).

Consoante Caldas, a partir desse período, outros agentes passaram a funcionar como disseminadores de sinais, contribuindo sobremaneira para a constituição de tendências. Por exemplo, os grupos jovens viabilizaram que a moda, e, conseqüentemente, a informação de

moda se tornasse mais acessível. Nesse sentido, os parâmetros de geração de novos discursos sofreram alterações significativas, pois, sabe-se que um determinado estilo, portanto um discurso instituído, carrega uma mensagem, permitindo a decodificação do mesmo por vários indivíduos, inscrevendo-os em algum nicho dentro do quadro das multiplicidades dos padrões estilísticos que embasam desdobramentos culturais.

Analisando a questão sob esse prisma, é possível identificar uma outra forma de disseminação *sígnica* operante, atuante a partir de um funcionamento contrário ao efeito *trickle down*.

Essa perspectiva, segundo Treptown, intitula-se *bubble up*, e prevê difusões *signícas* de *baixo para cima* nas estruturas:

O efeito *bubble-up* faz o caminho contrário, elevando na escala social um estilo surgido nas ruas, como foi o caso dos estilos punk e grunge. Um grupo desenvolve um estilo de vestir específico. O mercado de moda atribui um nome a este estilo e começa a divulgá-lo em revistas e mídia eletrônica. Formadores de opinião tomam conhecimento do estilo das ruas e adotam versões mais sofisticadas do mesmo. Por último, versões exclusivas inspiradas no estilo original aparecem no mercado de luxo e nas passarelas (TREPTOWN, 2003, p. 28).

As considerações construídas por Treptown reverberam as argumentações oferecidas por Mafesolli, no sentido de relevar a importância de análise da aparência figurativa que os indivíduos assumem no meio social. Segundo o sociólogo a aparência tem importância fundamental como vetor de agregação. Para ele “os matizes da vestimenta, os cabelos multicoloridos e outras manifestações [...], servem de cimento. A teatralidade instaura e reafirma a comunidade” (MAFESOLLI, 2002, p. 108).

Dessa forma, considera-se que possa ocorrer um deslocamento da instância de poder simbólico: se antes o mesmo estava nos agentes constituintes das altas esferas na estrutura do sistema de representação, agora esse poder parece migrar para a margem do sistema, portanto, para além do discurso institucionalizado pelos tradicionais emissores de sinais.

Essa dinâmica de desdobramento encontra eco com a perspectiva de geração do novo a partir de Foucault, que considera que o novo está no acontecimento em torno do discurso, portanto, naquilo que ainda não faz parte do discurso estruturalmente institucionalizado. (FOUCAULT, 2008, p. 28).

Segundo Manzini, no atual cenário social, dinâmicas de *baixo para cima* – ou *bottom-up* – tendem a privilegiar o surgimento de comunidades criativas, orientadas conforme desejos, anseios e necessidades comuns a indivíduos. Nesses casos, as representações

projetuais buscam dar conta desses pressupostos, viabilizando caminhos para a inovação (MANZINI, 2007, p.18).

Considera-se que a troca de informações entre indivíduos que possuem as mesmas necessidades latentes viabilize a formalização de sensibilidades circunscritas a certos coletivos, orientando para a constituição de códigos que busquem dar conta dessa interação. Nesse sentido, os indivíduos buscarão comunicar os pressupostos interrelacionais nos seus coletivos, orientando-se para a constituição do que, segundo Mafesolli, podem ser chamados de *Tribos* (MAFESOLLI, 2002). Os ambientes de geração desses códigos encontram-se fora do sistema institucionalizado, portanto, à margem, porém, funcionam com sua própria dinâmica de modo concomitante ao mesmo. Entretanto, a legitimação dos códigos circunscritos a esses coletivos à margem do centro, revela dependência na constituição do valor com relação às esferas constituintes do sistema da moda, que busca assimilá-los e disseminá-los, potencializando novas linguagens representativas. Essa dinâmica visa alimentar os próprios ciclos de obsolescência programada do sistema e, dessa forma, sobressai-se uma relação de dependência entre margem e centro do sistema.

Os ambientes para a geração desses códigos relativos a coletivos tendem a se configurarem na *Urbe*, devido à importância que os espaços urbanos assumiram a partir do final do século XVIII.

Desse modo, as relações deflagradas nesses ambientes passaram a sinalizar pressupostos de identificação e diferenciação entre indivíduos, permitindo o surgimento de estilos próprios, vinculados às múltiplas linguagens coletivas. Assim, surgiram termos como *tribos urbanas*, que visam identificar, a partir de arranjos *signícos* determinados, quais os fatores comunicacionais que estão sendo organizados por alguns indivíduos.

Sendo assim, a busca pela renovação, característica do sistema da moda, conduz à necessidade constante de monitorar os sinais emitidos a partir de coletivos específicos dispersos no ambiente urbano, que potencialmente estarão re-organizando os *signos* representativos já existentes, em nome da geração de códigos próprios.

Associando as considerações de Foucault acerca das instâncias de *poder e saber* que se articulam através da formulação e institucionalização de discursos, ao que se busca evidenciar nesse estudo, pode-se considerar que os artefatos representativos dos coletivos específicos são fragmentos de um texto que funciona como agente unificador nesse coletivo. Na perspectiva de Caldas, várias são as formas de perceber como estão sendo comunicados os

fenômenos que ligam alguns indivíduos (música, objetos cultuados, fânzines, etc.), e as significações que se constituem nas relações entre esses artefatos e o meio sociocultural podem proporcionar a amplificação de sentido ao discurso circunscrito ao coletivo. Considera-se que a identificação de uma estrutura pode levar a compreensão de outra estrutura, e o reconhecimento dos códigos que se replicam de uma para outra podem gerar novos discursos, cumprindo o que Laurent Jenny (1979) chamou de amplificação do discurso.

O fator estético, assim, pode funcionar como um meio de comunicar a fluidez criativa que perpassa os indivíduos que constituem uma determinada *tribo urbana*, permitindo a visualização das sensibilidades emergentes que orientam esse micro ambiente relacional.

A dinâmica de disseminação signica que prevê esse funcionamento de *baixo para cima* – *bubble up* – estabelece uma importante relação de observação das sensibilidades e estéticas que emergem em coletivos específicos (*tribos urbanas*). O meio sociocultural, com sua dinâmica de forças entre vários indivíduos potencializa a geração dessas sensibilidades e de novas estéticas, que serão o elo de ligação de alguns, permitindo a visualização das referências que emergem de um dado imaginário coletivo. De fato, nota-se uma relação de interdependência e interrelação permanente entre macro ambiente e micro ambiente, entre centro e periferia, corroborando a perspectiva de interação entre essas duas instâncias conforme argumenta Massonnier: “Las tendencias son movimientos que suceden siempre en nivel “macro” (macroeconómico, macrosocial) pero se expresan en la vida de cada uno, em la microhistoria, em las conductas de todos los dias” (MASSONNIER, 2008, p.16)¹².

A percepção como operação na identificação de tendências na relação entre micro e macro ambientes contribui para que, assim que um discurso marginal seja identificado e assimilado pelo sistema da moda, diga-se, valorizado, a disseminação signica se inverta, ou seja, a ebulição torna-se gotejamento (*trickle down*). Segundo Caldas, “talvez o melhor exemplo desse processo seja o que aconteceu com o movimento punk, desde seus primórdios como movimento de expressão da revolta e do milismo dos jovens das periferias inglesas, até chegar às vitrinas mais cobiçadas do planeta, em looks “estilizados” como sinônimo de modernidade” (CALDAS, 1999, p.92).

Nesse processo utilizam-se os signos arranjados por um determinado coletivo de modo a os ressignificar, desdobrando estratégias de significação que visem extrapolar o discurso de

¹² A tradução de Massonnier é livre, ou seja, da autora: As tendências são movimentos que acontecem sempre em nível “macro” (macroeconômico, macrosocial) porém se expressam na vida de cada um, na microhistória, nas condutas de todos os dias.

referência, ligando micro ambiente à macro ambiente para, por fim, amplificar o sentido do discurso circunscrito a uma determinada *tribo urbana*.

Essa pretensa relação entre ambientes relacionais pode levar à constatação de uma outra dinâmica de disseminação signica, centralizada no indivíduo isolado. Nesse contexto, considera-se que as relações entre coletivos específicos – a formação de *tribos urbanas* – desdobra-se de tal forma que permita sua fragmentação, desenvolvendo-se de modo a privilegiar a perspectiva individual, permitindo que o indivíduo se torne um potencial emissor de mensagens originais. Essa dinâmica, é nomeada a partir de Barros e Moraes (2006) como *trickle across*, já para Manzini, recebe o nome de *peer-to-peer*.

Conforme Manzini (2008), a partir dessa dinâmica, as trocas podem ocorrer entre pares, dispensando uma série de agentes e esferas que compõem os sistemas, permitindo o surgimento de meios de projeção flexíveis e difusos, abertos e horizontais, promovendo a colaboração contínua em empreendimentos sociais.

O princípio de horizontalidade funcional é o ponto de partida para o entendimento de como funciona essa dinâmica, que, numa primeira análise, sugere promover trocas constantes, não necessitando da organização em esferas de difusão para ocorrer.

Segundo Barros e Moraes, o *trickle across* é um processo contínuo de trocas de referenciais, alavancado pelo intercâmbio de códigos entre grupos. Os meios de comunicação contemporâneos, como redes sociais digitais, por exemplo, funcionam como plataformas de desempenho dessa prática, permitindo que os arranjos signicos sejam disseminados sem a necessidade de agentes legitimadores no processo (BARROS E MORAES, 2006, p. 9).

Já segundo Caldas, essa prática horizontal de difusão está ligada à perspectiva de constituição de uma identidade própria, ou, de uma identificação, que acaba sendo fruto da falta de referências precisas que opera na contemporaneidade:

As profundas mudanças verificadas no último quartel do século XX refletem-se de modo particularmente sensível na constituição da identidade dos indivíduos. Fala-se de uma “identidade estilizada”, sem um centro de referência preciso. Daí a idéia de que o indivíduo conduziria suas ações e escolhas de acordo com as “identificações” mais ou menos duradouras entre ele e as coisas (CALDAS, 1999, p.115).

A partir de tais pressupostos, pode-se considerar que a perspectiva de estilhaçamento de identidades privilegie a multiplicidade de códigos, transformando o indivíduo em um constante agente de disseminação signica. Nesse contexto, observar a multiplicidade de estilos presentes no meio sociocultural se mostra importante para a identificação de sinais de

sensibilidades emergentes a partir da interpretação oferecida por essa forma de representação simbólica em si (o estilo assumido por um determinado indivíduo), potencializando a constituição de novas leituras do devir cultural.

Consoante Massonnier: “en cada uno de nosotros está todo, y creo que esta es la perspectiva con la que debemos analizar los fenómenos de cambio” (MASSONNIER, 2008, p.19).¹³

Ora, se o todo está em cada um dos indivíduos, a observação das relações individuais pode levar à identificação de sinais que permitirão a geração de uma tendência, proporcionando a constituição de narrativas a partir da perspectiva de que o micro ambiente – caracterizado, nesse caso, pelo indivíduo – possui interferência nas futuras mudanças do macro ambiente – caracterizado pelo meio sócio-cultural.

Nesse sentido, um indivíduo apenas pode iniciar um processo de renovação signica, disseminando seus códigos a partir de plataformas de comunicação em massa (redes digitais, por exemplo), levando outros indivíduos a se identificarem com esses códigos. Sobre essa perspectiva, Penn e Zalesne dizem que: “nas atuais sociedades de massa, basta que 1% dos indivíduos façam uma escolha – contrária à maioria – para criar um movimento que pode mudar o mundo” (PENN; ZALESNE, 2007, p.17).

O efeito *trickle across* permite que as relações horizontais se dêem de modo aleatório ao sistema da moda. Porém, faz parte da lógica operativa do sistema a apreensão de novos códigos, no intuito de alimentar sua dinâmica de obsolescência controlada, assimilando e buscando propagar as modificações para legitimar sua arbitrariedade inerente. Ou seja, o indivíduo – antes vinculo final da esfera de disseminação signica a partir da lógica vertical do *gotejamento* – passa a ser foco de atenção da estrutura do sistema de representação pela moda, e o monitoramento das linguagens representativas oferecidas por este, uma forma de prever os desdobramentos sociais futuros. Desse modo, o indivíduo torna-se um vetor de emissão de sinais – primeiramente fracos, porém, potencialmente transformadores.

Analisando a questão sob esse prisma, é possível afirmar que os fenômenos que engendrarão novos códigos que gerarão novas tendências estejam sendo construídos em diversas esferas do tecido social. A observação das relações interpersonais pode levar ao entendimento de quais fenômenos serão determinantes na constituição de narrativas que

¹³ A tradução de Massonnier é livre, ou seja, da autora. Em cada um de nós está o todo, e creio que esta é a perspectiva com a qual devemos analisar os fenômenos de transformação.

permitam desdobramentos projetuais. Assim, as altas esferas do sistema da moda podem ser monitoradas, mas, as distintas formas de manifestação do devir cultural também, independente das mesmas serem identificadas em coletivos específicos – *tribos urbanas* - ou em alguns indivíduos. Os artefatos objetivados nesses ambientes – independente de suas configurações – apresentam-se como meios de identificação das linguagens e possibilitam a interpretação dos seus códigos.

Nesse contexto, parece se estabelecer um jogo de construção de hipóteses como método de trabalho, e o pressuposto de ligação entre sinais monitorados, um meio de constituir tendências que privilegiem aspectos orientados para estratégias específicas. Segundo Caldas, “O jogo torna-se mais rico quando a pergunta possibilita, por meio da identificação do interlocutor e combinada com outros sinais, o delineamento de uma sensibilidade ou de um comportamento novo, abrindo oportunidades para as empresas trabalharem com pesquisa aplicada.” (CALDAS, 2004, p.117) Para empreender tal tarefa, privilegia-se métodos de cunho qualitativo. Nesse sentido, a observação do devir cultural mostra-se atrelada a observação das áreas de representação simbólica que permeiam as relações engendradas na sociedade e que permitam ligar subjetividade e limites formais.

Nesse sentido, identificar onde os sinais estão sendo emitidos, ou seja, qual área representativa se sobressai em um determinado momento, comunicando o estado do devir cultural a partir de códigos, pode mostrar-se como ferramenta e método de identificação e constituição de tendências. Música, cinema, literatura, artes: esses são alguns exemplos de quais outras linguagens podem ser observadas. A convergência entre os diálogos pode se dar a partir das interrelações que foram identificadas entre as estruturas, privilegiando os fragmentos discursivos pertinentes ao processo de inovação em nível de significados para uma determinada empresa/organização. Essa tarefa visa a configuração de narrativas projetuais, privilegiando uma ampla leitura do processo de semiose cultural, levando à compreensão do estágio de desenvolvimento das relações sociais e qual a implicação disso na configuração de discursos que visam proporcionar a modificação de significados.

A construção de interrelações estruturais pode levar a configuração de novos sentidos ao discurso que estiver sendo articulado, ligando micro e macro ambientes relacionais, potencializando o desdobramento de cenários que visem oferecer vínculos de projeção que amplifiquem o sentido discursivo original.

Considera-se, assim, a percepção de quais os fenômenos sociais relevantes, e essa tarefa demanda a compreensão de dimensões não quantificáveis. Nesse sentido, justifica-se ampliar a abordagem, como aponta Massonnier:

Sin Duda, estudiamos comportamientos y podemos cuantificarlos, pero el análisis de las tendencias requiere otra mirada. [...] las creencias y valores se organizan en forma sistémica como respuesta a una visión del mundo (y de uno mismo) que nos guía de manera mucho más profunda y abstracta. [...] Los procesos de cambio van apareciendo a principio a través de señales pequeñas y sutiles. Son percibidos por aquellos que están muy atentos (MASSONNIER, 2008, p. 24-25).¹⁴

Ainda segundo Massonnier, essa forma ampla de perceber as modificações que se operam nas relações sociais, pode ir além do tipo de abordagem proposto nesse estudo – ou seja, o princípio de identificação de sinais a partir dos arranjos signícos constituídos pelas áreas de representação simbólica (MASSONNIER, 2008, p. 23).

Desse modo, pode-se considerar que os sinais de transformação, que embasarão a constituição de tendências, surjam de vários níveis de relações interpessoais, e que a constituição de narrativas pode oferecer um novo olhar sobre esse pressuposto, reiterando alguns fatores e, ao mesmo tempo, oferecendo um novo sentido aos sinais relacionados, visto que os mesmos já estão sendo objetivados em arranjos signícos entre os indivíduos. Nessa perspectiva, os artefatos de design de moda podem funcionar como meios de reconhecimento da multiplicidade discursiva operante entre as relações pessoais, potencializando a geração de fatores comunicacionais significativos e devolvendo aos usuários interpretações de suas próprias necessidades latentes, sendo essas fruto das sensibilidades que emergem no meio sociocultural, portanto, permeando relações diversas.

Se está considerando que a identificação de sinais que visem a construção de cenários projetuais, contemporaneamente privilegia dinâmicas de disseminação signíca dos tipos *bubble up* (ou, *bottom-up*) e *trickle – across* (ou, *peer-to-peer*). A configuração de narrativas – ou seja, as interrelações que serão constituídas entre várias unidades dialógicas no sentido de configurar tendências para o design de moda visando a renovação do discurso operante no sistema – engendrará ao final do processo uma dinâmica de *cima para baixo*, visto que, a partir desse entendimento, os códigos emergentes no meio sociocultural já foram devidamente identificados e interpretados, servindo como aporte de projeção de estratégias

¹⁴ A tradução de Massonnier é livre, ou seja, da autora: Sem dúvida, estudamos comportamentos e podemos quantificar-los, porém, a análise das tendências requer outra abordagem. [...] as crenças e valores se organizam de modo sistémico como resposta a uma visão do mundo (e de um mesmo) que nos guiam de maneira muito mais profunda e abstrata. Os processos de transformação vão aparecendo no princípio através de sinais pequenos e sutis. São percebidos por aqueles que estão mais atentos.

organizacionais que permitam a ressignificação dos múltiplos discursos que estão sendo articulados entre os indivíduos.

Analisando a questão sob esse prisma, mostra-se relevante acompanhar as transformações socioculturais que estiverem sendo engendradas à margem do sistema, portanto, à margem das estruturas dominantes. Essa perspectiva pode corroborar a importância de observar metodicamente a dinâmica da intertextualidade cultural, ou ainda, o processo de semiose, como meio de identificar sensibilidades emergentes, levando à constituição de tendências que potencialmente se desdobrarão em períodos longos, oferecendo vínculos duradouros de desenvolvimentos narrativos para empresas e organizações. Considera-se, assim, que várias são as formas de sublimação dos fluxos criativos individuais, e que a fragmentação de uma idéia pode nos levar a outras formas de representação simbólica.

Nesse sentido, busca-se compreender a o papel de representação de tendências que existe entre imaterial e material, e como o devir cultural se desenha a partir dessa dinâmica.

Consoante Flusser:

[...] o mundo dos fenômenos, tal como percebemos com os nossos sentidos, é uma geléia amorfa, e atrás desses fenômenos encontram-se ocultas as formas eternas, imutáveis, que podemos perceber graças à perspectiva supra-sensível da teoria. A geléia amorfa dos fenômenos (o mundo "material") é uma ilusão e as formas que se encontram encobertas além dessa ilusão (o "mundo formal") são a realidade, que pode ser descoberta com o auxílio da teoria. E é assim que a descobrimos, conhecendo como os fenômenos amorfos afluem às formas e as preenchem para depois fluírem novamente ao informe (FLUSSER, 2007, p.24).

Partindo das observações de Flusser, considera-se que a construção de uma metodologia que permita a constituição de tendências para o design de moda pode levar à configuração de cenários de projeção, potencializando o desdobramento de estratégias organizacionais a partir de possíveis caminhos projetuais, visando o desenvolvimento de inovações em nível de significados para artefatos de design de moda.

CAPÍTULO II – CONSTRUÇÃO DA METODOLOGIA

2.1 OBSERVAÇÃO DO MEIO SOCIOCULTURAL

Observar quando, onde e como os códigos emergem permeando e atravessando o meio sociocultural e as relações inter-individuais, e identificar o sentido que está se configurando, é condição *sine qua non* para a constituição de tendências. O potencial simbólico que se evidencia a partir de diversas formas de representação sinaliza o estágio do imaginário coletivo. A identificação de sinais, e a posterior relação entre os mesmos, permite perceber e tangibilizar uma leitura formal do sentido da atualidade. Como afirma Caldas, “as correntes socioculturais e a evolução dos valores, que desenham o “espírito do tempo”, são detectáveis, apreensíveis [...] e, por isso, “antecipáveis”, por meio dos sinais emitidos pelas diversas esferas da cultura” (CALDAS, 2004, p. 92).

Fala-se, portanto, de cultura material, e essa perspectiva pode ser entendida através dos arranjos signícos constituintes de artefatos, que vinculem a construção de significados, potencializando a comunicação do *devoir social* a partir de interpretações posteriores. Segundo o antropólogo Marc Augé, a cultura material permite a vinculação de aspectos simbólicos, visto que:

La cultura material es colectiva e individual a la vez (unida a la suerte, a la vida y a las preocupaciones de cada uno). Es pues, una cultura en acción, una cultura practicada con unos fines alimentarios, sanitarios, sociales o religiosos, lo cual le quita ningún valor a su significado global, sino al contrario, desde este punto de vista, los detalles ornamentales o los gestos singulares tienen un valor de “mediación simbólica” en relación con el sistema cosmológico global (AUGÉ, 2001, p.105)¹⁵.

As considerações de Augé conduzem à compreensão de que os artefatos funcionam como mediação simbólica entre instâncias. Nesse sentido, observar sinais no presente e desenhar o *devoir sociocultural*, parte da decomposição dos signos configurados em formas de representação simbólica, levando à identificação de re-arranjos estruturais, potencializando leituras dos fenômenos de transformação operantes no momento atual. Ao desdobrar esses fenômenos a partir dos códigos que visam comunicá-los em artefatos, é possível compreender

¹⁵ A tradução de Augé é livre, ou seja, da autora: A cultura material é coletiva e individual ao mesmo tempo (unida pelo destino, pela vida e pelas preocupações de cada um). E, pois, uma cultura em ação, uma cultura praticada com fins alimentícios, sanitários, sociais ou religiosos, que não recolhe nenhum valor em relação ao seu significado global, sendo ao contrário, desde este ponto de vista, os detalhes ornamentais ou os gestos singulares tem um valor de “mediação simbólica” em relação com o sistema cosmológico global.

quais são as relações que estão sendo articuladas, possibilitando, ao mesmo tempo, antecipar os desdobramentos que serão construídos no futuro.

Segundo Celaschi e Deserti, a observação da realidade permite a identificação de sinais fortes e fracos – e, como já foi visto em momentos anteriores, a implicação desses na constituição de tendências é fundamental. Essa dinâmica, segundo as orientações que fundamentam o Design Estratégico, se estabelece na fase metaprojetual, sendo apontada a uma importante ferramenta de construção de estratégias para a inovação, estando associada a uma perspectiva qualitativa de análise de dados. Essa observação pode tanto ocorrer de modo direto, ou seja, com a intervenção de indivíduos em contextos de fruição de bens, como a partir do recolhimento de dados que se relacionem com aspectos sociais emergentes. (CELASCHI; DESERTI, 2007, p. 38-39).

Podemos considerar que observar os fenômenos culturais, seus desdobramentos signícos e suas implicações nas práticas do coletivo, contribui de forma a organizar o planejamento durante o processo de enfrentamento entre o problema fundamental de um projeto e as variáveis que se apresentam na configuração de estratégias de projeção. Essa perspectiva pode advir da percepção tanto das relações entre usuários e artefatos, quanto da convergência relacional existente entre fenômenos sociais operantes e os arranjos signícos conformados em bens de distintas áreas de representações simbólicas, portanto, em distintos campos de geração de cultura. Nesse sentido, construir estratégias projetuais relaciona-se com o antecipar, seja a forma como o usuário irá se relacionar com um determinado artefato, seja o nível de mediação simbólica entre os significados de um artefato e o contexto global.

Ressalta-se, contudo, que ao identificar sinais fragmentados no meio sociocultural se está buscando compreender a construção de significados implicados nesse processo, portanto, se está procurando identificar os múltiplos discursos operantes em um determinado contexto. Ao relacionar esses fragmentos, é possível tangibilizar tendências como um discurso amplo que se projeta, potencializado por interpretações signícas engendradas entre agentes operadores e os indivíduos observados, de modo a construir novos sentidos.

Segundo Verganti et. al., essa prática, para o design – e portanto, para os designers – pode assim se estabelecer:

As many designers know, a product's aesthetic appearance (its style) is but one many ways it can bring messages to the user. What really matters to the user, in addition to functionality, is a product's emotional and symbolic value – its *meaning*. If functionality aims at satisfying the operative needs of the customers, the product meaning tickles their emotional and socio-cultural needs. Product meaning proposes

to users a system of values, a personality and identity, that may easily go beyond style (VERGANTI ET AL., 2006, p.157).¹⁶

Ou seja, muitas são as formas de comunicar – e, portanto, perceber – o estágio do imaginário coletivo, e as características estéticas, que buscam determinar parâmetros de estilo, apresentam-se como um potencial vínculo de análise, porém, não definitivo. É o significado que cria relações, vinculando necessidades emocionais e socioculturais. Segundo Augé:

[...] todos los objetos de la vida cotidiana están producidos industrialmente, casi consigo identificarse con la idea de entorno, si bien, cualquiera que sea la escala en que se sitúen, dichos objetos están siempre creados desde una misma preocupación por la forma. A partir de este momento, los objetos se allan sujetos a una triple obligación, cuya existencia hoy en día todos los analistas del diseño reconocen: una obligación técnica vinculada a su función, una obligación estética vinculada a los gustos del público y una obligación cultural (que precisamente define el margen dentro en cual el creador puede jugar más o menos con los costumbres y tradiciones que se le suponen al consumidor). A partir de todo lo dicho, se concibe la posibilidad de que puedan ir sucediéndose diferentes modas, de que a veces lleguen incluso a sobreponerse. (AUGÉ, 2001, p.103-104).¹⁷

Conforme as argumentações do antropólogo, é a partir da obrigação cultural, envolvida na projeção de artefatos de design, que podem ser renovadas as linguagens representativas – sendo essas consideradas, para Augé, como modas, que podem se suceder ou se sobrepor. Dessa forma, a análise dos objetos materiais relacionados a áreas que visem articular signos e significados – como arte, música, cinema, arquitetura, literatura, etc. – permite o entendimento do tipo de convergência que se estabelecerá entre os artefatos pertencentes a essas estruturas e os artefatos de design de moda. A decomposição dos códigos constitutivos, portanto, pode levar ao entendimento da mediação simbólica articulada através dos objetos, possibilitando a identificação do *espírito do tempo* presente, potencializando a constituição de enredos, narrativas nominadas como *Tendências*.

Desse modo, observar e selecionar os signos emergentes é o primeiro passo antes de analisar. Co-relacionar e identificar o sentido a médio e longo prazo, parte de uma percepção

¹⁶ A tradução de Verganti et. al. é livre, ou seja, da autora: Como muitos designers sabem, a aparência estética de um produto (seu estilo) é apenas um dos muitos meios de levar mensagens para o consumidor. O que realmente importa para o usuário, além da funcionalidade, é o valor emocional e simbólico do produto – seu *significado*. Se a funcionalidade visa satisfazer as necessidades operacionais dos consumidores, o significado do produto mexe com suas necessidades emocionais e socioculturais. O significado do produto propõe aos usuários um sistema de valores, uma personalidade e uma identidade, que facilmente pode ir além do estilo.

¹⁷ A tradução de Augé é livre, ou seja, da autora: [...] Todos os objetos cotidianos são produzidos industrialmente, quase permanece a ideia de identificação com o ambiente, mas seja qual for a escala de transferência, esses objetos são criados a partir da preocupação com a forma. A partir desse momento, os objetos estão sujeitos a uma tripla obrigação cuja existência hoje em dia todos os analistas de design reconhecem: uma obrigação técnica relacionada a sua função, uma obrigação estética ligada ao gosto do público e uma obrigação cultural (precisamente definindo a margem dentro da qual o criador pode jogar mais ou menos com os costumes e tradições que supõe corresponderem ao consumidor). A partir de tudo isso, é possível conceber que podem sucederem-se diferentes modas, e que as vezes cheguem inclusive a se sobrepor.

e compreensão do que está sendo comunicado por quem e para quem, exigindo para tal, a articulação de conhecimento de várias áreas. Essa prática pode partir do indivíduo, ou seja, da observação de contextos de geração de relações entre usuários e artefatos, bem como, da observação dos fenômenos operantes em nível macro ambiental, recuperando, novamente, o pressuposto de que a comunicação se estabelece a partir da prática de substituição de fenômenos por códigos representativos.

Conforme Massonnier (2008) e de Penn e Zalesne (2007), várias são as instâncias que comunicam o devir sociocultural, sendo que as mesmas podem operar em nível macro ou micro, e que ambas perspectivas acabam por construir relações com sensibilidades emergentes correspondentes a articulações engendradas entre indivíduos no campo social.

Nesse sentido, é possível considerar que a observação possa acontecer a partir da seleção de algumas áreas de interesse. Ressalta-se a necessidade de identificação de quais poderiam ser essas áreas, ou seja, quais são as estruturas relevantes a serem decompostas, de modo que a efetivação de uma observação permita a identificação de códigos que potencialmente constituirão relações afins e, assim, possibilitem configurar novos sentidos, gerando desdobramentos estratégicos vindouros a projetos de design de moda.

Nesse ínterim, considera-se que o teor simbólico envolvido em um artefato visa apontar caminhos para o entendimento das transformações operantes no meio sociocultural, e que essa prática busca permitir a compreensão das relações entre macro e micro ambientes – entre indivíduos e coletivos. Segundo Augé:

Los objetos obedecen a esta doble exigencia y la segunda es tan simbólica como la primera, si bien lo es diferentemente: etimológicamente, el símbolo es lo que une a dos individuos, a dos partes comerciales, por ejemplo, en la que una posee un fragmento del símbolo previamente dividido. El lenguaje, que implica el intercambio de palabras, es simbólico en este sentido, al igual que lo es cualquier persona, porque habla, o cualquier relación, porque implica al menos dos seres. De esta forma, todos los objetos corrientes, en la medida en que son el medio para una relación entre personas, también son simbólicos por este concepto.¹⁸ (AUGÉ, 2001, p.106).

Para o antropólogo, portanto, a correspondência cultural entre indivíduos se dá através do teor simbólico que se estabelece nas trocas entre os mesmos, visto que cada ser – conforme colocações do antropólogo – possui uma parte do símbolo, uma divisão do mesmo.

¹⁸ A tradução de Augé é livre, ou seja, da autora: Os objetos obedecem a essa dupla exigência e a segunda é tão simbólica quanto a primeira, mesmo que diferente: etimologicamente, o símbolo é o que une dois indivíduos, duas partes entidades comerciais, por exemplo. A linguagem, que implica a troca de palavras, é simbólica nesse sentido, igualmente para qualquer pessoa, porque fala, ou para qualquer relação, porque implica ao menos dois seres. Desta forma, todos os objetos correntes, na medida que se caracterizam como um meio de relação entre pessoas, também são simbólicos por esse conceito.

Pode-se, então, retomar as argumentações de Massonnier, para quem o todo está em cada um, e que a partir dessa perspectiva é possível analisar os fenômenos de transformação socioculturais. Desse modo, a observação está relacionada ao pressuposto de gerar associações entre terrenos diversos, possibilitando a leitura das interconexões entre sinais significativos (MASSONNIER, 2008, p.14-19).

Ainda segundo Massonnier: “Quando vemos que varios de esos signos están en sintonia y apuntan en una misma dirección, podemos suponer que se trata de un proceso que a más allá de um fenómeno singular” (MASSONNIER, 2008, p.14).¹⁹

Para a pesquisadora de mercado, o pressuposto simbólico, considerado por Augé, acaba promovendo sintonia entre âmbitos sociais diversos. A direção pode ser dada a partir da leitura das interconexões, permitindo a compreensão do teor de transformações que está sendo configurado no presente, levando ao entendimento de desdobramentos futuros, gerando canais não verbais de comunicação entre relações individuais e sinais (signos).

Busca-se, assim, analisar comunicações verbais e não verbais, visto que essas constituem uma ampla rede de interligações entre os indivíduos e artefatos. O fato é que a perspectiva racionalista, predominante no mundo ocidental, acabou por enfatizar as comunicações verbais, deixando de observar as situações silenciosas que se desenvolvem no seio da sociedade, e que podem promover modificações significativas.

Segundo Mafesolli, “o ‘*Exis*’ ou o ‘*Habitus*’, tão bem descritos por M. Mauss, determinam os usos e costumes que nos constituem, determinam o meio no qual nos banhamos como num plasma nutriente. Ora, estes últimos são tudo menos conscientes. [...] Nós os vivemos sem verbalizá-los” (MAFESOLLI, 2002, p.127).

Logo, compreende-se que a constituição de códigos e, portanto, de potenciais formas de linguagem que apontem o teor interrelacional entre áreas de representação simbólica objetivadas por indivíduos, não necessariamente dependem de vínculos verbais para se manifestar, pois a correspondência de significância entre artefatos e as transformações operantes no tecido social pode se dar de diversas formas. O que parece ressaltar nessa perspectiva, é o grau de reconhecimento entre necessidades latentes provenientes do meio sociocultural e os signos constitutivos dos artefatos – e, a preceito da análise que se está

¹⁹ A tradução de Massonnier é livre, ou seja, da autora: Quando vemos que vários signos estão em sintonia e apontam para uma mesma direção, podemos supor que se trata de um processo que está além de um fenômeno singular.

construindo nesse estudo, dos signos constitutivos de artefatos representativos de áreas como mídias, arte, moda, por exemplo.

Analisando a questão sob esse prisma, várias são as características referentes ao meio sociocultural que podem ser relevadas, retomando, nesse momento, a importância de monitoramento de vários vetores de emissão de sinais, algo já argumentado no capítulo anterior. A configuração do próprio *habitus*, que Bourdieu (2007) analisa com tanta propriedade, e que Mafesolli replica em suas argumentações, é algo que diz respeito às estruturas profundas presentes na sociedade, visto que: “o pequeno grupo [...] tende a restaurar, estruturalmente, a eficácia simbólica” (MAFESOLLI, 2002, p.117).

Ou seja, a análise dos códigos configurados por coletivos específicos – *tribos urbanas* – mostra-se importante no processo de identificação de sinais que possam levar à constituição de tendências. Como já foi argumentado anteriormente, esses códigos podem se replicar de várias maneiras, construindo relações entre os indivíduos que pertencem ao coletivo a ser analisado e os artefatos gerados para dar vazão à potência de afirmação criativa relativa aos mesmos. Portanto, ambientes de confraternização, músicas, fanzines – recuperando alguns apontamentos de análise oferecidos por Caldas (1999) – podem auxiliar na identificação de fragmentos discursivos. O teor de conexão das relações entre esses coletivos e o ambiente macro pode, assim, permitir a identificação de interpretações diferentes, apontando para novos meios de organização discursiva das transformações operantes em nível social. Ou seja, apontando para outras formas de perceber o *l’air du temps* que se configura.

Desse modo, analisa-se o devir cultural a partir do indivíduo em grupo, que pode, através das argumentações construídas a partir de Caldas (1999), possuir múltiplas identidades, ou, conforme considera Mafesolli (2002), compartilhar da dimensão do imaginário circunscrito a um coletivo específico, construindo uma nebulosa afetual.

Relacionando esses pressupostos a estudos realizados por Nietzsche sobre a tragédia grega, pode-se considerar que esse preceito se potencializa na formação do coro trágico (que pode, a respeito desse estudo, ser visto como os coletivos específicos que se desdobram no ambiente urbano, ou seja, nas *tribos urbanas*), visto que este é “o fenômeno ‘dramático’ primordial: ver-se a si próprio, mas transformado, e atuar então como se tivesse realmente em outro corpo” (NIETZSCHE, 2004, p.56).

O coro trágico, que é o meio pelo qual a potência dionisíaca, apontada pelo filósofo como uma das forças que permeiam as relações entre indivíduos, pode encontrar formas de se

manifestar, funciona como um corpo uníssono, embevecido pelo mesmo desejo, o de fragmentar-se no todo e ser atravessado pelos mesmos códigos. Essa dinâmica, que se inicia de modo endêmico, pode atingir outros indivíduos, circunscritos a domínios diversos. Tornando-se um fenômeno disseminado, os códigos originais de um determinado coletivo acabam por se replicar e construir novos significados, objetivando re-codificações distintas, permitindo o surgimento de múltiplos discursos. Apesar de se replicarem, é possível que os códigos mantenham sua dimensão de comunicação primordial, e os significados constituídos a partir dos mesmos podem gerar novos signos, operando sob uma perspectiva de movimento helicoidal, que pode, inclusive, ultrapassar a dimensão espaço/tempo. A força dessa dinâmica, ou seja, a força de renovação inerente aos significados primordiais e suas ressignificações, acaba por despertar a atenção das esferas constituintes do sistema – sistema da moda, no caso específico desse estudo. Essa perspectiva acaba proporcionando meios de apreensão dos fragmentos textuais, relativos a um determinado coletivo, em nome da construção de um discurso uníssono, que vai, por fim, comunicar os fenômenos de transformação contidos em unidades dialógicas conformadas em novos arte-fatos, atingindo a população em geral – intuito maior das esferas que compõe esse sistema.

Nesse sentido, está se considerando que essa dinâmica parte do indivíduo – ou seja, do usuário, levando em conta que se está buscando analisar vínculos simbólicos através de objetos que circundam o cotidiano da vida em sociedade, ou, em grupos, novamente, da cultura material – o que corrobora a importância de compreensão do efeito *Bubble Up* como dinâmica de disseminação signica, argumentado no capítulo anterior a partir de Treptow (2003). Ora, se o todo está em cada um dos indivíduos, o macro ambiente torna-se um reflexo das necessidades e desejos atuantes em nível micro. Nesse sentido, a constituição de tendências pode também construir correspondência com as potenciais trocas constantes operadas entre indivíduos em diferentes contextos de socialização, e as plataformas sociais operantes em ambientes digitais também podem oferecer caminhos para o entendimento de como se efetiva essa dinâmica. Vê-se, na contemporaneidade, uma prática de complementaridade entre trocas horizontais (ou efeito *peer-to-peer*) e o efeito *Bubble Up*.

Essas considerações convergem à lógica da formação social em rede apontada por Mafesolli, que se configura como “[...] conjunto inorganizado e no entanto, sólido, invisível, porém servindo de ossatura a qualquer conjunto, seja ele qual for” (MAFESOLLI, 2002, p.119).

A constituição dessa lógica associativa, para o sociólogo, encontra seu auge na forma de estetização que os indivíduos concebem, sendo que os pressupostos estéticos que caracterizam um determinado grupo podem permitir o entendimento do teor de mudanças que está se configurando em âmbito social. É uma construção de sentido que opera de modo arbitrário, correspondendo à geração de significados circunscrita à forma de interpretação objetivada pelos indivíduos, gerando cultura à margem das esferas que compõe o sistema. Assim, a estetização da vida diária, que parte antes do indivíduo, para depois atingir um grupo, acaba por representar um fator de transgressão na atualidade, pois possibilita que se operem trocas horizontais, entre alguns indivíduos ou entre grupos, sem, para tanto, haver a interferência de uma estrutura dominante. Essas relações funcionam em paralelo às estruturas constituídas, portanto, em paralelo ao poder simbólico que emana das instituições que legitimam discursos.

Para Benjamin (1994), essa dinâmica se iniciou a partir do advento da reprodutibilidade técnica e, mais especificamente, a partir do desenvolvimento da escrita autoral por parte de vários indivíduos, que podiam contribuir com seus textos a seções específicas dos jornais, ainda na década de 30. Essa descentralização do discurso, fruto, pois, da reprodução seriada na sociedade, acabou gerando uma tensão de forças que produziu a valorização fictícia do indivíduo pela democratização. Essa premissa atuante, num primeiro momento, nas relações relativas a escritos sobre a vida profissional, potencializou a fragmentação autoral, levando à perspectiva de que, no futuro (futuro relativo ao momento de análise acerca da reprodutibilidade constituído por Benjamin, portanto, década de 30), todo o indivíduo pudesse reivindicar a autoria textual:

A cada instante, o leitor está pronto a converter-se num escritor [...] cada indivíduo se toma bem ou mal em um perito em algum setor, mesmo que seja num pequeno comércio, e como tal pode ter acesso à condição de autor. A democratização, advinda da reprodutibilidade, também levou ao preceito de que: cada pessoa, hoje em dia, pode reivindicar o direito de ser filmado (BENJAMIN, 1994, p. 183).

Ora, se cada leitor pode converter-se em um escritor, cada indivíduo pode converter-se em um meio de originar códigos e, portanto, em um potencial emissor de sinais de transformações – retomando pontos que já foram construídos para explicar a atuação da dinâmica engendrada pelo efeito *trickle across* (ou, *peer-to-peer*). Portanto, a não necessidade de interferência de estruturas dominantes para a legitimação de novas linguagens representativas acaba contribuindo para a afirmação criativa dos indivíduos, gerando tensões entre os sistemas instituídos e os fragmentos discursivos operantes às margens destes.

Nesse sentido, a formação de coletivos pode corresponder ao nível simbólico articulado entre as linguagens representativas objetivadas em estruturas distintas, e a apreensão e posterior disseminação de códigos que comuniquem o devir cultural pode se dar a partir da configuração de um discurso que permita a replicação signfica dos mesmos, visando a renovação de formas representativas já existentes, no intuito de re-alimentar o poder imanente ao sistema – e, no caso dessa investigação, ao sistema da moda. Desse modo, a inovação de significados para o design de moda pode passar pela identificação dos sinais emitidos por esferas diversas de cultura, para depois construir relações com indivíduos e, por fim, a alguns coletivos constituídos por esses. A observação de ambientes de desdobramento interrelacional (a saber, locais de confraternização, publicações midiáticas segmentadas, plataforma de compartilhamento de músicas no ambiente virtual, sites, blogs, etc), pode, então, ser considerada uma importante ferramenta para a configuração de cenários futuros de projeção de artefatos de moda.

Segundo Massonnier,

[...] estos colectivos son una expresión extrema de la segmentación. Aparecen como grupos en los que la identificación entre los que pertenecen es máxima (y se expresa a través de signos visibles como la vestimenta, los tatuajes, etc.) y la distancia con todos los demás es también máxima. Homogeneidad hacia el interior, diferenciación hacia afuera (MASSONNIER, 2008, p.37)²⁰.

A diferenciação, caracterizada pela estética coletiva, é embasada pela perspectiva de promover a distinção com o que é externo ao coletivo, portanto, com as linguagens que não se circunscrevem aos indivíduos que compõe uma determinada *tribo urbana*. Se o grupo é seu próprio absoluto, também o indivíduo o é, configurando uma relação de interdependência entre o indivíduo e os grupos, e entre os grupos e o ambiente macro. Partindo do pressuposto que as trocas podem ser operadas de modo fluido e horizontal, a identificação dos códigos de distinção acaba, quando alinhados e operando correspondência, construindo um sentido que extrapola a lógica do grupo em si, proporcionando a compreensão dos níveis dialógicos construídos com formalizações diversas – estruturas – potencializando afinidades interrelacionais (novamente, identificações).

A perspectiva de recolhimento de dados na fase metaprojetual do Design Estratégico, relaciona-se com a observação das transformações operantes no meio socio-cultural. Nesse

²⁰ A tradição de Massonnier é livre, ou seja, da autora: [...] estes coletivos são uma expressão máxima da segmentação. Surgem como grupos onde a identificação entre os que pertencem é máxima (e se expressa através de signos visíveis como a indumentária, as tatuagens, etc.) e a distância com todos os demais é também máxima. Homogeneidade interna, diferenciação para fora.

sentido, busca-se pela aproximação dos métodos em Design Estratégico e observação de sinais, a constituição de uma nova metodologia que pretende dar conta da necessidade de pesquisa de tendência para se projetar estrategicamente. Porém, há que se diferenciar as formas de observação, bem como, o que é possível observar, onde e para quê.

2.2 FORMAS DE OBSERVAÇÃO

Segundo Martins e Theóphilo:

A Observação é uma técnica de coleta de informações, dados e evidências que utiliza os sentidos para obtenção de determinados aspectos da realidade. Toda observação deve ser precedida de alguma teoria que lhe dê fundamentos e embasamento suficiente para que a técnica seja adequadamente aplicada aos propósitos do estudo (MARTINS E THEÓPHILO, 2007, p.84).

A observação, circunscrita à ciência, é fruto do desenvolvimento de procedimentos empíricos e sensoriais, e sua validade investigativa depende da pré-elaboração de um protocolo de observação, visto que difere da observação da rotina diária. Esse protocolo de observação, que também pode ser entendido com um plano, servirá como um delimitador da observação. Como dizem Martins e Theóphilo, “o plano delimitará o fenômeno a ser observado, indicará o que se deve observar, as maneiras de se observar, a duração, a periodicidade, o modo de registros e controles para garantia da validade e confiabilidade do material levantado” (MARTINS E THEÓPHILO, 2007, p.84).

Além disso, o observador deve partir do pressuposto de que a coleta e análise dos dados e evidências deve ser efetuada de modo imparcial, sem contaminá-los com suas próprias opiniões e interpretações. Portanto, a pré-constituição de um escopo teórico que permita a realização dessa modalidade de investigação é fundamental, haja visto que se faz necessário circunscrever tanto o que será observado, como a forma que se dará essa observação.

Nessa modalidade investigativa, não está prevista a participação do observador, e esse limita-se a acompanhar os fenômenos sem interferir no contexto, ou seja, sem declarar suas intenções ao acompanhar os desdobramentos que se estabelecem nos contextos selecionados a serem observados.

Por sua vez, a observação participante caracteriza-se como uma modalidade de pesquisa para coleta de informações, dados e evidências a partir de estudos antropológicos. Nessa modalidade investigativa, o observador-participante não é apenas um observador passivo, “ao contrário, o pesquisador pode assumir uma variedade de funções e de fato participar dos eventos e situações que estão sendo observados” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p.85).

Essa modalidade investigativa é fruto de estudos antropológicos engendrados com o intuito de compreender dinâmicas culturais estabelecidas em contextos delimitados, potencializando tanto a análise de pressupostos simbólicos, quanto objetivos. Trata-se de um método onde a cultura material permite o entendimento das relações que se desdobram no entorno, vinculando percepções, relações e impressões, permitindo a análise dos vínculos relacionais que extrapolam informações verbalizadas pelos indivíduos, principalmente quando em contextos de fruição de artefatos.

Nesse sentido, trata-se de um método que busca compreender o *outro*, visto esse ser o interlocutor na perspectiva de construção de canais de comunicação não verbal.

Segundo Caldas, a pesquisa de observação participante caracteriza-se como uma pesquisa de campo, sendo considerada um dos instrumentos mais criativos postos em prática pela antropologia no século XX. Nesse sentido, prevê uma imersão do observador no contexto cultural escolhido para ser analisado, e a prática instrumental permite que o pesquisador pense e compartilhe dos valores e da cultura do objeto em estudo, mostrando-se como uma eficiente alternativa para conhecer grupos ou potências mercados de atuação (CALDAS, 2004, p. 104).

Assim, por exemplo, o observador-participante pode atuar efetivamente em um determinado grupo social, sendo que também pode atuar de modo periférico ao mesmo. Entretanto, considera-se que a premissa de desenvolvimento de relações entre o meio e o observador é importante, de fato, “trata-se de alocar o investigador no contexto físico a ser estudado, e de criar condições para a coleta de informações, dados e evidências através dos olhos e percepções do pesquisador” (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p.85).

A observação participante circunscreve-se, na antropologia, à pesquisa etnográfica, e essa forma de investigar contextos de desenvolvimento de relações leva em conta aspectos tanto relativos aos indivíduos constituintes de determinados grupos, como as percepções desdobradas pelo pesquisador em seus momentos de investigação. O nível relacional que se estabelece permite a compreensão dos vínculos simbólicos mediados através dos artefatos,

possibilitando o deslocamento das formas de mediação que se dão no contexto de estudo para outros contextos, potencializando o desenvolvimento de novas relações a partir do entendimento das formas de fruição que se estabelecem entre agentes diversos.

Nesse sentido, a etnografia permite problematizar o recorte da realidade feito pelo observador, através do método de observação, seja participante ou não, delimitando um contexto de análise para tal – buscando, portanto, relacionar esse preceito à realidade que circunda um contexto específico de observação, que, nesse estudo, podem ser caracterizados como áreas de representação simbólica, que visam associar aspectos subjetivos a formalizações. Desse modo, são previstos limites de observação – que podem ser circunscritos a determinados objetos, por exemplo – permitindo a assimilação e posterior compreensão da inter-subjetividade envolvida no processo de vinculação entre fenômenos sociais, artefatos e o *devoir* cultural.

Segundo Laplantine: “Atividade e observação, a etnografia é antes de tudo uma atividade visual, ou, como dizia Marcel Duchamp acerca da pintura, uma ‘atividade retiniana’” (LAPLANTINE, 1996, p. 10).

Trata-se, assim, de uma forma ampla de olhar, levando em conta questões que partem da observação – pura e simplesmente – para chegar até níveis de entendimento do que está por trás da materialidade observada – a memória, a imagem, o imaginário, a forma, a linguagem, o sentido: a geração de sentido, a vivência dos sentidos pelos indivíduos.

Desse modo, o investigador – o etnógrafo – é convidado a estabelecer outros níveis de entendimento acerca dos desdobramentos culturais que o cercam, privilegiando meios de compreender os preceitos estruturais que estão sendo vinculados à materialidade configurada por indivíduos que possuem seus códigos próprios de substituição de fenômenos sociais. A decomposição desses códigos, e das esferas estruturais que os delimitam, pode ser efetivada através do olhar – e do questionamento – para após serem construídos relatos, depurações, análises e categorias, possibilitando a coleta de informações que visem gerar novas soluções às hipóteses de investigação relevadas, sendo essa uma forma de promover um recorte na realidade, portanto, uma forma de eleger determinados fragmentos textuais operantes. Trata-se, portanto, de um modo de identificar sinais orientados por recortes pré-estabelecidos, visando a identificação também dos significados que estão sendo articulados a partir desses. Essa prática permite a construção de discursos, orientados para o estabelecimento de

interconexões entre formas representativas distintas, potencializando, a preceito dessa investigação, a constituição de tendências para a projeção de artefatos de moda.

Cercando-se de elementos de interpretação, os designers podem interferir nas relações sociais, estabelecendo vínculos entre a materialidade (o projeto) e a potência de afirmação da criatividade que perpassa as relações individuais. Cumpre-se, assim, a obrigação cultural vinculada aos objetos e renova-se a dinâmica de estabelecimento de canais de comunicação em nível e não verbal entre artefatos, indivíduos e fenômenos de transformação social. Potencializa-se, dessa forma, o entendimento do *espírito do tempo* que se desenha na sociedade.

Mas, se o método de observação participante visa, justamente, a observação das relações que se estabelecem em contextos de geração de cultura, e se a etnografia permite o entendimento de pressupostos subjetivos estabelecidos a partir de contextos de fruição, seriam as comunidades operantes em contextos digitais formas de praticar outro tipo de observação das relações sociais, portanto, de identificação de fenômenos operantes de transformação? Ou seja, a observação desses contextos de socialização pode levar à identificação de sinais e à constituição de posteriores relações entre micro e macroambientes, auxiliando no processo de projeção de artefatos de moda?

A próxima seção desse estudo buscará apresentar meios de contemplar esses questionamentos.

2.3 MÉTODO DE OBSERVAÇÃO EM AMBIENTES DIGITAIS

A etnografia, que se desenvolve a partir da metodologia de observação de contextos culturais delimitados – sendo essa observação participante ou não – já possui um desdobramento para relevar dinâmicas de relações engendradas em ambientes digitais. Esse desdobramento se intitula netnografia, e se caracteriza como uma técnica:

[...] privilegiada para alcançar o entendimento de valores e símbolos que norteiam as diversas subculturas do ambiente tecnológico criado pelos meios de comunicação de massa, particularmente a Internet. Buscam-se entendimentos sobre comunidades virtuais, ou seja, particularidades das operações *on line* das *e-tribes*. (MARTINS e THEOPHILO, 2007, p.75).

Considera-se que esses ambientes virtuais desdobrem outros níveis de trocas simbólicas entre indivíduos, devido ao desenvolvimento de novas formas de socialização.

Está se considerando, assim, que as associações estabelecidas em ambientes *on-line* também possam ser observadas, e que essa forma de investigação também pode contribuir para a identificação de fragmentos textuais que possam ser colocados em relação e, assim, construir sentido, potencializando a constituição de tendências e a posterior configuração de cenários de projeção para artefatos de moda. Portanto, que possam auxiliar no desdobramento de estratégias projetuais ao design de moda.

Segundo Kozinets, o método de etnografia aplicado a ambientes *on line* – a netnografia – pode ser definido como uma investigação derivada da técnica etnográfica oriunda da antropologia, e sua utilização tem crescido devido ao teor de complexidade que se desdobra em comunidades digitais – ou, sociedades digitais (KOZINETZ, 2002).

Vale considerar ainda que para Kozinets, a netnografia se apresenta como uma interessante ferramenta para o estudo de comportamentos de consumo, portanto, para o entendimento das dinâmicas interrelacionais que se estabelecem entre indivíduos e artefatos, possibilitando o entendimento de questões subjetivas envolvidas no processo de fruição de bens, auxiliando, por fim, na compreensão de quais estratégias podem ser articuladas para aprimorar relações entre usuários (consumidores) e objetos (artefatos). (KOZINETZ, 2007).

Sem aprofundar o estudo sobre o que poderiam ser considerados territórios virtuais, por não ser parte do escopo de nossa pesquisa, busca-se, contudo, argumentar minimamente sobre os mesmos a partir de considerações de Augé, que propõe que esses ambientes são fruto da super-modernidade, e que podem ser caracterizados como: “grandes superfícies de distribuição [...], redes a cabo ou sem fio, que mobilizam o espaço extraterrestre para uma comunicação tão estranha que muitas vezes só põe o indivíduo em contato com outra imagem de si mesmo” (AUGÉ, 1994, p.75); considera-se, assim, que a observação também pode ser efetiva em contextos ditos virtuais, visto os mesmos possibilitarem mecanismos de criação de vínculos entre indivíduos e artefatos. Essa prática potencializa a geração de cultura, o que permite que intercâmbios simbólicos sejam estabelecidos, senão pela articulação da linguagem comunicacional direta, pela geração de imagens que representam artefatos e que permitem a articulação de canais de comunicação em nível não verbal – portanto, pela correspondência de vínculos a partir de imagens que possibilitem o reconhecimento de

mecanismos associativos entre subjetividade e indivíduos. Ou seja, como ambientes que servem de plataformas relacionais intersubjetivas.

Nesse sentido, entende-se que tanto a observação de contextos concretos, como a observação de ambientes virtuais, podem levar a identificação de sinais que apontem para sensibilidades que emergem no campo social, ou seja, para estruturas que permitam leituras de códigos representativos do devir sociocultural. Se, em contextos concretos a análise dos pressupostos simbólicos de ligação se dá através da materialidade, em contextos virtuais a análise pode se dar através de imagens – e outras formas de representação, como música, por exemplo – que, ao fim, buscam comunicar os mesmos significados relativos a artefatos tangíveis, gerando novos desdobramentos de significados a partir de arranjos sígnicos: permitindo outros desenvolvimentos do processo de semiose cultural.

Se está considerando, assim, que a observação, na contemporaneidade, pode ocorrer em diferenciados ambientes de socialização, e que as formas representativas objetivadas através de mecanismos interrelacionais psíquicos, podem se desdobrar tanto em artefatos materiais, como em imagens desses, comunicando fenômenos de transformações sociais através de vários formatos. O que se ressalta, nessa perspectiva, é a forma de leitura e interpretação dos códigos que constituem essas representações, ou seja, a forma como serão feitas as identificações dos potenciais fragmentos textuais que poderão subsidiar a geração de um discurso amplificado e carregado de sentido, recuperando a perspectiva de convergência entre micro-ambiente e macro-ambiente, ou seja, entre unidades dialógicas e *superpalavra*; entre a idéia e seus desdobramentos em várias estruturas representativas; entre as sensibilidades que emergem do meio sócio-cultural e a caracterização em formas que permitam compreender o *espírito do tempo* que se desenha.

Nesse momento, recupera-se a noção de intertextualidade como conceito operador a ser incorporado na metodologia que se busca constituir nesse estudo. A forma de utilização desse conceito será tratada na seção seguinte dessa investigação, que visa ligar a perspectiva de observação dos desdobramentos engendrados através do processo de semiose cultural em diferentes âmbitos, no intuito de objetivar narrativas carregadas de sentido para a projeção de artefatos de design de moda.

2.4 A INTERTEXTUALIDADE COMO OPERADOR NA IDENTIFICAÇÃO DE SENSIBILIDADES EMERGENTES

Conforme afirma Kristeva ao tratar de intertextualidade, “todo texto se constrói como mosaico de citações, todo texto é absorção e transformação de um outro texto.” (KRISTEVA, 1974, p. 64).

Analisando a perspectiva de texto como práticas que visem ligar signos a significados – sendo esses relativos a significantes, ou seja, a representações concretas – é possível considerar que a intertextualidade aponta para caminhos de entendimento de quais textos estão sendo utilizados para substituir fenômenos de transformação, portanto, de quais arranjos sígnicos estão sendo utilizados como vínculos de construção para novos sentidos. Considera-se que a intertextualidade tanto pode permitir a identificação de sinais que comuniquem transformações operantes em contextos específicos de observação e análise, como, a identificação das replicações desses em estruturas representativas diversas, relativas a outros contextos de estruturação da subjetividade. Potencializa-se o fator de comunicações em níveis não verbais, constituídos através da operação de discursos relativos a micro e macro-ambientes, a indivíduos e ao coletivo.

A intertextualidade, como método de análise de influências presentes em textos relativos a autores diversos, surgiu em 1969, sendo utilizada por Kristeva quando de seus estudos sobre o dialogismo de Bakhtin:

O termo intertextualidade surgiu e foi reutilizado por Julia Kristeva em 1969 para explicar o que Mikhail Bakhtin, na década de 20, entendia por dialogismo. Ou seja, são duas variações de termos para um mesmo significado. Para Bakhtin, a noção de que um texto não subsiste sem o outro, quer como uma forma de atração ou de rejeição, permite que ocorra um diálogo entre duas ou mais vozes, entre dois ou mais discursos (ZANI, 2003, p.122).

A intertextualidade enquanto teoria surge a partir dos estudos Bakhtin, no intuito de contextualizar a chamada – por ele mesmo – polifonia de vozes presente no discurso. Essa teoria foi objetivada no sentido de engendrar estudos sobre a obra de Dostoievski, que, para Bakhtin, fundamentou uma nova estética artística, baseada na multiplicidade de fragmentos textuais, evidenciando a fluidez da idéia por entre os personagens de sua obra.

Segundo Bakhtin:

A essência da polifonia consiste justamente no fato de que as vozes, aqui, permanecem independentes e, como tais, combinam-se numa unidade de ordem superior à homofonia. E se falarmos de vontade individual, então é precisamente na

polifonia que ocorre a combinação de várias vontades individuais, realiza-se a saída de princípio para além dos limites da vontade. Pode-se dizer assim: a vontade artística da polifonia é a vontade de combinação de muitas vontades, a vontade do conhecimento (BAKHTIN, 2008, p.23).

Desse modo, a teoria fundamentada para compreender a multiplicidade de vozes presentes na obra de Dostoiévski reverbera no estatuto intertextual como meio de vincular ideias, portanto, de potencializar formas de ligação entre vontades independentes e de operar transformações a partir de fragmentos discursivos distintos. Partindo desse preceito, considera-se a ideia como o teor subjetivo que opera como dispositivo interrelacional, materializada em representações engendradas por indivíduos, visando o estabelecimento de trocas simbólicas. Sendo assim, é possível conceber a polifonia de vozes de Bakhtin como meio de configurar interconexões subjetivas presentes no meio sociocultural, portanto, como método de identificação da inter-subjetividade operante.

A partir do entendimento desses pressupostos, pode-se considerar que a ideia é o vínculo de ligação entre estruturas representativas, levando, pois, ao entendimento do estágio atual do imaginário coletivo, potencializando a compreensão da relação entre consciências individuais. Recupera-se, pois, a perspectiva da ideia como vínculo fluido entre indivíduos, como *ânima* relacional, reverberando considerações já construídas através de Simmel(2006), Nietzsche (2004) e Mafesoli (2002).

Sendo a consciência algo que está em constante crescimento – portanto, construindo vínculos sincrônicos e anacrônicos a partir de ideias fragmentadas – existe a premente característica de fluidez relacional, sendo possível construir meios de ligação entre consciências distintas, que, ao final, reverberam (e dão corpo) a uma ideia central, mesmo que existam tensões entre as consciências (BAKHTIN, 2008, p.36).

Essa argumentação oferece caminhos ao entendimento sobre a importância do fenômeno dramático primordial, apontado, anteriormente, a partir de Nietzsche, como meio de possibilitar ao indivíduo sua transformação, sua atuação em outro corpo (NIETZSCHE, 2004, p.56).

Relacionando essa perspectiva à polifonia de vozes de Bakhtin, é possível considerar que o fenômeno dramático fundamental referido por Nietzsche, assumo o lugar da relação entre consciências individuais, unidas através de uma ideia essencial, que se transforma quando relacionada às formas de interpretação construídas por cada indivíduo circunscrito a

um contexto de materialização. A atuação em outro corpo, assim, se dá através da interpretação da ideia.

Retorna-se, aqui, a perspectiva de sublimação do *ânima* fluido que vincula formas de representação simbólica, caracterizado por Nietzsche (2004) como a potência do desejo relativa aos indivíduos, e por Bakhtin como a ideia, verdadeira heroína na obra de Dostoiévski (BAKHTIN, 2008, p.25).

Essa dinâmica de ligação entre vontades – desejos – e, sua possível sublimação em algo material, pode assim ser compreendida:

O pensamento humano só se toma pensamento autêntico, isto é, ideia, sob as condições de um contato vivo com o pensamento dos outros, materializado na voz dos outros, ou seja, na consciência dos outros expressa na palavra. É no ponto desse contato entre vozes-consciências que nasce e vive a ideia (BAKHTIN, 2008, p.98).

Parte-se do princípio que a palavra é um dos modos de sublimação da consciência, portanto, de uma forma de tangibilizar aspectos imagéticos e de arranjá-los em estruturas. A preceito desse estudo, a palavra assume a forma de signos, que podem ser vinculados a artefatos, emanando significados que visam associar múltiplas vozes-consciências, constituindo mediações simbólicas (canais de comunicação que podem se transformar em cadeias de valor), entre indivíduos e artefatos. É a ideia que toma corpo, sendo replicada através de estruturas distintas, vinculando novas interpretações conforme o contato que se estabelece entre vozes-consciências fragmentadas no processo de semiose cultural.

Nesse sentido, as interrelações entre vozes podem apontar caminhos ao entendimento das necessidades latentes, portanto, aquilo que pode se configurar como sensibilidades emergentes e que, para o sociólogo Dario Caldas (2004), possuem importância fundamental para a constituição de tendências de ciclo longo de desdobramento.

Segundo Bakhtin:

Enquanto artista, Dostoiévski não criava suas próprias ideias do mesmo modo que criam os filósofos ou cientistas: ele criava imagens vivas de ideias auscultadas, encontradas, às vezes adivinhadas por ele na própria realidade, ou seja, ideias que já têm vida ou que ganham vida como ideias-força. Dostoiévski tinha o dom genial de auscultar o diálogo de sua época ou, em termos mais precisos, auscultar a sua época como um grande diálogo, de captar nela não só as vozes isoladas mas antes de tudo as *relações dialógicas* entre as vozes, a *interação* dialógica entre elas. Ele auscultava também as vozes dominantes, reconhecidas e estridentes da época, ou seja, as ideias dominantes, principais (oficiais e não-oficiais), bem como vozes ainda fracas, ideias ainda não inteiramente manifestadas, ideias latentes ainda não auscultadas por ninguém exceto por ele, e ideias que apenas começavam a amadurecer, embriões de futuras concepções de mundo (BAKHTIN, 2008, p.100-101).

Portanto, a construção das narrativas de Dostoiévski se dava através das relações entre unidades dialógicas fragmentadas em seu tempo (sua contemporaneidade), relacionadas devido à percepção dessas em contextos de análise distintos. Essa perspectiva pode permitir o entendimento da dinâmica metodológica que se propõe nesse estudo. Ou seja, a observação de contextos concretos e não-concretos (virtuais) de estabelecimento de relações entre indivíduos e artefatos, caracterizados como plataformas de geração de vínculos formais entre subjetividades e representações, pode permitir a identificação das unidades dialógicas operantes entre consciências distintas, potencializando a criação de narrativas que visem associar essas unidades, de modo a configurar novos sentidos. O desdobramento desses sentidos pode ocorrer através de interpretações construídas por meio da decomposição das estruturas que caracterizam as representações de uma ideia em específico, presente na essência sob vários formatos. Essas unidades dialógicas – as representações de uma mesma ideia – visam comunicar fenômenos, são códigos. A interconexão entre as unidades dialógicas permite relacionar significados, potencializando a geração de novos sentidos conforme o desenvolvimento de vínculos entre artefatos relativos a áreas distintas, levando a constituição de narrativas que embasem a projeção de artefatos de design de moda, proporcionando, por fim, a criação de canais de comunicação não verbal entre esses (os artefatos de moda) e indivíduos. Gera-se, assim, novos vínculos simbólicos, permitindo o reconhecimento das múltiplas vozes-consciências em narrativas (tendências), ligando necessidades latentes a partir de recortes que efetivem essa dinâmica. Portanto, uma ideia pode ser caracterizada como uma unidade dialógica fundamental.

Nesse sentido, as argumentações oferecidas por Bakhtin mostram a importância de perceber os sussurros fragmentados no meio sociocultural (auscultar as várias vozes), algo já apontado no capítulo anterior como meio de objetivar para a configuração de artefatos com *imports* simbólicos, permitindo o desdobramento de inovações de significados e, assim, possibilitando o reconhecimento não verbal de necessidades latentes relativas a usuários (indivíduos) através de arranjos signícos – fragmentos discursivos.

Além disso, a teoria da polifonia de vozes parece oferecer meios de identificar o novo – aquilo que não está previsto no arranjo discursivo – conforme referido por Foucault (2008).

Nesse sentido, vale questionar-se: de que modo a intertextualidade – portanto, a teoria que elevou o estatuto polifônico a novos entendimentos – pode auxiliar na identificação de sinais e posterior constituição de tendências para a projeção de artefatos de design de moda?

Parte-se, pois, do pressuposto apontado por Kristeva para apresentar a teoria intertextual a partir dos estudos realizados por Bakhtin:

[...] o dialogismo bakhtiniano designa a escritura simultaneamente como subjetividade e como comunicatividade, ou melhor, como intertextualidade; em face desse dialogismo, a noção de *pessoa-sujeito da escritura* começa a se esfumar para ceder lugar a uma outra, a da *ambivalência da escrita* (KRISTEVA, 2005, p.71).

Portanto, a ideia central do estudo intertextual é encontrar as relações entre as vozes, ou, entre os discursos: a comunicatividade. A ambivalência da escrita, da qual fala Kristeva, pode ser entendida como a coexistência de formas de interpretação e representação de uma mesma ideia (de uma mesma unidade dialógica fundamental), e essa coexistência pode objetivar para a construção de um texto uníssono, que potencialize o sentido entre as unidades dialógicas múltiplas apresentadas por Bakhtin, e aqui entendidas como fragmentos textuais.

Essa prática pode se dar através da leitura de textos, sendo que, no escopo desse estudo, texto é toda a prática que une signo a significados, que pode ocorrer de modo verbal ou não verbal.

Segundo Dall’Alba:

À leitura de um texto precedem outras leituras de outros textos. Desse modo, um texto moderno tem, na sua estrutura, possivelmente, a marca de textos anteriores. Estes, por sua vez, possuem as *marcas* de textos precedentes e, assim, sucessivamente, numa cadeia que atravessa tempos e modas, épocas e gostos (DALL’ALBA, 1996, p.21).

Nesse sentido, considera-se que a intertextualidade aponta caminhos para a identificação das vozes que reverberam nos textos, bem como, quais os potenciais diálogos que estão sendo firmados entre as mesmas. Portanto, a intertextualidade atua como conceito operador, diga-se, ferramenta conceitual importante para desvelar ligações discursivas, pois: “o que caracteriza a intertextualidade é introduzir um modo de leitura que faz estalar e linearidade do texto” (JENNY, 1979, p.21).

A intertextualidade também proporciona análises de modo sincrônico e anacrônico, visto que o mosaico de citações, referido por Kristeva, pode estar construindo correspondências em épocas distintas, algo característico da contemporaneidade. Além de identificar esses mosaicos a partir de épocas distintas – operando, pois, de modo a permitir a constituição de discursos que atravessam a dimensão espaço/tempo – a intertextualidade também pode auxiliar na identificação do texto centralizador, possibilitando ainda, no contexto aqui proposto, o entendimento do domínio de geração do mesmo, pois “a intertextualidade designa não uma soma confusa e misteriosa de influências, mas o trabalho

de transformação e assimilação de vários textos, operado por um texto centralizador, que detém o comando do sentido” (JENNY, 1979, p.14).

Esse texto centralizador pode, no sentido dessa investigação, ser caracterizado como a ideia identificada, portanto, a unidade dialógica fundamental que será desdobrada segundo interpretações de interlocutores, sendo materializada em arranjos signícos constituintes de artefatos – por exemplo, um filme, um objeto de arte – ou, através de caracterizações estético-formais que reverberem os códigos engendrados por um coletivo específico, por uma *tribo urbana*. A linearidade do texto, da qual fala Jenny, se dá no momento em que o texto centralizador construa relações com outras unidades dialógicas (fragmentos textuais), ligadas pela pertinência de comunicação (substituição) de um determinado fenômeno social, em nível micro ou macro. Constroem-se pontes imaginárias, embasadas pelo nível de significações convergentes, ligando cultura material e indivíduos, artefatos e meio social.

Nesse contexto, a intertextualidade não apenas pode ser utilizada como uma ferramenta conceitual que auxilie na identificação dos códigos, e suas possíveis replicações em instâncias simbólicas diversas, mas pode, também, proporcionar a geração de novos sentidos, constituídos a partir do texto centralizador identificado e da utilização desse em estratégias determinadas. Essa geração de sentido objetiva a constituição de tendências, que, no contexto aqui proposto, se circunscreve como forma de construir diálogos entre a unidade dialógica essencial e fragmentos textuais convergentes, portanto, como forma de estruturar relações, como uma narrativa.

Partindo das reflexões de Caldas, a respeito da constituição de tendências, é possível perceber que as mesmas podem ser objetivadas a partir de sinais – podendo esses ser entendidos como signos que constituem códigos – que levarão a abordagens coerentes a partir de hipóteses. Segundo afirma Caldas, “em termos práticos, para a abordagem das tendências é preciso trabalhar com os sinais de modo a construir hipóteses de trabalho” (CALDAS, 2004, p.93).

A configuração de hipóteses, na perspectiva de constituição de correspondências entre essas e um recorte do real, revelam a dinâmica arbitrária operante na moda, visto que o próprio corte pode ser entendido como uma arbitrária seleção de fragmentos textuais. Essa seleção arbitrária corrobora a perspectiva de constituição de narrativas, pois, busca-se eleger determinados elementos que permitam a criação de um enredo plausível, onde haja o reconhecimento da mediação simbólica que está sendo engendrada para tal. Retomando as

argumentações oferecidas por Foucault (1988) sobre fragmentos textuais, poder e estratégias, a configuração de hipóteses acaba por cumprir a objetivação de estratégias, que podem responder a determinadas necessidades latentes percebidas quando da observação de ambientes concretos e não-concretos de geração de cultura, proporcionando meios de criar vínculos entre empresas/organizações e indivíduos.

Enquanto dinâmica, essa arbitrariedade também pode ser percebida no processo de problematização de um projeto, algo importante na perspectiva de meta-projeto referente ao Design Estratégico, pois, a possibilidade de configuração de um recorte da realidade pode advir da identificação de potenciais sinais fortes e fracos emitidos por distintas esferas de cultura, percebidos através da observação do meio social. Para que se configure essa prática, ou seja, para que se crie hipóteses a partir da observação do meio sociocultural e, assim, se objetive um recorte da realidade, fundamenta-se uma perspectiva transdisciplinar de investigação.

Retoma-se aqui a importância do estudo polifônico, constituído por Bakhtin, como meio de identificação de sensibilidades emergentes, que, para Caldas (2004), também são formas de percepção do *espírito do tempo* que se desenha, portanto, meio de configuração de tendências de fundo – entendidas também como tendências de ciclo longo.

O dialogismo apresentado por Bakhtin se dá, pois, a partir da linguagem e, no tocante a esse estudo, pode-se entender essa premissa como os vínculos em nível não verbal entre sinais e os indivíduos, entre relações estabelecidas no contexto social, visto sinais serem formas de apontar indícios de mudanças, portanto, de constituir códigos que busquem comunicar – substituir – fenômenos, proporcionando caminhos para inovações em nível de significados.

Consoante Bakhtin:

Toda a vida da linguagem, seja qual for o seu campo de emprego (a linguagem cotidiana, a prática, a científica, a artística, etc.), está impregnada de relações dialógicas. [...] Essas relações se situam no campo do discurso, pois este é por natureza dialógico [...] (BAKHTIN, 2008, p.209).

Vista sob esse prisma, a intertextualidade pode proporcionar pontes de sentido entre sinais, contribuindo para a construção de discursos que dêem conta de interrelacionar a subjetividade imanente aos indivíduos, portanto, de proporcionar meios de relacionar as unidades dialógicas que potencializarão novos sentidos às consciências individuais. Esses laços de ligação objetivam para a configuração de narrativas coerentes, orientadas segundo

hipóteses, acarretando, por fim, a constituição de tendências embasadas na identificação de unidades dialógicas fundamentais e na constituição de vínculos entre fragmentos textuais convergentes, atravessando o tecido de relações entre indivíduos na sociedade, permitindo vislumbrar cenários de projeção para artefatos de moda com inerente *import* simbólico. Sobre essa perspectiva, Caldas diz que “Frequentemente, quando se procura estabelecer pontes entre campos diferentes, não é o mesmo sinal que vemos manifestar-se, mas a insistência de uma mesma idéia, a renovação de uma mensagem já observada, mas com outra roupagem ou expressa de outro modo” (CALDAS, 2004, p. 119).

Portanto, é a idéia o que vincula representações – as formalizações – e a mensagem é o modo de chegar até as significações dessa idéia. A geração de novos sentidos, assim, passa pela forma como as significações serão articuladas. Pode-se, a partir dessa perspectiva, considerar que a idéia – a unidade dialógica fundamental – se configure como uma sensibilidade que emerge no campo social, construindo relações de sentido conforme a interferência de interlocutores no processo de formalização da mesma.

Constata-se uma aproximação entre intertextualidade e pesquisa *Blue Sky*, própria do Design Estratégico, logo, procede-se a seguir a uma análise e questionamento dessa ferramenta quanto às suas potencialidades e possibilidades de diálogo com o procedimento de análise intertextual. Nesse sentido, busca-se incluir também essa forma de pesquisa no escopo de ferramentas que objetivam para a construção da metodologia proposta na problemática fundamental desse estudo.

2.5 PESQUISA *BLUE SKYE* A CONSTITUIÇÃO DE ENREDOS PROJETUAIS

A pesquisa *Blue Sky* é uma modalidade de investigação oriunda do arsenal de ferramentas desenvolvido pelo escopo teórico do Design Estratégico, fazendo parte do método de pesquisa de tendências circunscrita a essa teorização. A utilização da *Blue Sky* pressupõe ir além do contexto de investigação de um determinado projeto de design, no sentido de buscar elementos que permitam despertar o processo cognitivo dos designers/projetistas.

Segundo Castro e Menezes, “o termo ‘cognição’ vem do latim, ‘vir a saber’ e diz respeito aos processos de compreensão, de entendimento, e ao produto

(representação/imagem/sentido/significado) relativo à coisa conhecida.” (CASTRO E MENEZES, 2006:5). Portanto, se a intertextualidade, fundamentada no dialogismo, permite a identificação do texto centralizador (da idéia, da unidade dialógica fundamental), materializado em códigos que visam comunicar fenômenos operantes no contexto social, e a *posteriori*, as replicações dialógicas do mesmo, a pesquisa *Blue Sky* atua de modo a identificar imagens que correspondam a esses códigos (formalizações de uma mesma idéia fundamental, roupagens assumidas por essa, para utilizar uma metáfora oferecida por Caldas), operando rumo à constituição de “exemplos e estímulos (nos mais variados formatos) a fim de, por transferências através de raciocínios analógicos, obter-se indicativos do que poderão ser cenários para a construção de respostas a um problema de design” (SCALETZKY e PARODE, 2008, p.1).

Segundo Celaschi e Deserti, essa modalidade ferramental, também entendida como uma forma de pesquisa em si, procura expandir sua área contextual, no sentido de identificar novas direções e oportunidades ao problema de design, organizando elementos que propiciem *insights* para a inovação. Esse momento da pesquisa constitui-se na fase metaprojetual e busca construir um olhar amplo, que extrapole o setor de referência e proporcione estímulos criativos aos envolvidos no projeto. Desse modo, a pesquisa *Blue Sky* visa, como resultante, um dossiê de cenários de inovação. Esses cenários, por sua vez, podem ser entendidos como ambientes heterogêneos, no sentido de configurar estratégias a partir da identificação e organização de sinais fortes e fracos, servindo como caminhos sugeridos para desdobramentos projetuais relativos a qualquer instância do design (CELASCHI e DESERTI, 2007, p.58-59).

Desse modo, a pesquisa *Blue Sky* pode também atuar na constituição de tendências, associando a problemática geradora de um projeto a outros contextos produtivos, organizando os sinais percebidos sob categorias de desenvolvimento.

Essa pesquisa possui uma dimensão estratégica aliada a uma dimensão que envolve “fazer ver”, exteriorizar possíveis atmosferas para a construção das primeiras idéias de projeto. A pesquisa *blue sky*, nesse sentido, constrói metáforas que buscam definir espaços conceituais que não pretendem a elaboração direta de resultados concretos para o projeto (SCALETSKY e PARODE, 2008, p.2).

Ainda segundo Scaletsky e Parode (2008), a organização dos conceitos-chave para a elaboração de categorias projetuais pode se dar através de técnicas como: “*brainstorm* e discussões com os membros da equipe que trabalha nessa etapa dita ‘metaprojetual’. Processos de refinamentos dos múltiplos conceitos gerados vão, pouco a pouco, definindo esses conceitos” (SCALETSKY e PRODE, 2008, p.3).

Consoante Cautela, o foco central dessa modalidade de pesquisa é a de contaminação e fertilização de ideias, partindo do contexto projetual e, portanto, do problema gerador do projeto. Nesse sentido, a *Blue Sky* permite que esse processo se estabeleça a partir da identificação da lógica que perpassa vários campos produtivos, além de permitir identificar o ritmo de inovação, associando esse aspecto a possíveis estruturas relacionais com a demanda. O objetivo, assim, é oferecer vantagens sobre quais reflexões podem ser ativadas no contexto do projeto a partir de informações coletadas na fase metaprojetual, estimulando e direcionando a criatividade dos envolvidos nessa fase – caso dos designers – rumo a soluções possíveis para a problemática projetual. Assim, conforme Cautela, a pesquisa *Blue Sky* permite vislumbrar aspectos relativos a parâmetros estéticos que extrapolam uma área de atenção, potencializando a constituição de correlações perceptivas, através de dinâmicas organizativas que associem imagens a categorias conceituais (CAUTELA, 2007, p. 95-97).

Nesse contexto, pode-se considerar que existe uma relação de complementaridade entre a intertextualidade e a pesquisa *Blue Sky*. Ora, se a intertextualidade permite a identificação do texto centralizador, portanto, da unidade dialógica fundamental concomitante aos níveis de significações que essa possa estar operando no contexto sociocultural, desdobrando replicações em fragmentos textuais; a pesquisa *Blue Sky* pode operar como meio de amplificar o sentido relativo a essa prática, tornando a ideia (a unidade dialógica fundamental) passível de categorização a partir da identificação de conceitos potencialmente presentes e ativos, que também podem ser entendidos como temáticas. Correlaciona-se, assim, sensibilidades emergentes a contextos produtivos, extrapolando o contexto original do problema de modo a buscar outras convergências relacionais. Esses conceitos ativos orientam o olhar, ou seja, a observação a ser realizada em ambientes de representação diversos, permitindo aos designers/projetistas encontrarem novas soluções a problemática fundamental de um projeto, independente da instância do design relevante.

A dinâmica que pode seguir a essas etapas busca organizar categorias, de modo a propiciar a constituição de *enredos projetuais* – estruturando elementos, portanto, construindo narrativas coerentes – ligando os fragmentos textuais de modo a potencializar novos sentidos aos envolvidos em projeções de artefatos de design (e, no contexto dessa investigação, aos artefatos de design de moda). Essa prática pode levar a construção de novos significados, visto que inovar é tangibilizar mudanças, ou, em outras palavras, ressignificar aspectos que traduzam possíveis transformações operantes no meio sociocultural, configurando essas em arranjos sógnicos caracterizados em artefatos de design. Retoma-se a perspectiva de mediação

simbólica entre artefatos, indivíduos e empresas/organizações, sendo que, assim, a pesquisa *Blue Sky* se constitui como outra forma de desdobrar *impors* simbólicos que visem criar canais de comunicação entre as instâncias distintas.

A correspondência, pois, entre os códigos e o potencial sentido que os perpassa, pode resultar em cenários de desenvolvimento para a inovação de significados. Essa dinâmica visa permitir desdobramentos futuros aos artefatos, construindo conexões entre questões relativas aos usuários e os fragmentos textuais relacionados – formas de representação simbólica que estão comunicando uma mesma ideia. Portanto, é possível argumentar que essa prática busque a constituição de vários *enredos* à projeção, cabendo aos envolvidos no projeto eleger qual enredo será o mais apropriado.

Nesse sentido, cenários podem ser entendidos como tendências de desenvolvimento contextual, visto que “são espaços não necessariamente materiais, mundos possíveis, aonde o designer poderá ‘atuar’ na busca de respostas ao *brief*” (SCALETSKY, 2008, p.1137).

Conforme Visoná et al. “um cenário é concebido de modo a representar um mundo possível de atuação, possuindo um roteiro de orientação e, ao mesmo tempo, apresentando objetivos claros para a constituição/atuação de um artefato” (VISONÁ ET AL., 2009, p.5).

Nesse sentido, ressalta-se a dimensão arbitrária na perspectiva do estudo de tendências, visto a importância de configuração de hipóteses a partir de um recorte operado quando da observação de vários contextos concretos ou não concretos de fruição. Esse recorte, que se objetiva através da correspondência com a problematização e, no caso do design estratégico, *reproblematização* do projeto, se engendra na fase metaprojetual, proporcionando a constituição de possíveis mundos (cenários) de desdobramento projetual e, assim, permitindo a constituição de estratégias, visto que:

[...] um dos instrumentos metodológicos mais interessantes, criados para dar conta da questão das tendências é a construção de cenários, que permitem lidar com a evolução de sistemas complexos sob diversas hipóteses. A rigor, não se trata de previsão, mas de um exercício que ajuda a avaliar as possíveis consequências acarretadas por um tipo de escolha (CALDAS, 2004, p.41).

As considerações oferecidas por Caldas encontram correspondência nas argumentações construídas por Celaschi e Deserti ao tratarem da utilização dessa ferramenta (a geração de cenários) para o design.

Consoante os autores, cenários também podem ser entendidos como instrumentos qualitativos, que visam o cruzamento entre o escopo que fundamenta as Macro tendências –

portanto, valores, estilo de vida e a constituição do devir sociocultural – às tendências efêmeras, disponibilizadas em instrumentos como *trend books*, por exemplo. Essa dinâmica permite avaliar o ritmo atual de inovação engendrada em um determinado setor, contribuindo para a configuração de possíveis caminhos para o desenvolvimento de artefatos de design, baseados na análise de pressupostos estéticos, formais, tecnológicos, mercadológicos e linguagens, ligando essa análise a aspectos oriundos das transformações socioculturais que se engendram (CELASCHI e DESERTI, 2007, p.118-119).

Analisando a questão sob esse prisma, também é possível afirmar que o designer, ou projetista, buscará possibilidades de materialização destes cenários, agindo como um autor textual, pois, segundo Foucault, “[...] o autor é aquele que dá à inquietante linguagem da ficção suas unidades, seus nós de coerência, sua inserção no real” (FOUCAULT, 2006, p. 28).

Entende-se, pois, que o designer/projetista visa antecipar o futuro, construindo formas de representação através de visões sobre desdobramentos narrativos, onde a atuação de um artefato possa ser inserida. Assim, o ato de projeção de um novo artefato poderá corresponder a uma determinada tendência, desenvolvida em um cenário, onde signos e significados serão associados de modo a permitir a constituição deste.

Nesse sentido, parte-se da perspectiva que tendências podem operar sob formatos delimitados por um objetivo, conforme já argumentado quando se discorreu sobre o conceito de tendência e as significações associadas a esse termo a partir da interferência da cultura social. Portanto, o fator de arbitrariedade, orientado por objetivos, se desdobra na constituição de narrativas que busquem gerar sentido à multiplicidade discursiva operante no momento de identificação de potenciais sensibilidades emergentes. Nesse contexto, a constituição de *tendências de fim* busca relacionar transformações percebidas no macroambiente social à fenômenos operantes em microambientes (coletivos específicos, comunidades sociais, associações entre indivíduos e, por fim, o próprio indivíduo), de modo a objetivar para a configuração de ambientes imagéticos que possibilitem vislumbrar quais desdobramentos projetuais podem ser construídos. Logo, tendências podem ser entendidas como narrativas que visam gerar novos sentidos, buscando satisfazer necessidades latentes relativas aos indivíduos, passíveis de serem identificadas a partir de observações que considerem a tangibilização de fenômenos de transformação social em signos representativos – códigos.

Ao dimensionar a ideia de cenários com tendências, é possível perceber que ambas modalidades operam de forma a delinear movimentos de atuação para a inovação, propiciando

a visualização de um futuro possível, embasado em desejos de materialidade de artefatos, que poderão, ou não, se configurar. Sendo assim, conclui-se que as tendências, enquanto sistemas signícos e, portanto, passíveis do desdobramento de novos significados, podem servir como meios de constituição de discursos amplificados, onde a operação de sentido se dará devido a organização dos sinais percebidos através da análise de alguns contextos de materialização dialógica. Essa prática busca auxiliar na formalização de interpretações construídas pelos envolvidos na fase metaprojetual, com o propósito de oferecer formas tangíveis de entendimento de suas percepções acerca do problema gerador de um novo projeto de design, proporcionando meios de vislumbrar estratégias que correspondam a problemática fundamental de um projeto.

A possível redução desse aspecto – portanto, a potencial validação das informações coletadas – passa por uma necessária associação entre códigos percebidos em áreas diversas, visto que a replicação e os desdobramentos dos mesmos pode levar ao entendimento do nível de ruptura operante com valores vigentes. Essa dinâmica visa corroborar a perspectiva de construção de relações entre estruturas, de modo a perceber os significados assumidos por determinados códigos em outros contextos, proporcionando sentidos novos no momento em que se ligam subjetividades (fluxos criativos, sensibilidades emergentes) e formalização. Nessa perspectiva, considera-se que o desenvolvimento dessa prática pode levar ao entendimento da moda como uma área de convergência das representações coletivas, como uma plataforma representativa para o entendimento das complexidades que orientam o indivíduo em sociedade.

Tendo em vista que a identificação de sensibilidades emergentes que permeiam as relações socioculturais podem estar presentes nas interrelações entre textos, o sentido pode se dar a partir de recortes que se estará fazendo no processo de semiose cultural. Essa prática visa não apenas envolver os implicados no processo de projeção de artefatos com inerente *import* simbólico, mas também à outros interlocutores envolvidos, caso dos usuários (indivíduos). Na perspectiva que se propõe nessa investigação, esses interlocutores podem ser considerados tanto aos indivíduos que fazem parte de uma *tribu urbana*, como os usuários finais de um determinado artefato. Dessa forma, considera-se que, para constituir tendências, no intuito de gerar narrativas carregadas de sentido que embasem mundos possíveis de atuação de artefatos de design de moda, mostra-se pertinente construir um modo de olhar amplo, que contemple o campo da moda, mas que também contemple outros campos de

formalizações de subjetividade, que possam ser relacionados a essa pelos vínculos imagéticos convergentes: pela identificação da ideia e suas outras roupagens assumidas.

Desse modo, busca-se compreender o que vem a ser o sentido, ou seja, o que pode ser operado a partir dessa prática. Assim, é possível considerar, conforme Barthes (2006) que sentido é algo que se instaura quando da relação das funções-signos ou, ainda, como afirma Caldas à partir da ideia de que “as coisas só assumem significado quando em relação umas às outras. O alto só é percebido como tal porque existe o baixo, da mesma forma que o preto não possui o mesmo valor se contraposto ao branco ou ao marrom” (CALDAS, 2004, p.119).

Assim, está-se considerando que a configuração de sentido entre os objetos, a serem analisados para a constituição de tendências para o design de moda, se dá pela dinâmica das relações que forem construídas entre eles, sendo que as mesmas podem potencializar para novas leituras acerca dos próprios objetos selecionados, ou seja, para narrativas que visem unir signos e significados. As ressignificações, engendradas *a posteriori*, são fruto de interpretações constituídas, primeiramente, por designers/projetistas, depois, pelos próprios usuários.

O que se busca argumentar é que a inovação de significados pode se dar no momento de interpretações de aspectos relativos a sensibilidades emergentes – oriundas do meio sociocultural – sendo esse objetivado através de formalizações e representações, ou seja, através de uma dinâmica que busque oferecer uma visão de algo latente, que pode estar significando o *novo*.

Ainda sobre a constituição de sentido a partir de sinais fragmentados, Caldas argumenta:

[...] sinais recorrentes devem ser “arquivados” e cuidadosamente avaliados, pois são como aquelas figuras de publicações infantis, produzidas a partir de pontos numerados: aparentemente inexpressivas quando isolados, os pontos vão produzindo sentido e contando toda uma história, quando unidos pelos traços que o lápis vai desenhando (CALDAS, 2004, p.119).

O questionamento que se objetiva é: o que deve ser observado? Portanto, como é possível identificar fragmentos textuais que levem até a unidade dialógica fundamental, permitindo a produção de sentido de modo a constituir narrativas que possibilitem o desdobramento de cenários para a projeção de artefatos de design de moda?

Muito já foi argumentado sobre isso em momentos anteriores desse estudo e, assim, retoma-se a perspectiva de que uma mesma ideia pode se desdobrar em plataformas

representativas diversas, tais como música, cinema, mídias, objetos decorativos, literatura, arte, vestuário... O que ressalta nessa orientação é a configuração de relações – interrelações – e isso é algo que pode ser configurado através de características comunicacionais, que também se desenvolvem em nível não verbal. Compreender *o que* está sendo comunicado e *para quê*, pode, assim, levar a construção de estratégias, posicionando empresas e organizações frente o devir cultural, permitindo que as mesmas construam vínculos imagéticos através de mediações simbólicas, objetivadas em artefatos quando da utilização de narrativas projetuais – tendências.

Decompor estruturas de modo a interpretar os fenômenos sociais que estão sendo substituídos por códigos representativos, para depois recompô-las de modo a oferecer novos sentidos: essa é a perspectiva que se objetiva a partir de uma análise desse tipo. Essa perspectiva pode levar ao reconhecimento de sensibilidades emergentes que visam desenhar o *espírito do tempo* através de artefatos relativos a áreas de representação simbólica, contribuindo para a constituição de artefatos de design de moda com inerente *import* simbólico, ou seja, com inerente vínculo de mediação entre os indivíduos e as transformações operantes em nível sociocultural. Se está buscando, pois, formas de construir diálogos, ou, meios de efetivar plataformas de comunicação que permitam o reconhecimento da subjetividade, gerando cadeias de valor que extrapolem o que pode ser quantificável. Desse modo, se está considerando que a cultura material permita a constituição de tendências de fundo, partindo da perspectiva de ligação entre individual e coletivo, chegando, pois, a ligações entre margem e centro de sistemas: entre aquilo que ainda é latente e o que poderá ser amplificado.

A próxima seção desse estudo buscará apresentar como esses pressupostos podem ser desenvolvidos, partindo da realização de entrevistas com diferentes indivíduos envolvidos na identificação de sinais que possam embasar a constituição de narrativas para a projeção de artefatos de design. A utilização de exemplos também é contemplada, de modo a permitir vislumbrar como a constituição de interrelações entre instâncias simbólicas distintas e artefatos de design de moda pode ser engendrada.

CAPÍTULO III – RELAÇÕES ENTRE A METODOLOGIA PROPOSTA E CASOS PRÁTICOS

Partindo-se da problemática geradora desse estudo, portanto, a configuração de uma metodologia, a partir do Design Estratégico, para a identificação de sinais emergentes e a posterior constituição de tendências que sirvam de orientação estratégica para o Design de Moda, buscou-se identificar e apontar possíveis ferramentas, operadores, conceitos-chave, no intuito de compor tal metodologia. A construção da metodologia proposta, portanto, extrapola a área do design e, além disso, a própria disciplina conhecida como Design Estratégico. Entende-se, no entanto, que essa metodologia visa uma forma de orientação, que sirva como uma espécie de protocolo de fundamentos para empresas e organizações interessadas em compreender como é possível partir da noção que Bourdieu (1996) intitulou como *import* simbólico, para uma apropriação de linguagem de projeto, deslocando essa perspectiva para artefatos de design de moda. Essa premissa desenvolve-se, nessa investigação, a partir do entendimento de como é possível desdobrar níveis de mediação simbólica entre artefatos e indivíduos, sendo essa mediação o estabelecimento de trocas, atuando como forma de atingir inovações de significados. Tratando-se de significados, procurou-se a configuração de argumentações acerca da constituição de artefatos como discursos, e, sendo assim, compostos por códigos que visam substituir fenômenos, ou seja, que visam comunicar relações que se desdobram no meio sociocultural.

Nesse sentido, a construção dessa metodologia parte de uma abordagem transdisciplinar, no tocante a intenção de relacionar conhecimentos e transformá-los em novos códigos, passíveis de interpretações que levem à geração de *insights* criativos para designers e projetistas que atuem no complexo campo do design de moda. Essa orientação se constrói através de interrelações entre áreas, de modo a apontar como o imaginário coletivo se manifesta no momento presente a partir de plataformas de representações diversas, sendo esse um meio de engendrar possíveis leituras de algumas esferas de geração de cultura. Essas leituras visam a constituição de narrativas (tendências), que possibilitem o desenvolvimento de estratégias, embasadas em desdobramentos do devir cultural, potencializando a projeção de artefatos de moda com inerente *import* simbólico: vínculos imagéticos tangibilizados em características projetuais.

Nesse contexto, busca-se embasamento em alguns apontamentos da teorização estrutural, ao menos no sentido de cumprir parte da metodologia proposta, ou seja a decomposição e composição de estruturas. Nesse ínterim, se está visando compreender a essência do que se pretende comunicar a partir dos códigos constitutivos de formalizações distintas (estruturas), ou seja, de arranjos signícos configurados em representações simbólicas de campos diversos.

Segundo Barthes:

A actividade estruturalista comporta duas operações típicas: decomposição e composição. Decompor o primeiro objecto, aquele que é dado à actividade de simulacro, é encontrar nele fragmentos móveis cuja situação diferencial engendra um certo sentido; o fragmento não tem sentido em si, mas é, no entanto, de tal ordem que a menor variação sofrida pela sua configuração produz uma mudança do conjunto [...] (BARTHES IN COELHO, 1996, p.23).

Ora, muito já se argumentou acerca da perspectiva de utilização de fragmentos textuais - união entre signos e significados - conforme a necessidade de desenvolvimento de estratégias, algo apontado anteriormente a partir de considerações tecidas por Foucault (1988). Para tanto, procurou-se encontrar uma ferramenta – também entendida como um conceito ativo, que proporcionasse meios de cumprir essa premissa e, produzindo uma mudança no conjunto, conduza a geração de novos sentidos.

Para essa investigação, essa *ferramenta* é a intertextualidade, que parte da teorização configurada por Bakhtin, que propôs o estudo do dialogismo como forma de compreender um pressuposto estético constituído por Dostoievski, portanto, a estética do fragmento, das unidades dialógicas que num primeiro momento podem não possuir relação, mas que estão intimamente ligadas por uma ideia. Essa ideia, a preceito desse estudo, é reconhecida com unidade dialógica fundamental, e, na perspectiva da intertextualidade, pode ser também compreendida como o texto centralizador, que proporcionará sentido a um discurso amplificado.

Chegar até a ideia, ou seja, até a essência do que se pretende comunicar a partir de um arranjo signíco, portanto, de como um texto centralizador pode ser desdobrado em um artefato: esse é o primeiro passo na construção dessa metodologia e, para tanto, novamente se mostra importante decompor e compor estruturas. Essa prática visa a ligação de sinais, dispersos no processo de semiose cultural e potencialmente vinculados pelo teor de significações relacionadas. Porém, para compreender quais são as estruturas que podem servir a esse propósito, mostra-se importante identificá-las, e, nesse sentido, incluiu-se a atividade

de observação – de ambientes ditos concretos ou não-concretos – como passo inicial da proposição dessa investigação. Não é uma observação aleatória, mas sim, uma observação que possa cumprir o que Laplantine considerou como fundamental para a atividade da etnografia (também netnografia) – a saber, meio pelo qual a observação de contextos configurados como relacionais entre indivíduos e cultura material serve à antropologia para compreender pressupostos subjetivos que se interconectam – relacionar o olhar, a memória, a imagem e o imaginário, o sentido, a forma e a linguagem (LAPLANTINE, 1996, p.11).

Entende-se, assim, que a observação de algumas instâncias correspondentes ao meio sociocultural possa levar à identificação do nível relacional de significações que esteja sendo engendrado entre estruturas, e que essa empresa possa convergir à apreensão do teor comunicacional de uma ideia fundamental: do *ánima* que flui entre diversos indivíduos. Esse *ánima* visa estabelecer vínculos entre transformações operantes na sociedade e formalizações (sublimações), e a compreensão desse pressuposto pode desencadear o entendimento acerca do *espírito do tempo* que se desenha, apresentando formas de identificação das sensibilidades que estão embasando essa prática. Essa perspectiva visa gerar canais de comunicação entre empresas/organizações, artefatos e indivíduos (usuários), estabelecendo cadeias de valor para além das questões quantificáveis, ou seja, que extrapolam o que se percebe como tangível em projetos.

Parte-se do entendimento que os fragmentos textuais – as unidades dialógicas presentes em vários discursos instituídos, que podem ser entendidos como áreas distintas – possam ser associados de modo a gerar novos sentidos, portanto, inovações de significados. Para tal, é preciso organizá-los em categorias, construindo correspondência entre as unidades dialógicas e conceitos ativos e presentes (temáticas), que visem orientar a criatividade dos envolvidos na projeção de artefatos de moda. Para solucionar essa lacuna, incluiu-se uma nova *ferramenta*, oriunda do escopo teórico-metodológico do Design Estratégico, conhecida como pesquisa *Blue Sky*. Essa ferramenta visa extrapolar a área de atenção de um projeto – no caso desse estudo, o design de moda – de modo a relacionar imagens a palavras (conceitos), no intuito de gerar, por dinâmicas de cruzamento, estímulos que orientem à inovação, independente de como essa se configure.

Ao final, a associação entre essas variáveis, direcionadas ao projeto a partir de recorte feitos na realidade (portanto, da escolha arbitrária de fragmentos textuais convergentes a uma ideia), pode levar a configuração de uma narrativa, que possui aproximação com a geração de

cenários, pois, visa criar mundos possíveis de atuação para artefatos, partindo de uma forma estruturada de lidar com as complexidades existentes na contemporaneidade. Desse modo, entende-se que uma tendência se constitui como um enredo, e que esse permite associar fragmentos textuais (unidades dialógicas) a uma unidade dialógica fundamental, um texto centralizador, uma sensibilidade emergente percebida no meio sociocultural. Cumpre-se, assim, os passos operantes da metodologia que pretende-se nessa investigação e, por esse motivo, convencionou-se anunciar constituição de tendências, ao invés de identificação de tendências, visto que, para esse estudo, uma tendência é algo que se constitui a partir do cumprimento dessas etapas, e não algo que se identifica de modo aleatório. Os sinais – os indícios de mudanças correntes, os arranjos signícos e suas significações, os códigos que substituem fenômenos, os fragmentos textuais – são identificáveis, podendo esses ser articulados de modo sincrônico ou anacrônico, construindo correspondência entre sensibilidades que emergem no meio social (uma unidade dialógica fundamental, uma ideia) e o devir cultural.

O vínculo de ligação entre essas etapas é o indivíduo (o usuário), e a configuração de narrativas (cenários) visa incluir a perspectiva também desse, de modo que seja possível construir um reconhecimento entre os arranjos signícos que irão ser configurados em um artefato de design de moda e suas necessidades latentes. Nesse sentido, está se considerando tanto ir ao encontro do que Barthes (1996) intitulou como *Homo Significans*, portanto, não o homem rico em sentido, mas o homem gerador de sentidos; como encontrar meios de atuação do que Flusser (2007) chamou de *Homo Ludens*, que pode ser entendido como o homem que vivencia os sentidos:

O novo homem não é mais uma pessoa de ações concretas, mas sim um *performer* (*Spieler*); *Homo Ludens*, e não *Homo Faber*. Para ele, a vida deixou de ser um drama e passou a ser um espetáculo. Não se trata mais de ações, e sim de sensações. O novo homem não quer ter que fazer, ele quer vivenciar (FLUSSER, 2007, p.58).

Para compreender como essa metodologia pode ser posta em prática, buscou-se a realização de entrevistas semi-estruturadas, por entender que esse método permite maior liberdade ao entrevistador/investigador. Segundo Moreira, através dessa modalidade de entrevistas, algumas questões são pré-determinadas, mas cada questionamento pode levar a novas questões, o que permite um teor de liberdade relativamente grande ao entrevistador. Busca-se, portanto, relevar aspectos suplementares através das respostas, sendo que isso pode surgir no momento de realização da entrevista, levando à questionamentos não previstos originalmente (MOREIRA, 2004, p.55).

O escopo fundamental de perguntas utilizadas nas entrevistas está anunciado na introdução desse trabalho, servindo como orientação para os questionamentos mais pertinentes ao mesmo, ou seja, quais metodologias e ferramentas são operativas para os casos selecionados. Entretanto, como já foi anunciado, quando da realização das entrevistas, novos questionamentos foram objetivados, no intuito de melhor compreender dinâmicas operantes de antecipação do devir.

Procurou-se, assim, a realização de entrevistas com alguns atores-chave no processo de identificar e interpretar a relevância de aspectos correspondentes aos princípios centrais dessa investigação. Entende-se que essa modalidade de entrevistas pôde dar subsídios para encontrar respostas às proposições levantadas nesse estudo, bem como, auxiliar na constituição de um modelo mais preciso, que retúna as etapas propostas para a metodologia que se está constituindo.

3.1 RELAÇÕES ENTRE A METODOLOGIA PROPOSTA E PERSPECTIVAS MACROSSOCIAIS

Para iniciar essa fase do estudo, parte-se de algumas considerações apontadas em entrevista realizada em dezembro de 2009 com a socióloga argentina Susana Saulquin. Saulquin, dentre outras atividades, desenvolve projetos junto a instituições e empresas, sendo seu trabalho com tendências – intitulado de *Perspectivas Macrossociais* – um dos ramos de desenvolvimento de seu olhar amplo a partir da moda para a sociedade.²¹ Saulquin, a partir da orientação de seu trabalho como Perspectivas Macrossociais, busca relacionar desdobramentos de macro-conceitos a imagens, coletadas em diversos contextos de fruição. Esses desdobramentos visam relacionar o devir sociocultural a projeções, em períodos longos de desenvolvimentos de sentidos (de três a cinco anos).

Saulquin também é a curadora intelectual do *Proyecto Por La Calle*, projeto que possui subsídios governamentais destinados a partir do *Observatorio de Tendencias do Instituto Nacional de Tecnología Industrial* (INTI, com sede em Buenos Aires, Argentina), e subsídios de instituições não-governamentais, como a *Fundación Pró-Tejer*, também com sede em Buenos Aires. O projeto, iniciado no ano de 2005, visa transformar a Argentina em um país gerador de tendências para o design de moda, sendo essa perspectiva embasada na

²¹ Algumas informações sobre Saulquin estão disponíveis no endereço eletrônico: <<http://www.susanasaquin.com.ar/homess.htm>>.

grande quantidade de designers e empresas que investem no caracterizado *diseño de autor* como forma de constituir novos sentidos.²²

Desse modo, uma das questões levantadas procurou compreender como é possível identificar sensibilidades emergentes no meio social, ou seja, como a entrevistada busca identificar essa premissa, de modo a construir relações com sinais que levem a constituição de tendências para o design de moda. Saulquin argumentou que, para cumprir tal feito, é preciso exercer o alerta dos sentidos, visto esses serem interfaces com mundo constituído.²³

Encontra-se ligação entre essa perspectiva e considerações tecidas por Flusser, visto que os sentidos, portanto, podem auxiliar a identificar fenômenos operantes. Segundo o teórico:

[...] o mundo dos fenômenos, tal como percebemos com nossos sentidos, é uma geléia amorfa, e atrás desses fenômenos encontram-se ocultas as formas eternas, imutáveis, que podemos perceber graças à perspectiva supra-sensível da teoria. A geléia amorfa dos fenômenos (o "mundo material") é uma ilusão, e as formas que se encontram encobertas além dessa ilusão (o "mundo formal") são a realidade, que pode ser descoberta com o auxílio da teoria. E é assim que a descobrimos, conhecendo como os fenômenos amorfos afluem às formas e as preenchem para depois afluírem novamente ao informe (FLUSSER, 2007, p.24).

Obviamente, Flusser ressalta a importância de uma teoria que permita organizar, em suas palavras, a *geléia amorfa* que constitui os fenômenos. Para tanto, vale utilizar a resposta dada por Saulquin quando questionada sobre que tipo de método poderia auxiliar a organizar o que os sentidos percebem. Para a socióloga, realizar tal feito corresponde a desconstruir fenômenos – em suas palavras, acontecimentos – para voltar a construí-los, sendo que, utilizando-se esse método, é possível que se identifique tendências no processo.²⁴

Retoma-se, assim, a perspectiva que, para chegar até a essência do que está sendo comunicado através dos códigos, ou seja, dos sinais emitidos por várias esferas de geração de cultura, é preciso decompor estruturas – discursos – chegando até as unidades dialógicas que compõe um discurso, potencializando novas construções e sentidos, a partir da configuração de interrelações entre as mesmas.

Assim, foi questionado à socióloga se a premissa de existência de diálogos entre áreas de representação simbólica – como arte, arquitetura, cinema, dentre outras – pode auxiliar na

²² Mais informações sobre o projeto podem ser conferidas no site: <<http://www.lacalle.com>>.

²³ A tradução da reprodução de resposta de saulquin é livre, ou seja, da autora : Eu erio que existe metodologia que se possa usar, primeiro acredito que uma metodologia é a partir de um alerta dos sentidos, quero dizer, os sentidos são interfaces entre o mundo e a exterioridade.

²⁴ A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora: [...] porém, necessitas desconstruir para voltar a construir, para detectar tendências dentro do processo.

constituição de tendências para o design de moda. Sobre isso, Saulquin argumentou que a função da arte é como a função do luxo, portanto, de uma transformação espiritual. A arte, para tanto, busca a vivência de uma transformação do espírito em alerta, ajudando a compreender a essência da sociedade, das idéias e do que passa no mundo. Para Saulquin, a arte não é algo intelectual puramente, mas algo vivenciado, que ajuda a compreender novas realidades, nos transformando. Porém, isso não acontece só com esse campo de conhecimento, também acontece com a arquitetura, e isso permite uma leitura de certos fenômenos.²⁵

Nesse sentido, questionou-se à socióloga como pode se dar, em primeiro lugar, uma forma de observação dos fenômenos operantes no meio social e, em segundo lugar, um meio de perceber o diálogo que existe entre os mesmos. A resposta de Saulquin foi a seguinte:

[...] eu creio que outra metodologia interessante, nas tendências, é cruzar o diacrônico com o sincrônico, então você vai fazendo uma leitura permanente entre a diacronia e a sincronia, intercalando cada momento, o diálogo entre o diacrônico e o sincrônico é extremamente interessante. É uma metodologia que eu emprego para poder entender-me, [...] pois permanentemente trabalhar com ciclos, [...] como posso te dizer, segmentos de ciclos diacrônicos, porém estes segmentos cíclicos, eu vou colocando com o que ocorre no contexto, e entre as duas coisas me dá a leitura da evolução e me permite prever o que vai acontecer.²⁶

Questionou-se à socióloga se isso poderia ser entendido como uma leitura helicoidal, portanto, de modo anacrônico e cruzamento sincrônico, ao que a mesma respondeu que sim. Desse modo, é possível entender que os sinais emitidos no presente, que podem ser identificados e associados de modo a levar à constituição de tendências, podem estar construindo correspondência com fenômenos já ocorridos, portanto, com ressignificações de uma mesma ideia – uma mesma unidade dialógica fundamental - sendo articulados através de outros fragmentos textuais. Essa perspectiva liga-se com o que Flusser considera acerca da comunicação através do espaço/tempo, permitindo formas de entendimento de uma linearidade textual que visa estabelecer mecanismos de troca – mediação. Para o teórico:

Cada diálogo pode ser considerado uma série de discursos orientados para a troca. E cada discurso pode ser considerado parte de um diálogo. Por exemplo, um livro científico pode, isoladamente, ser interpretado como um discurso. No contexto de outros livros, ele pode ser interpretado como parte de um diálogo científico. E,

²⁵ A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora: [...] a função para mim da arte, é como a do luxo em transformar espiritualmente, é uma transformação espiritual. A partir da arte busca uma vivência de transformação de espiritual em alerta para compreender muito mais as essências. As essências da sociedade, as essências das idéias e do que passa no mundo.[...] o bom da arte é que não é algo intelectual puramente, mas sim é algo muito vivenciado onde te leva a ir trabalhando e compreendendo as novas realidades, mas isso não ocorre só com a arte, a arquitetura por exemplo, me permite a leitura, por exemplo, vamos supor, tudo o que estava acontecendo em Dubai, a arquitetura de Dubai tão enloquecida e tudo mais [...].

²⁶ A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora.

considerando de uma distância ainda maior, pode ser compreendido como parte de um discurso científico que flui desde a Renascença e que caracteriza a civilização ocidental (FLUSSER, 2007, p.97).

Nesse interim, para chegar até o teor fundamental da ideia, ainda que auscultada no momento atual – para utilizar termos tecidos por Bakhtin acerca da análise do dialogismo na obra de Dostoiévski – parece pertinente perceber as pontes relacionais que existem não apenas entre distintas unidades dialógicas, mas também em tempos diferentes. Esse raciocínio associa-se à proeminente função da intertextualidade como forma de construir sentido entre diálogos através de textos de modo anacrônico ou sincrônico.

Para exemplificar essa leitura anacrônica, pode-se utilizar como exemplo as prerrogativas que fundamentaram a *Anti-Arte*, relativa ao movimento dadaísta, e a *Anti-Moda*, relativa ao movimento *Punk*. O fato é que, em ambos os casos, os signos constitutivos de algumas formas de representação – obras de arte, no caso dos dadaístas, e indumentária, no caso dos *punks* – serviram para comunicar o teor de subversão que embasava tanto preceitos estéticos, como comportamentais. O fator de distração, apontado por Benjamin (1994) como algo que passou a atuar no campo da arte com o advento da reproduzibilidade, foi utilizado de modo a criar um desconforto àqueles que não compartilhavam da ideia que fundamentava ambos coletivos – visto que, a princípio, os dois casos se caracterizavam como coletivos de indivíduos unidos em torno de uma mesma ideia, um texto centralizador.

Consoante Benjamin:

Na realidade, as manifestações dadaístas asseguravam uma distração intensa, transformando a obra de arte no centro de um escândalo. Essa obra de arte tinha que satisfazer uma exigência básica: suscitar a indignação pública. De espetáculo atraente para o olhar e sedutor para o ouvido, a obra convertia-se num tiro. Atíngia, pela agressão, o espectador (BENJAMIN, 1994, p.191).

Para cumprir tal desígnio, expoentes dadaístas se utilizavam de materiais ordinários para compor suas obras, subvertendo a relação entre criador e obra. Um dos exemplos operativos dessa dinâmica é a obra *A Fonte* (1917), de autoria de Marcel Duchamp (1887-1968), que se caracteriza pela utilização de um urinol como meio de expressar a subjetividade do artista. Essa obra serviu para caracterizar preceitos dadaístas, comunicando, ao público em geral, o teor de subversão de valores estéticos, artísticos e morais proposto pelo movimento.



Ilustração 1: Obra
Fonte: Marcel Duchamp (1917)

Essa perspectiva era o cerne da chamada *Anti-Arte*, e a constituição de artefatos artísticos a partir da utilização de materiais ordinários acabou permitindo ressignificações dentro do campo da arte, sendo esse princípio utilizado posteriormente pelos artistas Pop, que, segundo Smith (2000), se auto intitulavam *neodadaístas* (SMITH apud STANGOS, 2000).

Decompondo a estrutura, configurada como artefato artístico pelas mãos de Duchamp, é possível chegar à ideia de ligação entre os dadaístas, portanto, a unidade dialógica que fundamentou o discurso que os unia enquanto coletivo criativo. Essa ideia era a subversão de valores culturais instituídos, e os artefatos configurados pelos expoentes desse movimento visavam comunicar esse preceito de várias formas.

A *Anti-Moda*, relativa ao Movimento *Punk*, acabou também servindo como forma de suscitar a indignação, e a composição da indumentária, relacionada a indivíduos desse movimento, se dava a partir da utilização de materiais oriundos do lixo industrial e urbano, unindo elementos de modo a subverter os valores estéticos e formais do período, provocando o choque com linguagens representativas instituídas.

Porém, a forma de representação simbólica que tomou o Movimento *Punk* conhecido no mundo ocidental foi música, sendo a estética caracterizada pela indumentária algo assumido a *posteriori*, como forma de traduzir, utilizando uma outra plataforma representativa, os princípios de ligação entre os indivíduos que compunham esse coletivo urbano.

Segundo Galvão e Kastilhos:

[...] grupos de roqueiros londrinos, frustrados com os sistemas de tradição cultural inglesa, apareceram em cena em janeiro de 1976 [...]. Pretendendo inverter os valores das elites dominantes, os punks ao invés de se apresentarem no palco [...] misturavam-se à audiência, e ao invés de tocar e cantar, gritavam, cuspiam e profanavam imagens religiosas daquela cultura (GALVÃO; KASTILHOS, 2003, p.185).

Sete décadas separaram os movimentos, porém, a ideia – a subversão dos valores culturais vigentes, seja no campo das artes, seja no meio social para, por fim, atingir a moda – servem de modo a construir ligações entre os fragmentos textuais representativos de ambos os movimentos. A subversão, nesse contexto, caracteriza-se como sensibilidade emergente entre os indivíduos que compunham cada um dos coletivos, sendo representada através de artefatos específicos a cada um dos mesmos. Portanto, é outro nível de ligação entre as linguagens pertencentes a esses campos: a forma como os dois movimentos buscaram substituir necessidades latentes, originadas devido a fenômenos operantes no momento em que cada coletivo foi organizado, objetivando comunicar os mesmos através do apelo simbólico constitutivo dos artefatos mencionados.

No caso dos dadaístas, os signos de subversão, constitutivos de artefatos artísticos, estavam embasados na perspectiva de tangibilizar o descontentamento com as políticas sociais, econômicas e governamentais do período pós 1º Guerra Mundial, privilegiando a luta contra os estereótipos e delírios morais daquele período. Política, fé e arte foram questionadas em seu cerne:

Dadá visou destruir as razoáveis ilusões do homem e recuperar a ordem natural e absurda. Dadá quis substituir o contra-senso lógico dos homens de hoje pelo illogicamente desprovido de sentido.[...] As filosofias têm menos valor para Dadá do que uma velha escova de dentes abandonada [...]. Dadá é a favor do não-sentido, o que não significa contra-senso. Dadá é desprovido de sentido como a natureza. Dadá é pela natureza e contra a arte. Dadá é direto como a natureza. Dadá é pelo sentido infinito e pelos meios definidos (ARP APUD ADES apud STANGOS, 2000, p.101).

Já os *punks* buscaram mostrar sua indignação com o sistema político, econômico e social vigentes na década de 1970, primeiramente, em alguns países do hemisfério Norte e, mais precisamente, em solo britânico. Desse modo, a estética assumida através da indumentária, e de elementos como maquiagem, corte de cabelo, etc, possibilitava o reconhecimento das condições precárias a que uma determinada classe social estava submetida. Segundo Morais e Portinari:

A ausência de futuro, a desesperança, o desemprego, as condições inóspitas de vida, a política de desestatização de *Thatcher*, entre outros fatores que os destituíram de boa parte dos serviços públicos que dispunham, fizeram desses jovens, em sua maioria oriundos de classes trabalhadoras do subúrbio, estabelecessem nos arredores de uma loja de artigos sadomasoquistas, situada num região que não dispunha da

prosperidade que as demais regiões de *Chelsea* ofereciam, lugares de sociabilidade, onde poderiam subverter, exteriorizar sua sensação de estagnação e exílio social (MORAIS, PORTINARI, 2006, p. 81).

Portanto, as transformações e condições inerentes ao meio social em ambos os períodos acabou gerando artefatos que visavam construir mediações simbólicas entre os indivíduos e a sensibilidade que os unia – o texto centralizador, a unidade dialógica fundamental: a subversão de aspectos culturais instituídos. A construção de diálogos que permitem a configuração de sentido entre as formas de representação objetivadas para efetivar essa prática nos dois movimentos, acabou levando às ressignificações engendradas após a ocorrência dos mesmos, visto que ambos acabaram oferecendo meios de renovar o discurso instituído pelo sistema, seja em nível sociocultural, seja da arte ou da moda. Nesse sentido, além de uma leitura de modo anacrônico, portanto, uma leitura que permita construir uma narrativa através de fragmentos textuais relativos a períodos distintos, também é possível realizar uma leitura de modo sincrônico, principalmente no caso dos fragmentos textuais (artefatos constituintes) relativos ao discurso inaugurado pelo Movimento *Punk*, que permitiu a configuração, no sistema da moda, de significações até os idas atuais, visando recodificar os códigos de subversão no intuito de oferecer interpretações destituídas do sentido primevo que as caracterizou.



Ilustração 2: Coleção Seditious de Vivienne Westwood, 1976
Fonte: MENDES; DE LA HAYE (2003)



Ilustração 3: Look de Zandra Rhodes lançado na década de 1980
Fonte: MENDES; DE LA HAYE (2003)

A imagem relacionada a Coleção Seditious (1976), um design de moda de autoria da estilista inglesa Vivienne Westwood, mostra as primeiras representações da subversão punk em artefatos de moda. Já a imagem de Zandra Rhodes (década de 1980), ilustra como os códigos que comunicavam a subversão circunscrita ao movimento foram sendo reinterpretados, servindo para ressignificar artefatos direcionados ao seletivo círculo de usuários de alta-costura internacional. Portanto, como o texto centralizador relativo ao universo *punk* serviu para embasar um discurso amplificado, desprovido do teor comunicacional original, já transformado e recodificado, operando novas trocas simbólicas. É, também, um bom exemplo de como o movimento *Bubble Up* opera no sistema da moda: elevando o discurso gerado à margem do sistema em nome de inovações de significados para as altas esferas que compõe esse sistema.

O exemplo também serve para embasar como a inovação de significados pode ocorrer em um sistema instituído, visto que, segundo Caldas (2004), quem poderia esperar que nesse período – década de 1970 – pudesse surgir uma estética tão diferente da operante, que era embasada por características étnicas diversas, reverberando aspectos comportamentais instituídos a partir do final dos anos 60 (CALDAS, 2004, p.49).

Os arranjos signícos constitutivos dos artefatos de design de moda de Westwood serviram para romper com paradigmas estéticos e formais instituídos pelo sistema, possibilitando que outras combinações entre fragmentos textuais fossem engendradas no futuro, ainda que desprovidas do sentido inerente à unidade dialógica fundamental que serviu de mediação simbólica entre a designer, os artefatos de sua autoria e o meio sociocultural: a subversão.

Esse exemplo também mostra a importância de observar as ocorrências socioculturais operantes, sendo esse um meio de identificar sinais que possam auxiliar na constituição de tendências, contribuindo, inclusive, para a construção de uma correlação entre os apontamentos metodológicos feitos por Saulquin e a utilização da intertextualidade como um conceito operador, uma ferramenta ativa no cumprimento da metodologia que se está propondo nesse estudo. Desse modo, nota-se a complementaridade que existe na prerrogativa de realização de observações de contextos concretos, ou não concretos, no sentido de perceber o nível relacional entre indivíduos e artefatos (cultura material), de modo a efetivar uma análise que permita localizar a unidade dialógica fundamental que liga essas relações, servindo como vínculo de mediação simbólica para a construção de novos sentidos. Portanto, a complementaridade existente entre a ferramenta de observação de contextos de fruição (anunciadas anteriormente: etnografia e netnografia), e o estatuto analítico intertextual.

Sobre como Saulquin elege o que é importante observar para identificar sinais de transformações operantes, que potencialmente constituam tendências, a socióloga propôs a seguinte formulação:

Acontecimento 1: eu coloco num pedacinho da minha cabeça, um acontecimento, um choque, um barco que se mexe, uma modelo que se move na passarela. Quando acontece pela segunda vez, isso pode ser uma casualidade ou não, um acontecimento ou não, mas quando ocorre pela terceira vez, esse é um acontecimento poderoso. Isso é uma metodologia. É a repetição em três: a primeira vez o acontecimento, a segunda pode ou não ser uma coincidência, a terceira é tendência.²⁷

²⁷ A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora.

Para a socióloga, essa forma de observação leva às *chaves*, que podem também ser entendidas como os conceitos ativos e presentes, que visam gerar categorias relacionais, portanto, que possuem uma aproximação íntima com o funcionamento da pesquisa *Blue Sky*, ferramenta também anunciada anteriormente e que faz parte do escopo metodológico que se busca construir nessa investigação.

Nesse sentido, está-se considerando que um acontecimento – um fenômeno e a forma como o mesmo pode ser substituído por códigos – serve de modo a circunscrever aspectos relacionais, levando a uma leitura de algo emergente (uma sensibilidade). Sobre essa perspectiva as considerações de Foucault mostram-se esclarecedoras:

Pode-se, creio eu, isolar outro grupo de procedimentos. Procedimentos intemos, visto que são os discursos eles mesmos que exercem seu próprio controle; procedimentos que funcionam, sobretudo, a título de princípios de classificação, de ordenação, de distribuição, como se se tratasse, desta vez, de submeter outra dimensão ao discurso: a do acontecimento e do acaso (FOUCAULT, 2008, p.21).

Portanto, pode-se considerar que um acontecimento seja uma forma de perceber os vínculos relacionais entre uma ideia e o contexto sociocultural, a saber: classificação, ordenação, distribuição. O acaso, relacionado pelo filósofo, mostra-se como forma de mudanças operarem, permitindo que se cumpram as etapas estabelecidas para a configuração de um discurso. Portanto, um acontecimento (um fenômeno) é também um meio de delimitar relações estruturais.

A partir dessas considerações, questionou-se à socióloga se as tendências surgem dos indivíduos, visto esses poderem ser considerados como autores textuais ativos, ou, nas palavras de Foucault: “[...] o autor como princípio de agrupamento do discurso, como unidade e origem de suas significações, como foco de sua coerência” (FOUCAULT, 2008, p.26); ao que Saulquin respondeu que também surgem das pessoas em sociedade, do indivíduo em grupo.²⁸

Nesse sentido, foi considerado qual o nível de importância da realização de observações de espaços urbanos para a identificação de indícios de mudanças significativas, no sentido de perceber supostas interconexões, ou interrelações, que possam estar sendo constituídas entre os indivíduos e os artefatos nesse ambiente. Para tanto, Saulquin apontou um exemplo:

²⁸ A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora. Eu te diria também que surge das pessoas em sociedade [...]. Do indivíduo em grupo.

Eu vou te dar um exemplo banal, que vai marcando para onde vai as ideias e para onde vai a sociedade. Há quase 30 anos os bebês, as mães levavam eles num carrinho, sendo que os bebês estavam olhando para as mães, contato visual com a mãe. Logo apareceu a civilização da imagem, e aconteceu mudanças e os bebês passaram a olhar para o mundo. A doze anos isso vem mudando novamente, e se deram conta que os bebês se acalmam e estão muito mais tranquilos porque necessitam ver a sua mãe, e não estar em contato o tempo todo com o mundo. Ou seja, existe como uma transição, a não acumulação de acontecimentos, porém sim a vivência de uma relação muito forte e social com a mãe. Assim o bebê volta a mudar para o simples, sendo que o carrinho aponta a uma tendência social. Eu me fixo nisso, nestas coisas, os objetos o que fazem e traduzir as necessidades do momento social. O que acontece é que tens que estar muito atenta para se dar conta que este simples detalhe de dar volta é o que vai vir como tendência.²⁹

Demonstra-se, através do exemplo proposto pela socióloga, a perspectiva de mediação simbólica através dos artefatos, e retoma-se a importância de observação de contextos de geração de cultura para identificar sinais que sirvam para a configuração de uma narrativa – uma tendência.

Considera-se novamente, nesse momento, os apontamentos feitos por Augé, para quem os objetos (tratados como artefatos nesse estudo), possuem uma dupla obrigação, visto que operam como meios de desenvolvimento cultural do homem e, além disso, permitem mediar relações que extrapolam o contexto verbal, desdobrando possibilidades de entendimento tácito entre os indivíduos: “de esta forma, todos los objetos corrientes, en la medida en que son el medio para una relación entre personas, también son simbólicos por este concepto”³⁰ (AUGÉ, 2001, p.106).

O que ressalta, nessa análise, é a importância de utilização da observação como forma de objetivar um recorte na realidade, levando para a geração de hipóteses de trabalho, que servirão como vínculos entre o que está sendo observado – a cultura material e a mediação simbólica inerente à mesma – e a construção de diálogos entre áreas de representação simbólica (a partir de seus códigos constitutivos, que cumprem o designio de substituição de fenômenos, de acontecimentos). Aprimorar os sentidos para engendrar tal tarefa, que, segundo Saulquin, caracteriza-se como um meio de exercitar a atenção, pode associar-se a percepção da fluidez criativa (dionisiaca) entre os indivíduos, levando à identificação de uma ideia, algo

²⁹ A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora.

³⁰ A tradução de Augé é livre, ou seja, da autora. Desta forma, todos os objetos corrientes, na medida em que são o meio de relação entre pessoas, também são simbólicos por esse conceito.

anteriormente apontado nesse estudo através de considerações relevadas a partir de Nietzsche e Bakhtin.³¹

Nesse sentido, perceber sensibilidades emergentes é observar relações interpessoais, objetivando relevar, através de características comportamentais ativas – que podem se desdobrar em contextos de geração de cultura, como ambientes urbanos, por exemplo - o estado do imaginário coletivo no presente, ainda que circunscrito a um fenômeno ordinário como um carrinho de bebê e sua posição em relação à mãe.

A iminência de observação desses acontecimentos pode levar ao teor de ruptura com certos paradigmas culturais estabelecidos, repercutindo as análises construídas quando da leitura anacrônica engendrada entre *Anti-Arte* e *Anti-Moda*.

Saulquin mais de uma vez, frisou a importância de constituir leituras dos acontecimentos para trás ou para a frente, visto novos, e mais importantes fenômenos, estarem comunicando sinais de tendências no momento presente.³²

Trata-se, pois, de uma forma de ler e interpretar sinais correntes, e isso reverbera considerações tecidas por Flusser sobre formas de olhar, e compreender, as coisas:

Outra maneira de olhar as coisas, do ponto de vista formalístico, é encetar os processos como dimensões das coisas. O primeiro método de olhar as coisas as decompõe em fases (é um método diacrônico). O segundo método reúne fases e formas (é um método sinerônico) (FLUSSER, 2007, p. 123).

Diacronia e sincronia: leituras através e leitura linear. Essa forma de construir um raciocínio estruturado, que permita a atuação de artefatos: uma narrativa, um cenário; parece ser algo inerente aos profissionais que visam constituir tendências, portanto, aos indivíduos que aplicam isso de modo prático. Nota-se a objetivação de um método que visa compreender o que está sendo comunicado pelos artefatos, no intuito de chegar até a ideia que embasa um determinado arranjo signico, que consiste em um texto em si. A intertextualidade, a partir do embasamento teórico oferecido pelo dialogismo, permite a efetivação dessa prerrogativa, indo ao encontro da unidade dialógica fundamental – a sensibilidade que emerge do meio social, portanto, a ideia fluida que relaciona indivíduos e se desdobra em plataformas

³¹ Essas considerações estão assim relacionadas nesse trabalho: Retoma-se, aqui, a perspectiva de sublimação do *ânima* fluido que vincula formas de representação simbólica, caracterizado por Nietzsche como a potência do desejo relativa aos indivíduos, e por Bakhtin como a ideia, verdadeira heroína na obra de Dostoiévski (BAKHTIN, 2008, p.25).

³² A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora. Agora há acontecimentos mais importantes, que estão constituindo como tendências, outras e devem ser usadas como um alerta muito forte em teus sentidos, diacronia para trás ou para a frente [...] e sincronia das tendências, isso é uma metodologia, é uma forma de permanentemente analisar os acontecimentos.

de projeção: artefatos. A observação do meio sociocultural é o ponto de partida para engendrar tal tarefa, segundo Saulquin, e o recorre na realidade – a escolha por áreas de atenção, por áreas de representação simbólica de acontecimentos (fenômenos sociais operantes), por artefatos que visem construir mediações simbólicas entre o texto centralizador e os indivíduos – uma forma de eleger estruturas que possam ser decompostas, levando a composição de outras estruturas, engendrando novos sentidos.

Segundo Flusser (2007), essa perspectiva associa-se a necessidade do homem contemporâneo de criar ilusões através dos códigos, portanto, de ludibriar uma existência sem sentido, fadada a fíntide, à morte (FLUSSER, 2007, p.60-91).

Para tanto, um artifício é a geração de mundos alternativos, que podem, a preceito desse estudo, ser entendidos como cenários. Nesse sentido, a constituição de tendências não apenas atende a perspectiva de gerar caminhos para o desdobramento de estratégias projetuais, potencializando prever o devir cultural de modo a oferecer meios de construção de canais de comunicação (substituição, mediação) não verbal entre artefatos de design de moda e indivíduos. Também permitem cumprir a função de proporcionar espaços alternativos de desenvolvimento de relações, seja entre indivíduos e artefatos, seja entre artefatos e empresas/organizações, seja entre todas essas esferas que compreendem a complexidade de um sistema institucionalizado: do sistema da moda. Consoante Flusser, “antes, o objetivo era formalizar o mundo existente; hoje o objetivo é realizar as formas projetadas para criar mundos alternativos” (FLUSSER, 2007:31).

Para cumprir essa tarefa, Saulquin aponta a importância de uma mente questionadora, que não releva a realidade como fatos pré-determinados, mas que busque ir além do que está sendo comunicado na superfície, de modo a encontrar o sentido íntimo entre as relações engendradas, sendo esse um meio pelo qual é possível construir novos sentidos, novos significados.³³

Buscando compreender se essa relação pode ser objetivada a partir da leitura, e interpretação, das relações que se desdobram em coletivos específicos – micro ambientes relacionais – organizados no ambiente urbano – *tribos urbanas* – Saulquin respondeu que sim,

³³ A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora: [...] tens que estar com a mente permanentemente aberta aos estímulos, a tudo o que está acontecendo, e ter uma atitude de criança de três anos [...] Tudo o que você vê, pedir o “por que”, nada é pré determinado ou pré digerido. Uma resposta automática não existe na tendência. Isso eles tem que entender e suspender tudo que está automático, e estar permanentemente questionando, é uma personalidade questionadora, aquele que sabe as tendências. Porque está questionando a sociedade, para poder ver como está a transição e porque a sociedade vai mudando [...].

isso é possível, principalmente no tocante a inovação social. Entretanto, também considerou a importância de assumir uma postura cuidadosa quando dessa empreitada, visto que existem tribos que realmente estão apontando para o novo, assim como algumas que desenvolvem linguagens representativas para corresponder à efemeridade dos ciclos da moda.³⁴

Recupera-se, aqui, a importância das comunidades criativas como meios de engendrar inovações sociais, algo anteriormente apontado como dinâmica relacional de *baixo pra cima*, através de considerações tecidas por Manzini (2007).

Segundo adiante na entrevista, Saulquin novamente ressaltou a importância de empreender diacronia e sincronia entre os acontecimentos, relacionando isso como uma metodologia eficaz para a leitura dos sinais. Segundo ela, acontecimentos e a constituição de tendências, é o modo pelo qual é possível identificar quais sensibilidade estão emergindo no campo social. Além disso, também ressaltou a importância de relacionar os sentidos entre os acontecimentos e os artefatos, quando questionada se as tendências surgem dos indivíduos e voltam aos indivíduos, empregando um modo de leitura que busque o fundamento social que está sendo articulado, sendo os objetos uma forma de tangibilizar esse aspecto, formalizando o sentido que está sendo constituído em cada época.³⁵

Retoma-se, assim, a perspectiva de identificação do *espírito do tempo* a partir da efetivação de um escopo metodológico que permita a interpretação dos fenômenos operantes no campo sociocultural através de arranjos sógnicos constitutivos de artefatos, algo que converge para considerações tecidas por Caldas (2004), quanto às esferas de geração de cultura e a configuração do *l'air du temps* através da caracterização de artefatos relativos a diferentes áreas de representação e o comportamento social operante em um determinado período. Demonstra-se, novamente, a perspectiva de medição simbólica através dos artefatos, sendo essa uma pertinente forma de engendrar leituras que visem a identificação do devir cultural.

³⁴ A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora: Totalmente...penso que é bom ter cuidado para observar os grupos urbanos e ver como eles captam o que vai vir e ter cuidado para interpretar dentro dos grupos, das tribos, as tendências, as que são moda e as que são realmente autênticas.

³⁵ A tradução da reprodução da resposta de Saulquin é livre, ou seja, da autora: Estas acompanhando a metodologia? Porque tem uma metodologia, estás acompanhando ou não? A metodologia começa pelo diacronico e o sincronico, pela construção dos sentidos nos artefactos e pela leitura das formas...[...] E qual é a relação da tendência? Sociologicamente se diz que cada época tem um sentido e dá um sentido para o produto [...].

3.2. RELAÇÕES ENTRE A METODOLOGIA PROPOSTA E MACROTENDÊNCIAS

No sentido de encontrar maiores subsídios analíticos para corroborar a constituição de um modelo que reúna as etapas metodológicas propostas para a solução da problemática geradora dessa investigação, buscou-se também entrevistar indivíduos que trabalhem com a comercialização de tendências para o design de moda, e para outros campos de projeção de artefatos. Para tanto, realizou-se entrevistas semi-estruturadas com profissionais que atuam no escritório nacional da empresa de pesquisa de tendências intitulada WGSN³⁶, por entender que essa empresa, que se configura como um meio midiático de disseminação de informações, oferece plataformas de composição de tendências – narrativas – principalmente em nível macro, portanto, Macrotendências. As Macrotendências, apresentadas no endereço eletrônico da empresa, são elaboradas respeitando ciclos de dois anos de antecipação, sendo que, nesse período, sofrem análises que apresentam novos desdobramentos, permitindo que os clientes da empresa acompanhem o desenvolvimento dos aspectos primordiais de elaboração das mesmas.

Para analisar questões relativas à metodologia empregada pela empresa, foram entrevistadas duas pessoas, a saber Martina Pinho, *trend research specialist* (literalmente, especialista em investigação de tendências), e Andréia Bisker, *head of South America* (literalmente, chefe das operações na América do Sul). Ambas apresentaram formas de composição da metodologia utilizada pelos agentes que constituem o time de *experts* da empresa, permitindo formas de cruzar as informações coletadas com Saulquin, as proposições tecidas nesse estudo e as etapas processuais utilizadas pela WGSN na constituição de tendências de dois anos de desenvolvimento.

A WGSN é um empresa internacional, com sede em Londres, que atua no mercado de disseminação de informações de tendências para vários segmentos, sendo o design de moda um desses. Sua relação com o mercado é em nível global, e seus colaboradores se encontram em diversas partes do planeta. A informação disponível em sua plataforma de disseminação de conteúdo – um sítio de internet – é comercializada para empresas de portes distintos, e as

³⁶ Mais informações sobre o site podem ser coletadas no seguinte endereço: <http://www.wgsn.com/public/pdf/wgsn_pt.pdf>. O endereço, um arquivo em PDF, permite visualizar serviços oferecidos pelo site – que também pode ser considerado um birô de investigação – possibilitando o entendimento da complexidade de atuação das informações relacionadas ao mesmo.

operações engendradas no Brasil, segundo Bisker, correspondem a 5% do total de faturamento da empresa.

As entrevistas, realizadas no mês de setembro de 2009, permitiram compreender a importância de certos pressupostos já relevados nesse estudo. Nesse sentido, um dos questionamentos propostos às entrevistadas, consistiu em como o time de identificadores de sinais da empresa atua em busca do que é relevante para a constituição de tendências e, mais do que isso, em busca do novo. Desse modo, Pinho, respondeu o seguinte:

É difícil, e digamos assim, nem sempre o novo é interessante. O que acontece? Talvez algo antigo, que vem aparecendo mais, nos sinalize algo importante. Vamos supor, um movimento que eu posso ter visto ultimamente: “Yoga pela paz”, que mobilizou aqui, sei lá, 5 mil pessoas, não sei quantas mil pessoas, no Parque Ibirapuera, muita gente lá, 7 horas da manhã de um domingo. E yoga não é nada novo. O que é novo naquilo? Aquilo, a demonstração em massa, de todo tipo de classes sociais, etnias, ligadas ao yoga pela paz, que não é uma maratona, não é nada disto, é fazer silêncio, você não está ali de curioso, realmente estava lá com um propósito, mostra o que está acontecendo em São Paulo, entender? A gente precisa novo. O que começa com a atitude do consumidor na WGSN. Desde muito o consumidor. Tudo começa com a atitude do consumidor para ter um monte de pessoas lá, que é uma coisa eufórica, a gente nunca tinha visto isto em São Paulo. “Yoga pela paz”, via internet, existem... Sabe isto é uma coisa interessante na WGSN, porque isto está acontecendo?³⁷

Notam-se dois aspectos que convergem com a metodologia que está se propondo nessa investigação e, ao mesmo tempo, com os apontamentos relevados a partir de dados oferecidos por Saulquin. Primeiro: que a constituição de tendências – para a WGSN – parte da identificação de aspectos operantes no meio sociocultural, e que os mesmos estão associados a fenômenos vigentes (acontecimentos). Segundo, que a perspectiva do indivíduo – relevado na entrevista como o consumidor – é o vínculo de construção de análises de observações engendradas em contextos de geração de cultura, sendo essa a perspectiva que liga ao questionamento proposto no final da resposta dada: *porque isto está acontecendo?*

Nesse sentido, percebe-se uma preocupação em entender a relação entre os acontecimentos e o posicionamento do indivíduo – o consumidor, que, a preceito desse estudo, é visto como usuário. Associa-se a isso a potencial necessidade dos profissionais da empresa de encontrar o ponto de ligação entre estruturas (*por que isto está acontecendo?*) – fenômenos e indivíduos – ou seja, de compreender a ideia que flui e integra essas instâncias, portanto, qual a unidade dialógica fundamental que permitirá compreender o nível relacional operante, auxiliando na geração de narrativas posteriores – tendências – para a projeção de artefatos de moda.

³⁷ A resposta de Pinho está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

Mais adiante na entrevista, foi considerado à Pinho que as informações, disponibilizadas no *site* da empresa, são em nível *macro* e que, assim, extrapolam o campo da moda. Ao que a entrevistada respondeu que essa informação *macro* não é de moda, é de atitude de consumidor.³⁸

Dessa forma, novamente é possível perceber a importância do indivíduo no processo de constituição de tendências. Para a WGSN, a perspectiva do consumidor (do usuário, do indivíduo) é o ponto de partida de construção de considerações futuras sobre o *devenir* cultural e sua correlação com desdobramentos em artefatos.

Retorna-se aqui considerações construídas por Mafesolli (2002), para quem a observação do indivíduo e, principalmente, das relações entre indivíduos em grupos, podem levar ao entendimento dos usos e costumes que constituem os mesmos, como uma espécie de aura que envolve as relações, que não é consciente, sendo vivenciada sem a necessidade da verbalização (MAFESOLLI, 2002, p.127).

Ainda segundo o sociólogo, essa prática se caracteriza como um meio de estabelecer laços de afeição entre indivíduos: “essa nebulosa “afetual” permite compreender a forma específica assumida pela socialidade em nossos dias: o vaivém massas-tribos.” (MAFESOLLI, 2002, p.107).

Retorna-se a dinâmica de complementaridade existente entre os efeitos de disseminação *Bubble Up* e *Trickle Across* (ou, *peer-to-peer*), sendo ambos embasados em formas de introduzir novas perspectivas a partir da margem do sistema instituído, algo já relevado em capítulo anterior a partir de Treptow (2003), Barros e Moraes (2006) e Manzini (2007).

Para compreender melhor como funciona essa perspectiva na construção dos conteúdos que são comercializados pela empresa, foi questionado a Bisker como se relacionam indivíduos, fenômenos socioculturais operantes e artefatos, na configuração da metodologia empregada pela empresa. Também questionou-se a relação do campo da moda nessa perspectiva. Para tais apontamentos, a entrevistada relevou os seguintes aspectos:

Na verdade é muito simples. Eles tem estas grandes reuniões de *brainstorming*, se reúnem duas vezes por ano e aí durante duas semanas cada um dos editores chefes... Vocês já viram a WGSN? Então, você tem lá varejo, você tem rua, temos lá a *graphics* que são ilustrações, você tem *business*, tecnologia, ciências. Eles vão nos principais encontros do mundo inteiro. Aí os editores chefes, junto com esta equipe, fazem um grande resumo do que eles viram nos últimos 4, 5, 6 meses. Aí eles

³⁸ A resposta de Pinho está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

trazem para os cabeças do WGSN, que é o coração, o tanque de idéias, *trends*, que é o diretório que está logo abaixo digamos na cadeia do *time*, é um ou dois anos de antecedência, hoje cada vez menos[...] Esta turma absorve esta informação e ela entra num segundo processo que é botar esta informação na mesa, na parede, no chão, no teto, então entender onde estão as diferenças, os padrões, ou as semelhanças[...] E aí aparentemente não tem nenhum sentido, onde estas pessoas que são observadoras, na maioria designers... A WGSN não tem sociólogos, psicólogos, tem psicólogos talvez [...] Então é um entendimento interessante. É muito intuitivo, na minha percepção. Aí eles começam a costurar o que para eles começa a ser o tal do *zeitgeist* que é o espírito do momento. [...] O que reflete, e o que na concepção deles vai influenciar, o consumo vai influenciar as pessoas, o mundo, e descartam aquilo que não foi tão forte assim [...]”³⁹

Nota-se, nas considerações construídas pela entrevistada, uma aproximação com alguns apontamentos já configurados anteriormente nesse estudo. Primeiro, que várias são as plataformas de mediação simbólica observadas – como *graphics*, *business*, tecnologia, ciência – o que leva ao entendimento das diferenças, semelhanças e padrões, ou seja, o que converge para a identificação dos diálogos existentes entre distintas áreas de representação simbólica. Segundo, que o método conta com a colaboração de vários *experts* – que podem, a preceito desse estudo, serem considerados projetistas, visto que estão buscando projetar soluções a um *briefing* inicial: qual a próxima Macro-tendência (ou, Macro-tendências) a ser configurada pela empresa e, posteriormente, comercializada a seus clientes? Esse é um aspecto inerente a fase metaprojetual relativa ao Design Estratégico, o que potencializa o entendimento do nível de pesquisas que pode ser engendrado nesse momento de um projeto. Para tanto, esses *experts* realizam seções de *brainstorm*, de modo a iniciar a construção de suas considerações para o desenvolvimento de *trends* (*macro-trends*). A realização dessas seções de *brainstorm* é algo que já foi considerado como pontual, podendo constituir um dos passos para o desenvolvimento da pesquisa *Blue Sky*⁴⁰, segundo apontamentos construídos no capítulo anterior a respeito dessa perspectiva. Ou seja, existe uma aproximação com a metodologia empregada pela empresa e ferramentas apontadas por esse estudo. Terceiro, que o *alerta dos sentidos*, algo amplamente apontado por Saulquin como importante para a identificação de acontecimentos (fenômenos), que levem à identificação de sinais e que permitam a configuração de uma tendência, é algo que também se efetiva pela equipe de profissionais ocupados em elaborar as tendências para a WGSN, sendo essa uma forma de perceber o *zeitgeist* que se engendra, ou seja, o *espírito do tempo* que se desenha.

³⁹ A resposta de Bisker está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.
⁴⁰ Conforme já foi abordado, a pesquisa *Blue Sky* pode empregar a realização de *brainstormings* e discussões com os envolvidos em um projeto para a elaboração dos conceitos-chave e das categorias projetuais que nortearam a busca por estímulos criativos (SCALETSKY; PARODE, 2008, p.3).

O ponto de partida para a construção desse raciocínio, da antecipação do devir cultural de modo a oferecer desdobramentos para estratégias de projeção de artefatos de áreas distintas, realiza-se, para a WGSN, a partir do mundo constituído, portanto, do que Flusser (2007) também considera como uma outra faceta da cultura: “o mundo da ‘cultura’, das coisas disponíveis (*zuhanden*), informadas” (FLUSSER, 2007, p. 60).

A metodologia empregada por esses profissionais parece respeitar uma dinâmica sincrônica, ou seja, uma leitura por entre distintas áreas de medição simbólicas, em um mesmo *tempo*. Porém, o resultado visa efetuar a perspectiva anacrônica, permitindo que as informações compiladas sejam cruzadas em um período de até dois anos além do momento de relevância das informações.

Sobre a importância do campo da moda em tal empreitada, algo que não ficou exatamente claro nas considerações anteriores, Bisker argumentou o seguinte: “o principal, o carro chefe da WGSN, o posicionamento, é muito partindo da moda para entender o comportamento de expressão sociocultural”⁴¹.

A perspectiva que ressalta dessa argumentação mostra a importância do campo da moda como plataforma de mediação simbólica entre fenômenos socioculturais e indivíduos. Existe uma relação de convergência que é relevada, e essa relação, para a empresa, parte do campo da moda para poder desenhá-lo e partir para outras áreas de projeção.

Em outro momento da entrevista, Bisker apresentou como essas informações são transformadas em uma tendência, portanto, em uma narrativa que possibilite relacionar unidades dialógicas percebidas a partir da observação de certos acontecimentos – fenômenos – e suas possíveis configurações em representações simbólicas, orientadas segundo um texto centralizador, uma ideia.

Nesse momento, a entrevistada relatou como foi a composição de uma das três Macro-tendências direcionadas ao inverno 2010 pela WGSN, intitulada *Nice!*⁴². Para tanto, a equipe de *experts* da empresa iniciou suas considerações a partir de uma exposição de fotografias que aconteceu na Palestina, que mostrava pessoas de diferentes raças e credos compartilhando as mesmas funções de trabalho. A exposição buscava ressaltar o que havia de comum entre essas pessoas, independente dos conflitos milenares que as dividem

⁴¹ A resposta Bisker está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

⁴² Mais informações sobre essa Macro-tendência objetivada pela equipe de *experts* da empresa WGSN podem ser encontradas nos seguintes endereços eletrônicos: <<http://blog.ontequando.com/moda/2009/01/wgsn-conta-segredos.html>> e <<http://lhusas.detraco.com.br/video/9-tendencia-de-inverno-2010-wgsn-nice-leg>>.

ideologicamente. Isso foi ressaltado como os primeiros sinais na composição dessa tendência, ao que, após, foi associado o acontecimento de um garoto que ficou milionário por ter resgatado uma receita de geléia de sua avó e, também, a aspectos relativos a um coletivo de idosos que se encontrava para produzir peças de tricô, bem como, outras manifestações que buscam revelar aspectos comportamentais latentes, que vão desde representações artísticas até outros meios de comunicar os preceitos de orientação que embasaram o raciocínio da Macro-tendência *Nice!*

Realizadas essas identificações, fruto da observação de várias plataformas de mediação entre artefatos e meio social, os envolvidos na projeção de tendências buscaram construir alguns formatos visuais para vincular a ideia essencial dessa Macro-tendência às representações que irão comunicar o que é *Nice!* para os clientes da empresa. Portanto, inicia-se o processo de composição de uma estrutura que dê conta de criar relações entre fragmentos textuais distintos e a unidade dialógica fundamental desse enredo: a ideia – a saber, a perspectiva do que é *legal*, em uma tradução literal do termo para o português, mas, além disso, do *otimismo*. O grupo responsável por esse trabalho, segundo a entrevistada, é o que compõe a área do *graphics*, sendo que esse mesmo grupo se ocupa de propor uma estética para a tendência que está sendo constituída, compondo, inclusive, a logotipia que será vinculada a todos os elementos relevantes dessa narrativa. Para tanto, também segundo Bisker, utilizam-se de muitos exemplos relacionados ao campo das artes. Após, são engendradas decupagens, que visam desdobrar essa Macro-tendência em três subtemas, cada um relacionado à ideia central que serviu para constituir a plataforma *Nice!*⁴³.

Analisando os aspectos relevados na entrevista, é possível perceber que o método empregado pela WGSN busca, a partir da observação de acontecimentos que vinculam

⁴³ A resposta de Bisker está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista. Então eles vão lá identificam, *Nice!* [...] seria o verão de agora. Já. Era o 2010. Então são as pequenas grandes coisas da vida, fazem muito mais sentido do que uma coisa grandiosa. É uma frase assim. Ai eles mostram da onde vem. [...] Desta exposição, daí teve aquele fotógrafo, um belga, um francês, que foram lá em Israel, na Palestina, e teve o muro que divide a cidade. Fotografaram o mesmo judeu, e o mesmo israelense, o mesmo palestino que tem as mesmas funções, dois marceneiros, e buscando ressaltar aquilo que estas pessoas tem em comum, e não as suas diferenças. [...] Sinais. É um garoto que ficou milionário porque descobriu, resgatou a receita da avó de geléia. Ai o coletivo de senhores que tricotam, vários exemplos, que vão das artes, de manifestações, para te contar da onde este grupo tirou que este é um movimento relevante para a próxima temporada. Ai você já tem a cor, uma das coisas mais importantes a gente faz partes de alguns comitês, tem os especialistas que ai já é coisa com BASF, com empresas [...], ai tem o time de *graphics* que pega estes movimentos e fala: ok. Então *Nice!* Como é que é a estética do *Nice!*? Como é que é a logotipia do *Nice!* e tem quilos, e quilos, e quilos de exemplos que vem, eu diria assim em 80%, das artes. Dentro disto tem três subtemas, acho que é velocidade também... Como é que é hoje? Mudou estação mudou completamente, há uma evolução. A gente tem uma análise que a gente fez desta evolução.

plataformas de mediação simbólica a indivíduos, a identificação de sinais que possam estar comunicando transformações operantes no campo social, algo já anteriormente relevado como importante para a composição da metodologia que se pretende nessa investigação. Esses sinais, que tanto se relacionam a artefatos como meio de efetivar trocas em nível simbólico – caso, por exemplo, da exposição fotográfica que serviu como embasamento para a busca por novos acontecimentos convergentes – como a configurações de micro ambientes relacionais unidos em torno de uma ideia – como os idosos que se unem para produzir peças de tricô – acabam levando a constituição de uma narrativa que visa comunicar o que é *legal* na ótica da WGSN, relacionando essa perspectiva do que é *legal* à uma aura de *otimismo* latente no meio sociocultural. Essa é a unidade dialógica fundamental da narrativa efetivada, construindo relações com os fragmentos textuais eleitos para dar coerência ao enredo proposto sob o título de *Nice!*. Portanto, *legal* e *otimismo* são a ideia, o texto centralizador desse discurso que se configura como uma Macrotenência. Essa unidade dialógica essencial é a que detém o comando do sentido para a geração da narrativa, permitindo a configuração de novos sentidos conforme interpretações daqueles que se utilizam das informações oferecidas pela empresa.

Essa forma de encontrar ligações entre fragmentos textuais reverbera, novamente, na perspectiva de utilização do estatuto intertextual como conceito ativo na constituição de tenências para o design de moda – sejam elas, Macrotenências (que também podem ser consideradas tenências de fundo), ou tenências efêmeras. A preponderância da transformação dos textos é praticada a partir de hipóteses, que são geradas devido à capacidade que os membros da equipe da empresa - os autores dessa narrativa - possuem de auscultar vários diálogos existentes em sua época, assim como aponta a teoria formatada por Bakhtin para compreender a fragmentação discursiva em Dostoiévski.

Está se falando, portanto, de comunicatividade a partir da subjetividade, ou seja, de intersubjetividade: em ligações engendradas através das significações relacionadas a arranjos signícos, e que visam, ao fim, convergir para um discurso que amplifique o sentido do texto centralizador original, no caso específico do exemplo oferecido pela entrevista, a ideia que embasou a Macrotenência *Nice!*: o que é *legal*, o *otimismo* vigente.

Um outro momento da metodologia utilizada pela WGSN pode ser configurado como uma grande pesquisa *Blue Sky*, que visa relacionar exemplos, em formatos diversos, de modo a gerar estímulos criativos em torno de *brief* projetual. Os possíveis conceitos ativos e presentes que advirem dessa prática, ou, das seções de *brainstorm* anteriores ao processo –

conforme já foi relatado nesse estudo como algo que faz parte do método empregado pela empresa para a constituição das primeiras noções sobre a configuração de uma tendência – podem servir para a construção dos *subtemas*, que serão relacionados e orientados à Macrotenência, possibilitando outros desdobramentos, convergindo, novamente, para o texto centralizador e o sentido construído a partir desse.

Por fim, os elementos constitutivos de toda essa plataforma de desenvolvimento de conteúdo, acabam, como já foi colocado, gerando uma narrativa. Essa narrativa permite relacionar a decomposição das estruturas que serviram para constituir a Macrotenência, potencializando desdobramentos projetuais para os clientes da empresa conforme a geração de sentidos engendradas *a posteriori*. Desse modo, enredos são efetivados – cenários – e a atuação de artefatos de design se dá pela vinculação entre problemas projetuais específicos (caso das empresas/organizações clientes da WGSN) e as soluções oferecidas por esses *mundos possíveis* objetivados pela equipe de profissionais da WGSN.

A inovação de significados, aqui, encontra-se na associação entre as unidades dialógicas de modo sincrônico, possibilitando a ressignificação do próprio texto centralizador – a perspectiva do que é *legal*, do *otimismo* - para a constituição de vínculos de mediação através de um artefato de design de moda, por exemplo, em um tempo posterior ao lançamento da Macrotenência, portanto, uma leitura anacrônica.

Os exemplos visuais associados ao texto centralizador – os exemplos do desdobramento da ideia fundamental, em diferentes formatos – visam, assim, a geração de estímulos criativos aplicáveis aos mais variados campos de projeção.

Um exemplo dessa perspectiva pode ser oferecido através da interpretação realizada pelo arquiteto e designer Marcelo Rosenbaum⁴⁴ para a Macrotenência *Nice!*. Durante a realização do evento de moda São Paulo Fashion Week, ocorrido no mês de junho de 2008 (portanto, quando a empresa WGSN começou a disseminar informações relativas a essa Macrotenência), Rosenbaum mostrou como é possível construir novos sentidos a partir dos códigos oferecidos para comunicar *legal* e *otimismo*. Para tanto, o arquiteto projetou um *lounge*: um espaço direcionado ao lazer e confraternização de pessoas que estivessem no evento. Nesse espaço, foram reunidos vários artefatos de design – interiores, principalmente – no intuito de auxiliar as pessoas a compreenderem o que estava sendo comunicado através da

⁴⁴ Mais informações sobre o trabalho de Rosenbaum podem ser conferidas no endereço eletrônico: <<http://www.rosenbaum.com.br/>>.

Macro-tendência *Nice!*. Para melhor realizar essa tarefa, foi idealizado um indivíduo, uma *persona*, sendo essa uma caracterização que visou a vinculação entre o imaginário do próprio projetista e as informações oferecidas pela WSGN.

Segundo Rosenbaum:

Imaginamos como mora uma mulher jovem *Nice!*. Ela se apropria de sua casa de um modo peculiar, personaliza móveis e objetos, como as portas dos armários revestidas de papel estampado ou as poltronas que ela mesma resolve colorir. Pode trabalhar em casa e sugere seu jeito de viver em cada detalhe⁴⁵



Ilustrações 4 e 5: Imagens dos artefatos utilizados por Rosenbaum para compor o lounge *Nice!*

Fonte: Disponível em: <<http://www.tokstok.com.br/>>

Partindo-se desse exemplo, é possível compreender que uma tendência visa permitir desdobramentos projetuais distintos, e que essa dinâmica poderá ser engendrada conforme a construção de sentido que cada projetista, empresa ou organização realizar. Retoma-se as considerações de Foucault a respeito do sujeito responsável pela origem de significações de um discurso: o autor (FOUCAULT, 2008, p.26).

Nesse sentido, tanto o time de *experts* da WSGN funcionam como autores textuais, como os projetistas que irão utilizar as informações *a posteriori*. A perspectiva de significações fica, assim, associada a interpretações sobre coisas informadas – para retomar apontamentos tecidos sobre o entendimento de cultura para Flusser (2007). A intenção, tanto da empresa WSGN, como do arquiteto Rosenbaum, é a criação de canais de comunicação

⁴⁵ Informações coletadas no endereço eletrônico: <<http://www.tokstok.com.br/app?page=MostrarLeito&service=page&ps=4.41.53004.53272.53351>>

entre indivíduos – usuários, também tratados como consumidores na perspectiva da empresa – e empresas, organizações, ou projetistas, e isso perpassa pelas trocas em nível simbólico, engendradas através dos artefatos, visto esses servirem de plataforma para a configuração de arranjos signícos que possibilitam o reconhecimento da ideia que embasou um discurso (portanto, da unidade dialógica fundamental que permitirá a geração de diálogos entre as instâncias citadas). Essa dinâmica extrapola a área do design de moda – objeto de estudo desse trabalho – operando relações de convergência entre campos de representação simbólica diversos.

Portanto, a ideia reverbera uma sensibilidade que emerge no campo sociocultural, permitindo leituras acerca do *espírito do tempo* que se desenha, independente da área de geração de cultura que estiver sendo relevada. Essa é uma das formas que a empresa WSGN encontrou para oferecer a configuração de estratégias de projeção para seus clientes: a composição de tendências que permitam relacionar o devir cultural a projetos, a partir de uma sensibilidade que emerge. Essa perspectiva converge para apontamentos oferecidos por Caldas (2004), que considera o seguinte: “se embasado por valores ou sensibilidades fortes, o discurso levado pela marca, pela coleção ou por um simples objeto, tomados como sinais, tem maiores possibilidades de tocar o seu público-alvo e não passar despercebido” (CALDAS, 2004, p.116).

Viu-se, até momento, como isso é possível realizar essa empreitada na perspectiva de uma socióloga (Saulquin), para após relacionar os dados levantados por esta na construção da metodologia empregada por uma empresa (WSGN) que opera comercializando informações sobre a relação entre sensibilidades que emergem e o devir sociocultural. Em ambos casos, a intenção é clara: prever é possível e serve como plataforma de desdobramento de estratégias para a projeção de artefatos, sejam de moda, sejam de outras áreas do design. Busca-se, portanto, demonstrar como artefatos relativos a distintas áreas de representação da subjetividade podem servir de veículo na construção de diálogos, permitindo a geração de novos sentidos conforme a associação entre os arranjos signícos constitutivos desses. Desse modo, os códigos conformados relacionam uma ideia – unidade dialógica fundamental – a fragmentos textuais, permitindo que projetistas possam constituir novos artefatos, tratando de organizar os fragmentos textuais de modo a gerar novos sentidos. Nesse caso, chega-se a perspectiva de uma configuração dialógica: entre projetistas e indivíduos, portanto, o anunciado público-alvo considerado a partir de Caldas. Esses projetistas podem estar configurando plataformas projetuais para empresas, organizações ou marcas, partindo dessas

narrativas – as tendências – para comporem suas próprias narrativas – outros enredos de projeção, novamente, cenários. Essa dinâmica possibilita a ressignificação da ideia, contribuindo para que exista uma instância de reconhecimento entre a sensibilidade emergente que embasa uma tendência (a unidade dialógica fundamental), e os indivíduos. Os artefatos projetados são o meio de construir esse reconhecimento, e a ligação que se dá entre indivíduos e esses contribui para a geração de cadeias de valor que extrapolam o que pode ser verbalizado, proporcionando formas de configuração de posicionamento de empresas, organizações e marcas.

Demonstra-se, assim, meios de se constituir a análise construída por Augé, que considera os designers (projetistas) como antropólogos aplicados, visto que buscam traduzir variáveis subjetivas, relacionadas a um grupo circunscrito a determinados parâmetros culturais, em objetos, revelando meios de efetivar mediações simbólicas nessa prática (AUGÉ, 2001, p.110).

3.3 RELAÇÕES ENTRE A METODOLOGIA PROPOSTA E NARRATIVAS PROJETUAIS PARA ARTEFATOS DE MODA

Viu-se, nos casos anteriores, abordagens que visam disseminar informações a outros agentes, cada qual correspondendo a períodos distintos de projeção do devir cultural. No caso de Saulquin, os desdobramentos das *Perspectivas Macrossociais* se desenvolvem por períodos longos (até vinte anos), e a convergência de acontecimentos socioculturais encontra nos artefatos mediações que visam comunicar esse olhar amplo. Já no caso da empresa WGSN, o desenvolvimento de Macrotendências subentende desdobramentos de períodos de dois anos, e a correlação entre o imaginário coletivo se observa através de diversas plataformas de geração de cultura, o que permite a construção de um raciocínio analítico que visa oferecer caminhos de projeção para os clientes da empresa. Em ambos casos, o design de moda é uma das áreas de atenção, porém, não abrange a totalidade das complexidades envolvidas nesse campo. Ao menos, não visam a geração de narrativas pontuais para o setor, sendo o campo da moda um meio de constituir análises que permitam evoluções analíticas a *posteriori*.

Nesse interim, parte-se das considerações tecidas ao final da seção anterior – portanto, da perspectiva de atuação dos designers como antropólogos aplicados – no intuito de buscar construir novas relações entre a metodologia que se está propondo nesse estudo e um outro exemplo, ligado diretamente a projeção de artefatos de moda. Nessa perspectiva, introduz-se análises compostas a partir da mesma metodologia de entrevistas aplicadas aos casos supracitados, realizadas com profissionais ligados a marca de calçados de plástico Melissa. A escolha dessa marca deveu-se ao fato da mesma já possuir uma vasta performance no campo da moda, contando com uma história de existência de trinta anos. Durante esse período, várias foram as ressignificações engendradas em torno da própria marca, contribuindo para a geração de canais contínuos de comunicação entre os artefatos com a alcinha Melissa e o seu público-alvo (a saber, mulheres de diferentes faixas etárias).

Nesse sentido, as entrevistas visaram a construção de considerações a partir de aspectos apontados como relevantes por três profissionais que atuam diretamente na projeção de várias interfaces relacionadas a marca, portanto, o gestor da marca Melissa – Paulo Pedó Filho – o designer responsável pela configuração de artefatos para a mesma – Edson Matsuo – e o gerente da Galeria Melissa, reconhecidamente, a *Flagship Store*⁴⁶ da marca – Fernando Serrudo.

As entrevistas, efetivadas entre os meses de novembro de 2008 e junho de 2009, foram realizadas no intuito de relacionar vários aspectos levantados por esse estudo à existência de uma metodologia própria da marca para a identificação de sinais emergentes de transformação no meio sociocultural, convergindo na interrelação desses pressupostos aos lançamentos de artefatos Melissa, engendrados a cada novo ciclo de estações (portanto, as coleções ofertadas no mercado). Nesse sentido, busca-se, também, a constituição de interconexões entre esses apontamentos e as considerações tecidas a partir de Saulquin, Pinho e Biskier, no intuito de evidenciar os cruzamentos metodológicos que possam existir entre os casos até agora analisados.

De modo a construir essas conexões, elegeu-se os questionamentos mais pertinentes, bem como, as respostas efetuadas para contemplá-los. Um dos questionamentos realizados diz respeito quanto ao aspecto da temporalidade, portanto, qual a antecedência que vigora no

⁴⁶ O termo *Flagship Store* é utilizado, corretamente, para caracterizar as chamadas lojas conceituais de uma determinada marca, portanto, os espaços onde são construídos universos que visam relacionar orientações relativas a marca e seus artefatos. São, portanto, espaços onde há a exposição de “[...] um mix de pensamento, atitude, informação, decoração, arquitetura e até mesmo lazer”, conforme informações retiradas do blog *dbstudio* (<<http://dbstudio.blogspot.com/2007/08/lojas-conceituais.html>>).

engendramento de dinâmicas de procura por referenciais de interpretação para a projeção de artefatos da marca. A resposta, concedida tanto por Pedó Filho, quanto por Matsuo, corroborou a existência de um período relativo a praticamente um ano antes do lançamento de uma coleção, contando o mesmo do momento presente (presente relativo ao início de um novo projeto), até o lançamento de novos artefatos, ou seja, correspondendo a perspectiva de construção de uma dinâmica anacrônica de relações, entre os pressupostos de orientação a projeção e a objetivação dos mesmos em artefatos.⁴⁷

Nesse contexto, encontra-se paralelo com considerações tecidas anteriormente tanto por Saulquin, quanto por Pinho e Bisker. Diga-se, a questão de previsão do devir cultural é uma tarefa que se realiza a partir de leituras sincrônicas, entretanto, a dinâmica de efetivação dessa perspectiva se constitui de modo anacrônico, engendrando plataformas relacionais que visam cumprir práticas helicoidais de configuração de sentido, algo previsto a partir da utilização da intertextualidade como conceito ativo para a constituição de tendências.

Nesse íterim, considera-se, novamente, que é possível prever desdobramentos projetuais futuros a partir da relevância de aspectos operantes, considerados por Saulquin, Pinho e Bisker, como acontecimentos (fenômenos) vigentes.

No intuito de compreender as etapas processuais que subsidiaram a efetivação de um novo projeto, questionou-se acerca de uma possível metodologia de identificação de referenciais para a projeção de artefatos – utilizou-se a palavra referenciais apenas como um correlato a fragmentos textuais (ou, unidades dialógicas), contribuindo para a compreensão mais pontual, para os entrevistados, do que se configuram como sinais na perspectiva dessa investigação. Esse questionamento buscou também relacionar as instâncias internas e externas, ou seja, como os envolvidos na projeção de artefatos para a marca operam para construir relações entre fragmentos textuais, portanto, se existe a perspectiva de utilização de observações contextuais e como as mesmas interferem na composição de um arsenal sógnico que embasa a concepção de novos produtos.

Segundo o gestor da marca, essa metodologia, basicamente, opera da seguinte forma:

⁴⁷ As respostas de Pedó e Matsuo estão reproduzidas em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista: [...] Por exemplo, uma coleção, nove meses antes da coleção a gente tem definido qual vai ser o tema desta coleção [...]. (Resposta dada por Pedó quanto a relação temporal de definição de referenciais de orientação para uma nova coleção).
 [...] Pôe aí, a gente tem um padrão de nove a onze meses... Mas isso é um processo de estudo preliminar, só que não começa do zero. O estudo você já tem na cabeça, isto é um processo que tem um estudo preliminar para projetar [...]. (Resposta dada por Matsuo quanto a relação temporal de definição de referenciais de orientação para uma nova coleção).

A gente tem uma metodologia Melissa. Que se apóia... tem alguns birôs que trabalham para a gente, e tem o trabalho interno que é basicamente que dá o tom, o ritmo das coisas. Por exemplo, uma coleção, nove meses antes da coleção a gente tem definido qual vai ser o tema desta coleção. Este tema é definido por viagens, informações de revistas, birôs, enfim, um emaranhado de informações que acabam virando um tema específico.⁴⁸

Segundo Matsuo, a configuração desse processo acontece da seguinte forma:

[...] Mas antes tem reunião de curadoria, tem reunião do grupo criativo, tem... Olha eu não tenho isto escrito, mas é mais do que onze meses. E é contínuo, porque você estuda uma coleção, fala da outra, então é um processo muito informal sem muito... Senta o grupo, discute, passa, é uma coisa muito mais leve, do quê... Tem compromisso. [...] Datas, mas tem isso, o grupo se junta, fala, dá as idéias, então é um grupo criativo. [...] O *briefing* é construído, não é alguém dita o *briefing* e acabou.⁴⁹

Em ambas respostas, percebe-se uma aproximação com alguns apontamentos já relevados em outros momentos dessa investigação. Ressalta-se, pois, a perspectiva de realização de seções de discussões entre os envolvidos no processo de projeção, convergindo para um dos fatores relativos a efetivação da pesquisa *Blue Sky*. Existe apenas um deslocamento de operação, ou seja, em relação a pesquisa *Blue Sky* as discussões entre os projetistas visam encontrar novos caminhos para a solução de um *briefing* projetual, sendo que no método operante para a marca Melissa essas discussões, segundo os entrevistados, visa a construção de um *brief*, ou, segundo Pedó Filho, de um tema específico. Porém, ainda buscando compreender como é possível construir relações entre a ferramenta *Blue Sky* e a metodologia da marca, percebe-se uma convergência: o tema específico.

Já quanto à convergência da intertextualidade, embasada na perspectiva do dialogismo, percebe-se que a constituição de relações entre informações diversas, coletadas em diferentes ambientes, permite a configuração de um tema específico (utilizando-se, aqui, as considerações oferecidas por Pedó Filho quanto ao questionamento). Esse tema pode, portanto, ser considerado a unidade dialógica fundamental de projeção de uma nova coleção, possibilitando que sejam efetivadas interrelações entre fragmentos textuais convergentes, ou seja, entre as informações relevadas e a configuração de aspectos sógnicos relativos aos artefatos futuros. Essa dinâmica, assim, potencializa o reconhecimento da ideia através da mediação simbólica efetivada pelos artefatos lançados, periodicamente, pela marca. Portanto, caracterizam-se como plataformas de ligação entre a subjetividade de vários agentes, operando trocas em nível simbólico quando da efetivação dessa prática.

⁴⁸ A resposta de Pedó Filho está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

⁴⁹ A resposta de Matsuo está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

Busca-se, para tanto, embasamento nas considerações tecidas por Augé, quanto a perspectiva do design como forma de relacionar artefatos e cultura:

Teniendo en cuenta que los efectos del diseño son efectos de masa, éstos crean unos universos que, en apariencia, se asemejan a lo que los antropólogos tienen por costumbre estudiar. Me refiro a universos culturales. La cultura, dentro de un contexto etnográfico clásico [...] es antes todo cosmología, una suma de representaciones transmitida de generación en generación y portadoras de la génesis y la organización del mundo y de la sociedad. [...] Pero una cultura en acción también es una cultura abierta – abierta a las iniciativas de los creadores individuales y a los encuentros con el exterior – una cultura en movimiento (AUGÉ, 2001, p. 104-105).⁵⁰

Nesse sentido, para que seja possível haver a articulação de aspectos culturais operantes em artefatos de design – portanto, para que se dê a mediação simbólica entre indivíduos (usuários) e artefatos – a correspondência entre a unidade dialógica fundamental e acontecimentos operantes no contexto social (fenômenos) parece iminente. O reconhecimento dessa perspectiva pode se dar, como já foi amplamente argumentado nesse estudo, por arranjos sógnicos, correspondendo a decomposições de códigos fragmentos em contextos de geração de cultura (novamente, contextos concretos e não-concretos de fruição). A percepção dessas estruturas de geração de significados – esses códigos que visam substituir fenômenos – permite a composição de narrativas, ligando fragmentos textuais em torno de um texto centralizador, que detenha o comando do sentido (*o tema específico*), e que permita a geração de novos sentidos conforme a interferência de outros interlocutores – autores, ou, na visão da Augé, criadores individuais. Pois, conforme Foucault (2008), esses atuarão como unidade e origem das significações de um discurso, buscando a coerência de articulações estruturais para engendrar tal tarefa (FOUCAULT, 2008, p.26).

Desse modo, retoma-se a perspectiva de que, para efetivar a tarefa de identificação de uma ideia – uma unidade dialógica fundamental, uma sensibilidade emergente, o *ánima* que flui entre indivíduos – a observação de instâncias presentes no meio social, que contemplem trocas simbólicas, embasadas em formalizações representativas, mostra-se relevante.

Quanto a buscar outros meios de entendimento dessa premissa, procurou-se questionar onde os referenciais de interpretação, que embasam a constituição de uma temática de projeção para os artefatos da marca Melissa, eram procurados.

⁵⁰ A tradução de Augé é livre, ou seja, da autora: Tendo em conta que os efeitos do design são efeitos da massa, estes criam uns universos que, em aparência, se assemelham ao que os antropólogos tem por costume estudar. Me refiro a universos culturais. [...] A cultura, dentro de um contexto etnográfico clássico, é antes de tudo cosmologia, uma soma de representações transmitidas de geração a geração e portadora de génesis e da organização do mundo. Porém, uma cultura em ação é também uma cultura aberta – aberta às iniciativas dos criadores individuais e aos encontros com o exterior – uma cultura em movimento.

Nesse sentido, Pedó Filho argumentou que isso se dá no ambiente urbano (na *rua*), e que essa busca se inicia um ano antes do lançamento de uma nova coleção. A tarefa é engendrada por profissionais de distintas áreas de projeção da marca, e visa buscar informações em lugares considerados diferentes.⁵¹

Essa prática encontra eco nas considerações do sociólogo Dario Caldas (2004 e 1999), quanto a importância de monitoramento de vetores de emissão de sinais, algo já anteriormente considerado nesse estudo. Pode-se, assim, concluir que a busca por informações em *lugares considerados diferentes* visa o estabelecimento de raciocínios a partir de sinais emitidos por esses ambientes, sendo esses também considerados espaços de geração de cultura.

Imediatamente, foi questionado se isso estava associado a uma lógica de *cool hunter*, que, segundo Massonnier (2008) pode ser traduzido, literalmente, como os caçadores do que está na moda. (MASSONNIER, 2008, p.22).

Segundo o gestor da marca:

Tipo um *cool hunter*: isso aí volta, coloca tudo isso mais referência de tema, do que de produto, coloca tudo isso no liquidificador, e transforma isso numa coisa nova, por exemplo, *Secret Garden... Love Robots*, era tecnologia humanizada, tinha toda uma questão falando de robôs, na época tinha *Eu robô*, tinha um filme, o *Inteligência Artificial* tinha toda esta questão da tecnologia foía que a gente colocou no tema *Love Robots*.⁵²

Vale, nesse momento, compreender melhor o que vem a ser um *cool hunter*:

Son personas que se dedican profesionalmente a detectar en todo el mundo cuáles son las vanguardias, qué usa la gente en la calle, cómo van evolucionando las preferencias. Un verdadero *cool hunter* está atento a los libros que se leen, las películas que resultan más atractivas, los héroes de la pantalla, la moda, los titulares de la prensa y la evolución de los liderazgos políticos. Debe estar atento al mundo en un sentido integral, a sus matices, a los indicadores sutiles antes de que se transformen en realidades apabullantes (MASSONNIER, 2008, p. 22-23).⁵³

⁵¹ A resposta de Pedó Filho está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista. É na rua. Tem uma pessoa a Raquel que é coordenadora de marketing, o que significa isso? Tem duas pessoas, uma de comunicação e uma de produto trabalhando com ela, nesta sala de marketing. Ela junto com o DPD, um ano antes, começa a viagem internacional... Não é para pegar referências do que está acontecendo na loja, e transforma num novo produto. Mas sim buscar *input* na rua, nos lugares *strange*...

⁵² A resposta de Pedó Filho está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

⁵³ A tradução de Massonnier é livre, ou seja, da autora: São pessoas que se dedicam profissionalmente a detectar em todo o mundo quais são as vanguardias, o que as pessoas estão usando nas ruas, como evoluem as preferências. Um verdadeiro *cool hunter* está atento aos livros que se lêem, às películas que são mais atrativas, aos heróis das telas, à moda, aos titulares da imprensa e a evolução das lideranças políticas. Deve estar atento ao mundo em sentido integral, a suas matizes, aos indicadores sutis antes que se transformem em realidades esmagadoras.

O que se percebe, é que a perspectiva de observação de plataformas de trocas simbólicas alia-se a percepção, no processo de semiose cultural, de quais os arranjos signícos e as significações que estão sendo constituídas, permitindo a identificação de códigos que estejam comunicando acontecimentos relevantes no meio social. Portanto, quais plataformas signícas estão sendo articuladas para dar conta do atual estágio do imaginário coletivo. Nesse sentido, as relações que se engendram entre os artefatos constituídos para tangibilizar esse estado subjetivo – no caso, as duas obras cinematográficas citadas pelo entrevistado: *Eu Robô* e *A.I. Inteligência Artificial*⁵⁴ – servem para exemplificar como é possível relacionar a observação de campos de cultura material e a constituição de tendências (narrativas) para a projeção de artefatos de moda.

O que se potencializa na construção dessas relações é a identificação dos fragmentos textuais que visam desdobrar a unidade dialógica fundamental para a constituição tanto nas obras cinematográficas, como dos artefatos da marca. Essa empresa se estabelece, portanto, a partir da identificação do teor comunicacional contido nessas plataformas de mediação – os filmes citados – e a construção de interconexões com o devir cultural. Observa-se contextos de geração de cultura para compreender potenciais desdobramentos de uma ideia. Engendrando essa dinâmica, foi possível decodificar os arranjos signícos que visavam construir significações a partir da ideia (unidade dialógica fundamental), que aqui se apresenta como *tecnologia amigável*, sendo representada, primeiramente e de maneira distinta, em ambas obras cinematográficas. A identificação dessa unidade dialógica nessas plataformas de mediação simbólica permitiu a geração de uma narrativa que proporcionou o desdobramento projetual de uma determinada coleção da marca – *Melissa Love Robots* – lançada no ano de 2005.⁵⁵

Investigando a geração de sentido constituída para permitir esse desdobramento tangível, é possível perceber a convergência com outros sinais, outras roupagens, da mesma ideia (*tecnologia amigável*), e novas pontes podem ser estabelecidas a partir da análise do pensamento formalizado por Pierre Lévy, em algumas de suas obras. Em suas análises, Lévy aponta para formas de construção de mediações emocionais através de plataformas

⁵⁴ O filme *Eu, Robô*, lançado em 2004, é baseado na obra de ficção científica de Isaac Asimov. A direção do filme é de Alex Proyas. Já o filme *A.I. Inteligência Artificial*, foi lançado no ano de 2001, e apresenta a perspectiva de desenvolvimento de emoções em protótipos robóticos. O filme circunscreve-se nas categorias de aventura e ficção científica, e a direção é de Steven Spielberg.

⁵⁵ “É lançada a coleção *Melissa Love Robots* na SPFW de janeiro como forma de abordar a questão da tecnologia humanizada.” reprodução de texto encontrado no site: <http://www.melissa.com.br/tudome/melissa/index.php?secao=historico_ano>.

tecnológicas, chegando a abordar a Inteligência Artificial como um meio de construção de uma cultura coletiva, embasada na perspectiva de desenvolvimento de um *hiper corpo*, por exemplo.⁵⁶

Estabelecendo uma leitura de modo anacrônico, visto que nem os filmes, nem as obras literárias de Lévy e, tampouco, a coleção *Melissa Love Robots* foram objetivados no mesmo período, ou, no mesmo ano, pode-se considerar que a unidade dialógica fundamental *tecnologia amigável* se estabelece como uma sensibilidade que emerge do meio social, tendo nos artefatos (os filmes, os livros e a própria coleção de calçados), meios de efetuar trocas entre uma vertente do estado do imaginário coletivo contemporâneo e indivíduos.

Portanto, ao construírem uma coleção de calçados que visava materializar esse pressuposto *amigável*, os projetistas da marca *Melissa* estabeleceram vínculos de reconhecimento entre os indivíduos e um aspecto subjetivo latente, uma sensibilidade, tangibilizando questões relativas a necessidades latentes através dos artefatos, ou seja, cumprindo o princípio de configurar *imports* simbólicos nos objetos, como diria Bourdieu (1996).

A geração de novos sentidos, a partir do desdobramento da ideia (*tecnologia amigável*) permitiu a criação de canais de comunicação em nível não-verbal, estabelecendo diálogos entre o presente (relativo ao lançamento da coleção *Love Robots*) e o devir cultural. Considera-se, nesse caso, como novos sentidos os significados configurados a partir dos arranjos signícos constitutivos dos artefatos, sendo as significações geradas uma forma de estabelecimento de ligações subjetivas, ou seja, um meio de reconhecimento da intersubjetividade, permitindo ressignificações conforme a interpretação de diferentes interlocutores (nesse caso, tanto os projetistas da marca, quanto os próprios usuários).

São várias instâncias de gerações de sentido e, mais que isso, são várias formas de vivenciar os sentidos, sendo o artefato – o calçado de plástico – um meio de cumprir esse designio.

Vivenciam-se os sentidos através dos artefatos, que funcionam como forma de vincular diálogos por entre códigos e através, permitindo a geração de narrativas tanto para desdobramentos projetuais, como para interpretações individuais de uma mesma ideia.

⁵⁶ Os apontamentos construídos para introduzir a análise sobre o pensamento formalizado de Pierre Lévy baseiam-se nos livros: *O que é o Virtual* (Ed. 34, 1999), *A Máquina Universo* (Ed. Artmed, 1998) e *As Tecnologias da Inteligência* (Ed. 34, 2004).

Percebe-se, novamente, a aproximação com aspectos relevantes anteriormente argumentados a partir de Saulquin, ou seja, da importância de efetivar decomposições de acontecimentos, para voltar a compor estruturas que busquem o sentido íntimo relativo a os mesmos.

Quando questionado sobre como isso poderia ser construído através do design – portanto, da projeção de artefatos de marca – Matsuo argumentou o seguinte:

O produto é o suporte. O que fica para ti é a experiência, o valor.[...] O conceito de desmaterialização que é você não ver um produto como matéria, mas como experiência.[...] O simbolismo está nisso que fica, é a experiência... Na história que você cria, e a história que fica contigo. Com a pessoa, você pode criar, ou a história que você está criando com a pessoa, que é esta que tem mais valor.⁵⁷

Entretanto, a forma de observação de instâncias de geração de cultura presentes no meio social, efetivada pelos projetistas da marca, também busca identificar potenciais parceiros para a elaboração de novos artefatos, baseando essa premissa na convergência de aspectos latentes relacionados a vários campos de emissão de sinais de transformações operantes. Dois exemplos podem ser citados nessa perspectiva: a coleção *Create yourself* e a parceria efetivada com a arquiteta *Zaha Hadid*.

No primeiro caso, a relação partiu da construção de um tema específico, para após buscar a inclusão do usuário no processo de projeção de novos artefatos. Novamente, a constituição de uma narrativa projetual partiu da decodificação de certos fragmentos textuais específicos, permitindo a geração de novos sentidos conforme a interpretação desses fragmentos por vários interlocutores. Uma dinâmica horizontal de trocas signícas, estimulada pela própria marca, foi operada, corroborando a perspectiva de disseminação de códigos entre pares, convergindo para os pressupostos de orientação do efeito *Trickle Across* (ou, *peer-to-peer*), relevado como importante na contemporaneidade, a partir de considerações oferecidas por Barros e Moraes (2006) e Manzini (2007).

Segundo Pedó Filho, a sistemática de construção da coleção *Create yourself* se deu da seguinte forma:

Foi uma coisa assim. Naquele processo de criação que a gente define o tema o que a gente estava vendo no cenário internacional. A volta do *punk* muito forte, da linguagem *punk* muito forte. E junto com esta coisa do *punk*, a do rock. O que era o *punk*? O *punk* eram quatro amigos que se reuniram numa garagem e ninguém sabia tocar nada e eles queriam produzir alguma coisa. Então eles produziram música de colagem. Muito básica. Então era essa a ideia da história do *punk*. Você mesmo gera seu conteúdo. *Do it yourself* [...]. Chegando neste tema *Do it yourself* o que a gente pensou, estava começando a explodir esta coisa de *blogs*, e *photoblogs* e estava começando a se criar algumas personalidades virtuais. Celebidades virtuais. Estas

⁵⁷ A resposta de Matsuo está reproduzida em sua integridade, conforme de gravações realizadas após a entrevista.

celebridades virtuais, elas não apareciam na *Caras*, mas elas tinham setenta mil hits por semana. Era um absurdo o que estas meninas tinham de fluxo de usuários no site delas. O que a gente pensou? Vamos fazer uma campanha, onde quem cria esta campanha são as próprias consumidoras. Além de criar a campanha, elas vão participar da estratégia e vão criar produtos dentro da Melissa, e elas tem que ser... Tem que funcionar como grandes divulgadoras deste projeto como um todo. Ai nasceu o *Create yourself*, a gente escolheu estas quatro meninas levando em consideração primeiro geografia, uma é do sul, uma do Rio, outra de São Paulo, e uma do nordeste, de Pernambuco acho que ela é... Dentre estas meninas... Isso tudo foi pesquisa na internet, okut, fotologs, delas, a gente escolheu a Marimoon, que acabou virando DJ, parece. Esta foi a mais marcante delas. A campanha era assim, cada uma fez o seu anúncio, claro que tinha alguns limites que elas poderiam montar, até limites técnicos, para poderem fazer o anúncio. E o último anúncio era uma página em branco onde as meninas que estavam vendo a campanha, poderiam criar o seu anúncio com alguns adesivos que a gente tinha no site, e enviar para a Melissa [...] era um concurso... E o anúncio era veiculado na *Capricho*. É essa mais ou menos a história do *Create yourself*, baseada na coisa do *punk* [...].⁵⁸

Portanto, a observação de várias instâncias relativas ao processo de semiose cultural permitiu a identificação, novamente, de uma unidade dialógica fundamental: *Do it yourself*, que, em uma tradução literal para o português, significa *faça você mesmo*. Nesse contexto, as linguagens vinculadas ao *punk*, percebidas quando da busca por novos referenciais de projeção, serviram como meio de identificação de uma potencial sensibilidade emergente no campo social. Ou seja, a ideia – *Do it yourself* – embasou a geração de um enredo, estruturando os fragmentos textuais decompostos até a constituição do tema específico: *Create yourself*. Toda a plataforma projetual gerada a partir da unidade dialógica fundamental (a sensibilidade) convergiu para o desdobramento de interpretações do *faça você mesmo*, resultando na materialização da ideia, tanto nos calçados correspondentes à coleção *Create yourself* (lançada em 2007), como em outras interfaces projetuais. Além disso, a inclusão do usuário no processo de criação dos artefatos acabou reverberando o princípio de promover interações horizontais – como já foi anunciado em capítulo anterior – potencializando a configuração de *bricoleurs* projetuais.

Nesse contexto, o exemplo também corrobora a premissa de observação de contextos não-concretos (virtuais) de geração de cultura, como importantes meios de identificação de sinais convergentes na constituição de tendências para a projeção de artefatos de moda. No caso citado, essa observação foi realizada no sentido de associar a emergência de formas de trocas entre indivíduos à ideia que permitiu o desenvolvimento da narrativa projetual da coleção. Essa observação foi realizada em ambientes virtuais de estabelecimento de trocas entre indivíduos – *blogs*, *photoblogs*, *Orkut*, etc. – servindo como exemplo de como é possível

⁵⁸ A resposta de Pedó Filho está reproduzida em sua integridade, conforme de gravações realizadas após a entrevista.

operar identificações de fragmentos textuais a partir da utilização da netnografia como ferramenta de observação. Recupera-se a perspectiva de que tendências se constituem como formas de estruturar sinais emitidos em várias esferas culturais, e que essas buscam dar conta de veicular aspectos comportamentais latentes, sendo essa uma forma de identificação do *espírito do tempo* que se desenha. A inclusão do usuário no processo de projeção, portanto, reverbera princípios ativos de desdobramentos de conteúdos via meios digitais de configuração e disseminação, prática conhecida como *WEB 2.0*.

Sobre essa perspectiva, Matsuo argumentou que a coleção *Create yourself* buscou trazer o usuário para dentro do processo de projeção de uma nova coleção de modo a buscar outras formas de criação colaborativa, deslocando um princípio pertencente ao universo da tecnologia para a concepção de interfaces projetuais diversificadas.⁵⁹

O outro exemplo citado acima, a parceria efetivada com a arquiteta *Zaha Hadid*, corresponde a uma dinâmica já recorrente à marca, que é a criação colaborativa. Nesse caso, não foi elaborada uma coleção, mas sim um artefato específico: um calçado que partiu da criação da arquiteta, e se materializou através da constituição de colaborações entre vários projetistas da marca.

No sentido de compreender melhor essa prática, foi questionada a existência de uma intenção deliberada em transgredir o contexto moda e renovar linguagens de projeção a partir da associação com outros domínios de desenvolvimento criativo. A resposta ao questionamento corroborou esse raciocínio e permitiu o entendimento do que levou os projetistas da marca a buscarem o estabelecimento de uma parceria com *Hadid*. Segundo Matsuo: “[...] Aliás, este projeto foi muito desafiante, porque o seguinte: fazer prédio acho que é até relativamente a um calçado, tem lá as suas dificuldades. Mas o problema é quando a gente faz um prédio que você enfia o pé, e quem coloca reclama se não dá certo...”⁶⁰

Sobre a perspectiva de trabalhar essas relações entre disciplinas distintas – algo também inerente ao escopo teórico relativo ao Design Estratégico, que prevê a construção de soluções projetuais através de dinâmicas constantes de trocas entre conhecimentos – Pedó Filho argumentou o seguinte:

⁵⁹ A resposta de Matsuo está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista. Isto é um conceito de web 2.0. [...] A gente está trazendo coisas de computador para a operação. Então esta diversidade é muito importante. [...] Isto faz a diferença. Então isso aqui é importante. E outra coisa, esta questão, eu acho que você precisa identificar. Mas o melhor é você criar junto.

⁶⁰ A resposta de Matsuo está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

É isto que a gente faz quando a gente está fazendo alguma curadoria de design. Então a gente não pegou *Zaha Hadid* gratuitamente. Ela foi escolhida primeiro porque a primeira mulher, isto é outra coisa importante neste trabalho, acaba sendo uma ruptura, ela traz o feminino para a arquitetura. E a primeira mulher a ganhar o prêmio equivalente ao Prêmio Nobel de arquitetura. O trabalho dela vai ficar muito forte daqui a cinco anos, porque os prédios estão começando agora. Então daqui cinco anos ela deve ter uns dez, doze prédios, no mundo. E uma mulher que está redesenhando o futuro. E uma soma de valores, que não tem muito a ver se é de moda, se é um estilista, ou se é um artista plástico, um designer, um arquiteto [...].⁶¹

O que o entrevistado considerava como “traz o feminino para a arquitetura”, em uma análise mais detalhada, está relacionado às linhas conceituais que subsidiam o trabalho arquitetônico de *Hadid*, baseado no princípio do desconstrutivismo, que acaba, através da interpretação da arquiteta, assumindo uma formalização que pode ser traduzida como *orgânica*. Mas, o que se percebe, em ambas respostas, é que, além das possíveis dificuldades em transformar um prédio em um calçado de plástico, a observação do processo de semiose cultural acaba permitindo a identificação de um projetista que busca traduzir um preceito simbólico pertinente, que, no caso da *Hadid*, converge para a orientação teórica da desconstrução.

Segundo Matteo Zambelli (2007), a desconstrução – teorização relativa ao filósofo francês Jacques Derrida (1930 – 2004) – permitiu o desenvolvimento do raciocínio desconstrutivista na arquitetura, sendo esse cunhado a partir do ano de 1988. Para Zambelli, ambos termos refletem aspectos relacionados ao *espírito do tempo* presente – portanto, a sensibilidade que emergem do contexto sociocultural. Para Derrida, a desconstrução parte da subversão dos sistemas instituídos, gerando meios de desvelar discursos instituídos através da decomposição das camadas de sentido que os constituem. Essa perspectiva converge para a multiplicidade de significados que podem ser associados a uma forma, uma estrutura. Portanto, as estruturas não são estáticas, assim como a forma de construção e interpretação de discursos e sentidos também não o é. A arquitetura desconstrutivista busca aplicar esse princípio em projetos, partindo da subversão das estruturas estáveis, gerando uma “deformação” que não é, senão, um outro modo de representar a multiplicidade que fala Derrida. Assim, o geometrismo impuro, resultante de um projeto desconstrutivista, visa refletir a inquietação frente a padrões estáveis de constituição de sistemas – convergindo para os discursos e suas camadas de sentido. Desse modo, o desconstrutivismo, enquanto estilo arquitetônico, busca questionar o universo determinado e constante, trazendo, para o projeto,

⁶¹ A resposta de Pedó Filho está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

o imprevisível (a *déformation*). O resultado acaba viabilizando uma visão similar a um organismo, permanentemente em ação e transformação (ZAMBELLI, 2007, p. 11-28).

Portanto, a unidade dialógica que embasa a arquitetura desconstrutivista é a desconstrução, e o sentido dessa ideia é a subversão dos sistemas, em nome da multiplicidade de sentidos – portanto, da diversidade operante de linguagens e de significações. Assim, ao efetivar a parceria projetual com *Hadid*, objetivou-se a constituição de vínculos relacionais com essa sensibilidade emergente – a subversão dos sistemas – e o artefato projetado pela arquiteta para a marca. Novamente, trocas em nível simbólico se efetivaram, sendo os arranjos signícos conformados no calçado *Melissa + Zaha Hadid* um meio de formalizar subjetividades relativas a indivíduos que se vêem envolvidos por esse *ânima* (a desconstrução). Essa perspectiva demonstra-se como um pertinente meio de incorporação de *imports* simbólicos em artefatos de design de moda: o reconhecimento de subjetividades que acabam reverberando em algo que está sendo constituído no presente e que pode proporcionar desdobramentos de novos sentidos no futuro, possibilitando – através de associações signícas – o entendimento do *dever* cultural que se desenha. A antecipação dessa perspectiva, a constituição de narrativas que possibilitem essa prática, propiciam a elaboração de estratégias que visam posicionar empresas, organizações e marcas. O *import* simbólico, portanto, se configura como a potencial interpretação da unidade dialógica fundamental identificada a partir da observação de várias instâncias de geração de cultura, e a correlação entre essa e os fragmentos textuais convergentes, permite a geração de estratégias em vários níveis.

Sabe-se que, ao efetivar tal tarefa, o reconhecimento dos pressupostos subjetivos será restrito a poucos indivíduos, visto os mesmos compreenderem de modo subliminar a mensagem que está sendo articulada a partir de um determinado fragmento textual (um artefato de representação simbólica circunscrito a qualquer área que busque tangibilizar a subjetividade, como a arquitetura, por exemplo). Entretanto, a geração de sentidos que advirem desse processo – as inovações de significados que serão construídas – acabam por cumprir o que Bourdieu (1996) considerou como algo relevante ao mercado de bens simbólicos: “*marcar época* é, inseparavelmente, fazer existir uma nova posição para além das posições estabelecidas, na *dianeira* dessas posições, na *vanguarda* e, introduzindo a diferença, produzir o tempo” (BOURDIEU, 1996, p.181).

Recupera-se, a partir dessa argumentação, o potencial estratégico da metodologia que está sendo constituída nessa investigação: a compreensão de que sensibilidades emergentes

podem desenhar o futuro e, sendo assim, contribuir para a criação de vínculos entre arranjos signícos articulados em artefatos de design (de moda, no caso específico desse estudo), as empresas/organizações e os indivíduos. A geração de sentidos está implicada nesse processo, através de plataformas de mediação projetual que busquem associar as sensibilidades emergentes identificadas no processo de semiose cultural (as unidades dialógicas fundamental), fragmentos textuais convergentes (portanto, outras instâncias que comunicuem a mesma ideia, de modo sincrônico ou anacrônico) e as relações desdobradas no meio social (os acontecimentos e suas interferências no processo de construção de significados). Novamente, se está considerando que tendências se constituem, e que podem ser configuradas como narrativas, intentando promover desenvolvimentos projetuais para artefatos de moda: cenários que lidem com a complexidade de modo a estruturar soluções que levem à futuras atuações de artefatos, envolvendo questões relativas a macro e microambientes. Se está, assim, privilegiando uma lógica de posicionamento mercadológico, ou seja, que contribua para a introdução da diferença através de artefatos de design de moda, produzindo o tempo na *dianeira* das posições.

Convergindo com essa argumentação, ressalta-se a forma como Matsuo entende essa busca por parceiros que possam contribuir para o desdobramento de novas sensibilidades a partir da projeção de artefatos para a marca: “a Melissa é praticamente uma curadoria, mas não é uma curadoria, a gente é simplesmente uma facilitadora de intervenções, para tirar aquela visão só de um lado, ou da moda, ou de alguma coisa”.⁶²

Vale considerar que, na opinião do gestor da marca Melissa, a parceria com a arquiteta visa, justamente, corroborar a perspectiva de marcar época a partir da reconfiguração das linguagens representativas do trabalho de *Hadid* (como já foi argumentado, o desconstrutivismo), deslocando essas linguagens para a concepção de calçados de plástico. Aos construir relações entre esses preceitos e as orientações que permeiam a concepção de *carros conceito* (*concepts cars*), o entrevistado deixou claras as intenções do projeto com a arquiteta: o estabelecimento de um novo paradigma mercadológico para o setor, entendendo que isso acabará sendo compreendido apenas por uma parcela de indivíduos (usuários), mas que essa perspectiva contribui para a configuração de um posicionamento de destaque.⁶³

⁶² A resposta de Matsuo está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

⁶³ A resposta de Pedó Filho está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista. Quando a gente começou o projeto com ela, a ideia foi comprar uma obra de arte. Então a gente comprou esta obra de arte, e isso funcionou como divulgação. Então se ela não vender muito, não é o grande

Entende-se, pois, que essas migrações de linguagens de outros campos representativos auxiliam na projeção da marca, estabelecendo outros meios de compreender como podem operar os *shifters* elípticos, considerados a partir de Barthes (1967), em seção anterior desse estudo. Para dimensionar essa perspectiva com relação à percepção do usuário – portanto, para compreender como se podem estabelecer canais de comunicação não verbal entre usuários (indivíduos) e artefatos – buscou-se questionar ao gerente da *Galeria Melissa*, Fernando Serrudo, como os consumidores que frequentam a loja se comportam frente a produtos com um apelo simbólico inerente (caso da *Melissa + Zaha Hadid*). Nesse contexto, buscou-se entender se isso se tomava perceptível em termos de comercialização, ou seja, se é possível quantificar essa geração de valor através dos artefatos, que também pode ser considerada como agregação subjetiva:

Eu não acho que seja tanto pela venda, porque ok., a gente faz um sapato maravilhoso, ele é um Campana, tá, vende horrores. Mas tem um ponto que as pessoas, puxa é um Campana! [...] É interessante então a gente conhecer mais a fundo, porque isto tem realmente a informação para a pessoa. [...] Agrega porque tem muito uma resposta da pessoa chegando perguntando eu quero o fulano, eu quero isso. Então tu vê que às vezes chega assim, eu quero aquela da estilista inglesa. A pessoa não sabe o nome, mas sabe que é uma estilista inglesa, tem isso. O que eu digo é conhecer mais a fundo, mais abrangente de uma forma interessante. Até que ponto lá no interior da Bahia a pessoa viu, puxa Zaha! Vou entrar no google, sabe, isto que eu acho interessante saber se realmente acontece. Aqui realmente a gente sabe que acontece.⁶⁵

A resposta dada por Serrudo considera também a apropriação de conhecimento dos profissionais que atuam no local, visto ser importante disponibilizar informações relativas, não apenas aos artefatos que estão sendo oferecidos no local, mas também dos parceiros criativos e de suas linhas conceituais de trabalho. Nesse sentido, percebe-se que existe uma dimensão de reconhecimento dos potenciais simbólicos gerados a partir dos artefatos, ainda que essa instância não seja de total conhecimento do indivíduo que adquire um objeto da marca. Ora, nota-se, assim, desdobramentos de recepção e interpretação da ideia vinculada aos artefatos. Desse modo, mostra-se pertinente a perspectiva de diálogos entre vozes-consciências na identificação do simbolismo inerente a um artefato de design de moda, corroborando apontamentos oferecidos pelo dialogismo bakhtiniano: “[...] materializado na

negócio dela. O objetivo deste projeto com ela é estar na frente, mostrar conceito. É mais ou menos como *concept car*. A indústria automobilística cria carros pra daqui a 20 anos, mas são conceitos hoje. A Zaha é um pouco isso, é um conceito que dá para usar. Uma parte da população vai usar.⁶⁴ Serrudo, nesse momento, se referiu a parcerias efetivadas entre a marca e os Irmãos Campana, que são dois designers brasileiros com trabalhos principalmente com mobiliário, tendo suas exposições em alguns museus internacionais de design. A dupla de designers se destaca pela utilização de materiais ordinários, compondo arranjos que desvinculam os mesmos de suas funções primordiais.⁶⁵

⁶⁶ A resposta de Serrudo está reproduzida em sua integridade, conforme gravações realizadas após a entrevista.

voz dos outros, ou seja, na consciência dos outros [...] É no ponto desse contato entre vozes-consciências que nasce e vive a ideia” (BAKHTIN, 2008, p.98).

Portanto, a premissa de reconhecimento de subjetividades, constituídas pelos indivíduos, se opera em nível imaginário, construindo relações com as argumentações tecidas anteriormente a partir de Zambelli (2007), que considera o desconstrutivismo como um desdobramento dos princípios da desconstrução formulados por Derrida, e que ambos termos refletem o *espírito do tempo* presente, portanto, um sentido latente no meio sociocultural. Ou seja, como já foi argumentado em seção anterior a partir de considerações de Verganti et al. (2006), é a instância de significação que relaciona necessidades emocionais e socioculturais, sendo esse pressuposto algo que é percebido pelos usuários. A sensibilidade que emerge dos indivíduos, e de suas relações no meio sociocultural, assim, se materializa em linguagens representativas, ressignificando-se conforme a atuação de interlocutores no processo.

Retorna-se a prerrogativa de que sensibilidades ligam-se a necessidades latentes, e que os artefatos de design de moda podem devolver interpretações dessas aos usuários. Compreender isso pode estar além da competência dos usuários, porém, não pode passar despercebido de quem visa projetar narrativas projetuais carregadas de sentido, independente da área do design que esteja sendo relevada.



Ilustração 6: Imagem de um projeto arquitetônico de Hadid: *Performing Arts Centre de Saadiah Island* nos Emirados Árabes.
Fonte: Disponível em: <<http://www.dezeen.com/2007/01/31/more-images-of-hadids-emirates-centre/>>.

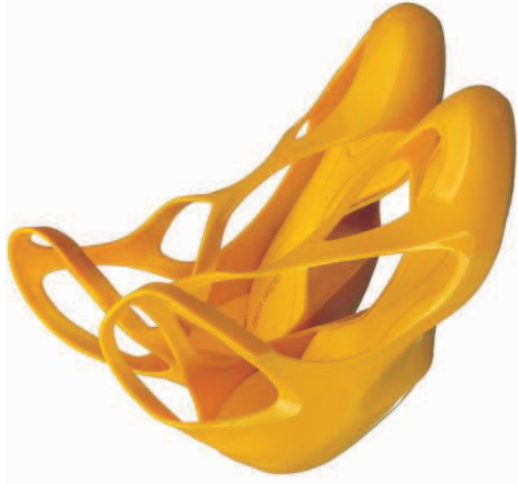


Ilustração 7: Imagem do calçado de plástico desenvolvido pela marca Melissa em parceria com Hadid.
Fonte: Disponível em: <<http://lookmelissa.wordpress.com/2009/12/28/retrospectiva-2009/>>.

Considera-se, pois, que a observação de aspectos simbólicos inerentes a áreas de formalização – arte, cinema, arquitetura, música, literatura, etc. – possibilitam o reconhecimento de sensibilidades emergentes no meio social (de ideias, do *ânima* que flui por entre as relações, de unidades dialógicas fundamentais), demonstrando meios de cumprir os desígnios que fundamentaram o dialogismo de Bakhtin (2004), permitindo o desdobramento da intertextualidade como conceito ativo, e, no caso específico desse estudo, como ferramenta constitutiva da metodologia que se propõe nesse trabalho. Auscultar os diálogos operantes mostra-se, assim, uma forma de construir interconexões entre vozes-consciências, relacionando essas a fenômenos videntes (acontecimentos), que são substituídos por códigos (arranjos signícos). Essa prática permite a identificação de sinais, independente da instância de emissão dos mesmos. A leitura desses sinais leva à decomposição das estruturas, algo muitas vezes apontado por Saulquin como fundamental para a constituição de tendências, proporcionando novos meios de ligação entre a unidade dialógica fundamental (a ideia) e os fragmentos textuais convergentes (outros códigos que visam comunicar a mesma ideia). A convergência comunicacional entre as estruturas pode ser estabelecida de modo sincrônico ou anacrônico, gerando novos sentidos conforme a construção de relações entre a unidade dialógica fundamental e o conjunto. As ressignificações engendradas por essas plataformas

projetuais – o conjunto, a nova composição; portanto, a tendência, a narrativa – permite a interferência de novos interlocutores (projetistas) no processo, que desdobrarão estratégias a partir de categorizações efetuadas *a posteriori* (a temática advinda desse processo). Essa dinâmica visa a criação de mundos possíveis de atuação de artefatos, privilegiando a configuração de caminhos que permitam a projeção de objetos carregados de significações, potencializando não apenas a geração de sentido, mas a vivência desses para os indivíduos a quem os artefatos estão destinados. Novamente, outras significações são articuladas, ligando usuários e arranjos signícos conformados em artefatos, permitindo também a interferência desses no processo, senão de modo participativo, de modo interpretativo (os usuários também são autores, analisando a questão sob esse prisma). O vínculo entre todas essas instâncias é o *import* simbólico, e a posterior geração de cadeias de valor entre empresas, organizações, marcas e usuários é o reconhecimento dessa variante subjetiva através dos artefatos.

As argumentações tecidas até o momento visam apontar caminhos para a problemática geradora dessa investigação, sendo a formalização de um modelo metodológico (que não seja estanque, mas, que permita visualizar o funcionamento das etapas estruturantes propostas), a culminância de todas as análises feitas a partir dos exemplos vinculados ao estudo. Esses exemplos repercutem formatos ativos segundo a visão de uma socióloga – Saulquin – que trabalha com Perspectivas Macrosociais, orientando esse raciocínio para a projeção de artefatos relativos a distintas áreas, tendo o campo da moda como potencial moiriz de análise de transformações vigentes no contexto social. Como já foi visto anteriormente, para Saulquin o campo da moda funciona como meio de compreensão de aspectos socioculturais latentes. Nesse sentido, relacionou-se o funcionamento das ferramentas constitutivas do método que se propõe com as considerações oferecidas por Saulquin, buscando construir interconexões entre a metodologia utilizada pela socióloga e as orientações funcionais do escopo ferramental proposto nessa investigação. O trabalho de Saulquin visa a identificação de sinais a partir de acontecimentos, que servem de modo a gerar categorias relacionais, no intuito de prever desdobramentos do devir cultural de modo amplo (por isso, *Perspectivas Macrosociais*).

Outro exemplo verificado buscou as mesmas constatações a partir da metodologia de configuração de Macro-tendências utilizada pela empresa WGSN. Viu-se, assim, que a moda também se mostra como um campo importante para a construção de análises que visem a geração de informações sobre tendências de ciclo longo de atuação, prevenindo, segundo relatos oferecidos por Pinho e Bisker, o desdobramento de dois anos para cada plataforma relacional (a saber, para cada Macro-tendência constituída pela equipe de profissionais da empresa

implicada no processo de materializar percepções emergentes). Buscou-se, além disso, realizar cruzamentos entre o escopo ferramental constituinte desse estudo e a metodologia objetivada por Saulquin, de modo a oferecer novos e maiores subsídios para a convergência de argumentações a respeito de formas de construir no presente uma visão de desenvolvimento do devir cultural.

O terceiro exemplo procurou relacionar esses pressupostos com as orientações projetuais de uma marca que atua no campo da moda: Melissa. Viu-se, assim, que a premissa de observação do processo de semiose cultural permite a constituição de narrativas projetuais específicas, e que essa relação acaba também reverberando não apenas o construto metodológico proposto nessa investigação, mas vários apontamentos construídos ao longo desse estudo, servindo como meio de vincular argumentações rumo a possíveis sínteses analíticas. Nesse sentido, pode-se considerar que tendências servem como emredos de projeção, articulados de modo a criar vínculos entre subjetividades latentes e coleções lançadas no mercado de modo sazonal. Portanto, tendências são narrativas projetuais.

Nos três casos foi possível argumentar que a perspectiva de identificação de sensibilidades emergentes potencializa a geração de novos sentidos, privilegiando a configuração de interrelações entre ideias, fenômenos de transformações operantes no meio sociocultural (acontecimentos) e representações simbólicas, de modo a criar plataformas que estabeleçam diálogos entre unidades dialógicas fundamentais (a ideia) e fragmentos textuais convergentes. A resultante desse processo, a narrativa (a tendência), busca dar subsídios para a projeção de artefatos com inerente *import* simbólico, e, no tocante a essa investigação, a artefatos de design de moda.

Objetivou-se a construção de questionamentos acerca das interconexões entre macro e microambientes, chegando a relevar a importância do próprio indivíduo no processo de configuração de sinais que visem comunicar transformações, convergindo para apontamentos oferecidos por Massonnier (2008), para quem o todo está em cada um de nós, sendo que essa forma de construir relações pode levar a importantes constatações quanto aos fenômenos de transformação vigentes na sociedade (MASSONNIER, 2008, p. 19).

Porém, essa investigação ainda se mostra carente no tocante a verificar a interferência de coletivos urbanos específicos, micro ambientes relacionais – *tribos urbanas* – no processo de constituição de tendências para a projeção de artefatos de moda. Retoma-se, para tanto, as argumentações relevantes de Penn e Zalesne (2007), que consideram que “nas atuais

sociedades de massa, basta que 1% dos indivíduos façam uma escolha – contrária à maioria – para criar um movimento que pode mudar o mundo” (PENN; ZALESNE, 2007, p.17).

A próxima seção dessa investigação buscará apresentar meios de constituir relações entre a metodologia proposta nesse estudo e a eminência de microambientes de geração de cultura.

3.4 RELAÇÕES ENTRE A METODOLOGIA PROPOSTA E MICROAMBIENTES DE MERCADO

Partindo do pressuposto que é possível identificar sinais convergentes de transformações operantes no meio social através da cultura material, portanto, de artefatos que visam materializar uma ideia – correspondentes a áreas de representação simbólica como arte, arquitetura, música, literatura, cinema, dentre outras – busca-se a inclusão de um último exemplo, como forma de oferecer novos subsídios para a constituição do modelo de funcionamento da metodologia proposta nesse estudo. O exemplo também visa relacionar questões relativas a micro e macro ambientes, permitindo o desdobramento de questões relativas a identificações de sinais a partir do processo de semiose cultural, que pode se dar tanto através de linguagens institucionalizadas pelo sistema, como de linguagens que estejam emergindo à margem deste.

Para tanto, parte-se da análise de um material específico, elaborado para o portal de pesquisa de moda *Usefashion*. O portal – um *site* de internet – busca a elaboração de conteúdos a partir de vários segmentos relativos ao campo da moda, oferecendo informações sobre moda e suas vertentes contemporâneas para empresas de portes diferenciados. As informações são construídas por distintos profissionais, intitulados consultores, visando a disseminação dessas (as informações) em plataformas que possam auxiliar os clientes da empresa na projeção de artefatos de moda.⁶⁶

Dentre os conteúdos vinculados ao portal, situa-se a construção de raciocínio analítico sobre *Tribos Urbanas*, sendo que, periodicamente, um coletivo específico urbano relevante é investigado. A investigação desses coletivos visa demonstrar a importância dos mesmos no

⁶⁶ Mais informações sobre os conteúdos e informações do portal Usefashion podem obtidas pelo endereço eletrônico: <<http://www.usefashion.com/Categorias/Home.aspx>>.

presente, oferecendo subsídios para a compreensão do teor de influência que micro ambientes relacionais possuem na contemporaneidade. Nesse sentido, as análises oferecidas também funcionam como plataforma de estruturação de fragmentos textuais, permitindo que os clientes da empresa objetivem suas próprias interpretações, vinculando-as em futuros projetos de moda.

Para realizar a análise proposta nessa investigação, inclui-se o conteúdo de *Tribos Urbanas* vinculado ao portal *Usefashion* no mês de outubro de 2009, que apresentou considerações sobre um coletivo urbano emergente, intitulado *Vinileiros*. A análise sobre a tribo, configurada pelas consultoras do portal de pesquisa de moda *Usefashion*, Paula Visoná e Ana Bender, partiu da visualização de um documentário (ainda inédito em meios midiáticos) produzido por João Pedro dos Santos Fleck, sendo esse trabalho vinculado à pesquisa acadêmica realizada por Fleck (sua dissertação de mestrado), ainda sem previsão de publicação. No documentário, Fleck mostra o fenômeno de venda de vinis para indivíduos de distintas faixas etárias, buscando compreender a relevância desse comportamento de consumo nos dias atuais. Para tanto, foram realizadas entrevistas com diferentes indivíduos, que apresentaram suas impressões e predileções no tocante ao ato de consumir discos em vinil.



Ilustração 8: Imagem de abertura do documentário produzido por Fleck, inédito em plataformas de disseminação de conteúdos visuais.

Fonte: da autora

Relacionando as análises oferecidas no documentário, as consultoras do portal *Usefashion* buscaram construir o perfil de estilo de um emergente *vinileiro*, constituindo conexões de modo sincrônico e anacrônico para tal. Nesse sentido, procuraram relacionar informações atuais, oferecidas em sites, blogs e comunidades sociais, de modo a encontrar subsídios para a configuração analítica de referenciais que pudessem proporcionar o

entendimento do vínculo de ligação entre indivíduos que se identificam com esse comportamento de consumo na atualidade. Para tanto, partiram de apontamentos oferecidos por Fleck em seu estudo, que considerou que o vínculo de ligação entre indivíduos reconhecidamente *vinileiros* é o sentimento de nostalgia, sendo o artefato (disco de vinil) o modo de materializar esse sentido latente.⁶⁷

Desse modo, foram relevadas questões acerca do crescente consumo desse artefato por uma parcela populacional que não teve contato com o mesmo de modo efetivo. Essa parcela, conhecida como geração *IPod*, é responsável, atualmente, pela re-introdução de discos de vinil no mercado musical, e, segundo dados constituintes da análise construída pelas consultoras, esse fator se deve a quatro fatores centrais:

- 1- O produto está envolto em uma aura retrô, que é muito atraente ao olhar jovem;
- 2- A qualidade sonora é superior à do mp3 com o qual estão acostumados;
- 3- A qualidade gráfica e dos encartes que acompanham os discos é impactante;
- 4- O disco de vinil é mais propício a ser ouvido em conjunto com os amigos.⁶⁸

Nessa perspectiva, partiu-se para a identificação da unidade dialógica fundamental para a constituição do discurso *vinileiros*. Esse pressuposto visa o entendimento dos vínculos simbólicos entre os indivíduos que se identificam com esse comportamento de consumo e a geração de uma narrativa que dê conta de associar fragmentos textuais convergentes para a projeção de artefatos de moda. Analisando tanto as considerações construídas por Fleck, como do cruzamento de informações relacionados pelas consultoras, pode-se considerar que o ponto que relaciona os indivíduos caracterizados como *vinileiros* é a nostalgia, corroborada pela perspectiva de uma aura *retrô* em torno do artefato e suas interfaces, como os elementos gráficos relativos aos encartes dos discos.

Nesse contexto, busca-se compreender melhor o que vem a potencializar essa unidade dialógica – a nostalgia – e como ela pode operar como texto centralizador para a construção de interconexões com outros fragmentos textuais relevantes para a configuração de um estilo representativo, uma estética que tangibilize pressupostos relacionais desse coletivo específico.

Segundo Holbrook e Schindler (2003), a nostalgia pode ser entendida como uma preferência, uma forma geral de gostar que se traduz em uma atitude positiva ou em um efeito favorável relativo a objetos – pessoas, lugares ou coisas – mais comuns em outros períodos

⁶⁷ Conforme informações relacionadas no endereço eletrônico: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>.

⁶⁸ Conforme informações relacionadas no endereço eletrônico: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>.

(juventude, adolescência ou infância e, em alguns casos, até mesmo antes do nascimento do indivíduo que diz possuir nostalgia) (HOLBROK; SCHINDLER, 2003, p.330).

Nesse ínterim, pode-se considerar que a nostalgia funciona como sensibilidade emergente entre os indivíduos que desenvolvem esse comportamento de consumo, sendo que essa ideia (a nostalgia) acaba funcionando como forma de produzir transformações no conjunto, sobre a decomposição de estruturas e a geração de novos sentidos de acordo com a perspectiva proposta por Barthes (1996). O artefato em si – o disco de vinil – funciona como mediador entre subjetividades, possibilitando a geração de novos sentidos a partir das percepções engendradas por indivíduos que não se relacionaram com o objeto em outros períodos.

Para estruturar um raciocínio que permita a composição de uma narrativa, as consultoras buscaram subsídios em informações relativas ao período de maior consumo de discos de vinil na sociedade ocidental. Nesse contexto, foi identificado que o ano de 1977 serviu para a superação de vendas do artefato, e que os estilos musicais mais comercializados correspondiam a *punk*, *disco* e *rock*. Esses estilos, no ano em questão, caracterizavam os tipos de músicas concebidas por alguns grupos e artistas, podendo citar, dentre esses, *Sex Pistols*, *ABBA*, *Donna Summer* e *Queen*, dentre outros.⁶⁹



Ilustração 9: Imagens das capas dos discos de grupos e artistas relacionados aos estilos musicais acima citados
Fonte: Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>.

Aqui tem-se subsídios para construir relações intertextuais: o texto centralizador já foi identificado – a nostalgia – e os fragmentos textuais convergentes relativos aos estilos musicais predominantes no ano de 1977 – *punk*, *disco* e *rock* – permitem uma leitura que

⁶⁹ Conforme informações relacionadas no endereço eletrônico: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>.

interligue períodos – passado e presente – potencializando a constituição de um estética correspondente a um emergente *vinileiro*. A dinâmica anacrônica potencializa a identificação de outros sinais, permitindo uma disposição sincrônica de códigos que visem oferecer subsídios para novas codificações – a composição de um estilo representativo visual da tribo, ou estilos.

Nessa perspectiva, os estilos musicais elencados funcionam como categorias, permitindo a busca por imagens que visem compor um *vinileiro* contemporâneo. Para tanto, as consultoras relacionaram imagens oriundas de várias plataformas de disseminação de arranjos signícos constituintes do campo da moda, como *standes* de feiras internacionais, *usos nas ruas*, vitrines de pontos de venda de várias partes do mundo e desfiles⁷⁰. Todas essas imagens visam apresentar exemplos que correspondam às interpretações atuais sobre formas de representação circunscritas aos estilos musicais anteriormente relacionados, permitindo a amplificação do discurso construído a partir do texto centralizador e, também, demonstrando caminhos para o entendimento da estética assumida por emergentes *vinileiros*.



⁷⁰ Conforme informações relacionadas no endereço eletrônico: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>.



Ilustração 10: Imagens vinculadas às plataformas acima relacionadas.

Fonte: Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>.

Nota-se, pois, a utilização, primeiramente da intertextualidade, partindo do dialogismo para após constituir uma leitura linear ligando sincrônico e anacrônico. Cumprida essa etapa, portanto, identificadas a unidade dialógica fundamental e os fragmentos textuais convergentes, as consultoras realizaram uma ampla busca de imagens, de modo a constituir parâmetros de construção para os pressupostos estéticos assumidos por *vinileiros* contemporâneos. Nesse íterim, foi realizada uma pesquisa *Blue Sky*, sendo que as imagens selecionadas potencialmente correspondem aos estilos musicais identificados, que funcionam como categorias relacionais. Entretanto, antes de efetuar essa modalidade de pesquisa, as consultoras do portal *Usefashion* buscaram compreender melhor como poderia ser a estética de um *vinileiro*, engendrando observações de contextos não-concretos de trocas simbólicas – comunidades sociais presentes no ambiente digital. Esses ambientes proporcionaram novos caminhos para a geração de vínculos entre as categorias relacionais (os estilos musicais) e a busca por exemplos representativos. Alguns desses ambientes de trocas simbólicas estão citados no final da composição do trabalho.

Figuras icônicas do cenário artístico mundial atual também foram incluídas no escopo do material elaborado, de modo a configurar paralelos entre os fragmentos textuais identificados como convergentes à ideia central da narrativa (a nostalgia) e as imagens representativas de distintas áreas do campo da moda. Essa figuras icônicas também acabam servindo como vínculo de mediação entre os indivíduos contemporâneos que se identificam com o consumo emergente de discos de vinil, proporcionando o reconhecimento do texto centralizador a partir dos arranjos signícos utilizados para compor suas representações estéticas.

Recupera-se, nesse momento, a perspectiva apontada por Mafesolli (2002) como forma de agregação de indivíduos, para quem a constituição de elementos estéticos visa proporcionar meios de reconhecimento de aspectos subjetivos, associando indivíduos em torno de uma estruturação imagética que vincule ligações inconscientes, potencializados pela idealização de uma *persona* coletiva, que serve de vínculo agregador entre vontades latentes, oferecendo novas formas de reconhecimento de convivências sociais (MAFESOLLI, 2002, p. 1001-142).

Nesse sentido, foram identificadas as cantoras *Lady Gaga* e *Karen O* (*Karen Orzolek*) como figuras icônicas que servem de referência para a visualização de certos pressupostos de agregação de potenciais *vinileiros* contemporâneos. Essas personas coletivas foram identificadas após observações participantes realizadas em ambientes virtuais, sendo as mesmas citadas por vários indivíduos que se relacionam nesses ambientes. Essas observações privilegiaram a relevância de dados e informações a partir de mensagens e *posts* de indivíduos que se relacionam aos aspectos centrais da identificada geração *Ipod* que consome vinil, ou seja, jovens que não se relacionaram com o artefato vinil em outros momentos de suas vidas, até o presente.

Dois figuras centrais podem ser consideradas uma espécie de síntese para a Geração iPod que ama vinil: **Lady Gaga** e **Karen O** (*Karen Orzolek*), vocalista da banda **YeahYeahYeahs**. Ambas personificam essa mistura entre *punk*, *rock* e *disco* nas suas formas de constituírem suas “personas artísticas”. No caso da **YeahYeahYeahs**, o próprio som elaborado é considerado retrô, misturando *rock* e *punk* a batidas eletrônicas. **Lady Gaga** está mais para o *disco*, mas seria uma última deixá-la de lado, visto que possui vários requisitos que contribuem para sua inserção no universo imagético da tribo.⁷¹

⁷¹ Conforme informações relacionadas no endereço eletrônico: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>.



Ilustração 11: Imagens das figuras icônicas acima citadas.

Fonte: Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>

Além desses elementos de composição, as consultoras buscaram a inserção de um breve histórico sobre a evolução da indústria fonográfica, proporcionando outros elementos de compreensão do atual interesse pelo consumo de discos de vinil. Nesse momento, também incluíam informações relativas a uma gravadora alemã – a Optimal's Records – que não deixou de produzir o artefato desde sua fundação, em 1982; e informações sobre a reabertura de uma importante fábrica de vinis brasileira, que retomou a fabricação do artefato em meados de 2009, devido ao aquecimento do mercado direcionado ao item.⁷²



Ilustração 12: Imagens da gravadora Optimal's Records

Fonte: Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>

Têm-se, assim, a configuração da narrativa intitulada *vinileiros*. Percebe-se que os vínculos utilizados para relacionar os elementos constitutivos dessa narrativa permitem a compreensão do atual estágio do imaginário coletivo de um determinado número de indivíduos, que se relacionam um pressuposto anímico a partir de um artefato, portanto, vivenciam uma sensibilidade através da cultura material. Esse imaginário é permeado pela emergência da nostalgia, e essa unidade dialógica serve para criar interconexões com

⁷² Conforme informações relacionadas no endereço eletrônico: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>.

fragmentos textuais de modo sincrônico e anacrônico, gerando um cruzamento de sentidos que permite a composição de novos significados: a geração *IPod* que ama vinil. As ressignificações engendradas a partir dos estilos musicais elencados como importantes na época de maior comercialização do artefato – 1977 – constituem a base para a compreensão dos preceitos estéticos que ligam os indivíduos identificados a partir do comportamento de consumo de discos de vinil, servindo também como fragmentos textuais convergentes para a constituição da narrativa, visando revelar a estética assumida na atualidade por um micro ambiente de mercado emergente. Essa perspectiva se desdobra no meio sociocultural, utilizando plataformas concretas e não-concretas para vincular artefatos e percepções. Essa dinâmica facilita a configuração de figuras icônicas que acabam servindo como mediação para novos desdobramentos subjetivos: *personas* coletivas. O artefato (o disco de vinil) torna-se, assim, vínculo de trocas em nível simbólico para um determinado micro ambiente relacional, potencializando o desenvolvimento de novas interfaces comportamentais, configuradas em áreas de representação simbólicas específicas (nesse caso, a música). A estruturação dessas informações refletem a vivência de uma sensibilidade atual (a nostalgia), subsidiada pelo ato de consumir discos de vinil, sendo que essa temática possibilitou a criação de um documentário – ainda inédito em circuitos de visualização – portanto, de uma outra plataforma de representação, que proporcionou as noções iniciais do teor de emergência de uma necessidade latente identificada. Nesse contexto, as observações partiram de dois aportes materiais: o disco de vinil em si, e o documentário objetivado por Fleck. Nesse último caso, têm-se a importância de constituir observações a partir da cultura material para a configuração de narrativas projetuais (tendências): as informações disponibilizadas no documentário viabilizaram a busca por outros elementos representativos relevantes para a constituição da possível estética assumida por um determinado coletivo emergente.

Para oferecer caminhos projetuais aos clientes da empresa de comercialização de informações de moda, o portal *Usefashion*, foram selecionadas imagens que vinculassem as categorias específicas (os estilos musicais mais relevantes no ano de 1977) de modo anacrônico e sincrônico, oferecendo meios de potencializar *insights* criativos rumo a constituição de uma estética de agregação entre indivíduos – uma premente *tribo urbana*. Essa estruturação permitiu o reconhecimento de um mundo possível de projeção de artefatos de moda – um cenário – facilitando o reconhecimento de códigos que poderão ser decodificados por projetistas e, assim, gerar novos arranjos signícos com inerente *import*

simbólico (nesse caso, a perspectiva da nostalgia associada às estéticas construídas a partir dos estilos musicais pertinentes). Essa dinâmica visa ligar artefatos de moda a subjetividades latentes, relacionadas, em primeira instância, a um coletivo específico urbano.

A premissa de compreensão dos elementos constitutivos dessa narrativa possibilitou o entendimento não apenas do atual estágio imaginário de uma *tribo urbana* relevada, mas também o devir cultural veiculado a esse micro ambiente relacional. Esse raciocínio se embasa na perspectiva de futuros desdobramentos da indústria de discos de vinil, direcionada tanto aos colecionadores do artefato, como a uma geração que se vê envolvida pelo *ânimo* da nostalgia: a geração *iPod*.

A influência, portanto, da tribo *Vinileiros* na projeção de futuros artefatos de moda mostra-se pertinente, e os elementos estruturados na narrativa de mesmo nome – portanto, na ligação entre os sinais que permitiram a constituição dessa tendência – podem proporcionar formas de posicionamento a empresas, organizações e marcas, permitindo que artefatos com inerente *import* simbólico (a nostalgia e seus desdobramentos estéticos conforme o entendimento desses indivíduos), criem canais de diálogos que extrapolem o micro ambiente relacional em si. Essa perspectiva visa ressignificar fragmentos textuais distintos, contribuindo para a geração de novos sentidos conforme a interpretação e amplificação do texto centralizador que embasa esse comportamento. Inova-se o significado dessa unidade dialógica fundamental (a nostalgia), auscultada no meio de tantos outros diálogos existentes, a partir de arranjos *signícos* constituintes em artefatos de design.

Apresentam-se, assim, formas de desdobrar os *designs* apontados por Augé (2002), quando de suas considerações sobre as três obrigações dos objetos, destacando-se, a preceito desse estudo, a obrigação cultural dos mesmos, sendo essa a instância que permite ao designer jogar mais ou menos com os costumes e tradições relacionadas ao consumidor (AUGÉ, 2002, p. 104).

Para engendrar a tarefa de constituição da narrativa *Vinileiros*, foi elaborado um protocolo de observação. O mesmo partiu da fundamentação teórica oferecida por Holbrook e Schindler (2003), relativa ao entendimento da unidade dialógica fundamental identificada, portanto, a *nostalgia*. Nesse sentido, o protocolo de observação foi constituído no intuito de relacionar macro e micro ambientes – relacional e mercadológico – possibilitando a busca por subsídios e elementos que contribuíssem para a configuração da estética assumida por emergente *vinileiro*. Esse protocolo, constituído por questionamentos fundamentais, serviu

para efetivar um exercício *netnográfico* de coleta de dados e, nesse sentido, inclui-se o mesmo no escopo desse estudo:

- Qual o ano em que o artefato vinil foi lançado?
- Qual o ano em que o artefato vinil teve Record de vendas no mercado ocidental?
- Quais foram os álbuns mais vendidos nesse período?
- Quais eram os estilos musicais mais populares no mesmo período?
- Quais as características estéticas dos artistas e bandas populares nesse período?
- Como a geração *iPod* reconhece o artefato vinil hoje?
- Como os artistas e bandas contemporâneos estão se relacionando com o emergente comportamento de consumo de discos de vinil?

Finalizadas essas considerações, busca-se apresentar, de modo sucinto, a proposição do modelo de funcionamento da metodologia de constituição de tendências que se pretende nesse estudo.

1 - Observação de plataformas de representação simbólica, de modo a identificar, a partir de arranjos *signícos* constituintes de artefatos, a eminência de fenômenos operantes de transformação na atualidade. Essa prática leva à decomposição dessas estruturas, de modo a perceber o teor de comunicabilidade entre as mesmas. Essa observação pode ser efetuada em contextos concretos ou não-concretos de fruição, estimulando a análise de aspectos subjetivos através de métodos como *etnografia* ou *netnografia*. Essa empresa visa a percepção de vínculos simbólicos entre artefatos, acontecimentos operantes (fenômenos) e indivíduos, potencializando ligações entre subjetividades materializadas em arranjos *signícos* que visam a geração de significados conforme dinâmicas interpretativas efetivadas. Fala-se, pois, de observar várias áreas de representação simbólica, de modo a identificar o atual estágio *imagético* através do processo de *semiose* cultural. Nessa perspectiva, entende-se que esses pressupostos levem ao entendimento de potenciais sensibilidades emergentes, construindo relações entre essas e necessidades latentes fragmentadas no meio sociocultural, possibilitando o reconhecimento da ideia que funciona como ligação entre diversas instâncias.

Está-se tratando de cultura material, portanto, inclui-se modalidades de observação como música, artes, arquitetura, cinema, arquitetura e mídias (visuais, impressas e digitais). Citou-se, anteriormente, a inclusão dos métodos de *etnografia* e *netnografia* no escopo ferramental dessa investigação, por entender que é possível construir relações convergentes

em ambientes de fruição, independente do contexto no qual essa prática se desdobra. Nesse sentido, também incluem-se ambientes que podem se caracterizar como espaços de confraternização de indivíduos, por exemplo, plataformas relacionais existentes no ambiente virtual, como *blogs*, comunidades sociais digitais, micro *blogs*, dentre outras.

2 - Intertextualidade: considera-se que os artefatos são textos – arranjos discursivos – portanto, estruturas que podem ser decompostas. A decomposição dessas estruturas visa a identificação da unidade dialógica fundamental que serve de vínculo primordial para a constituição de ligações entre fragmentos textuais (a ideia que funciona como ligação entre várias instâncias). Nesse sentido, a intertextualidade visa a configuração do texto centralizador, que detará o comando do sentido da narrativa que se construirá a partir de novas composições dialógicas: alterações efetivadas no conjunto. Nesse contexto, se está considerando que os artefatos servem como veículos de mediação simbólica entre indivíduos, e que essa se efetiva de modo a permitir trocas entre instâncias, potencializando leituras tanto sincrônicas, quanto anaerônica. Essa prática visa a ligação entre a unidade dialógica fundamental (novamente, a ideia, a sensibilidade emergente) e fragmentos textuais convergentes, sendo esses entendidos dessa forma devido ao grau de comunicabilidade relacional entre os mesmos e a ideia. Nesse sentido, sinais derivam de textos diversos, e as transformações engendradas a partir dessa dinâmica permitirão a composição de novos sentidos, possibilitando a interferência de interlocutores no processo (primeiro, os projetistas, depois, os usuários). Compreende-se, pois, que a ideia é o *ánima* que flui (a sensibilidade emergente) por entre relações desdobradas no contexto sociocultural, e que a formalização desse pressuposto anímico fala sobre o próprio indivíduo, ou seja, de seus desejos e necessidades latentes.

Entende-se que esse pressuposto de estruturação – a ligação entre a unidade dialógica fundamental e os fragmentos textuais convergentes – permite o desdobramento de estratégias projetuais, permitindo que o devir cultural possa ser constituído a partir da prática de cruzamento entre leituras sincrônicas e anaerônicas, potencializando dinâmicas helicoidais de geração de sentido.

3 - Pesquisa *Blue Sky*: a ligação entre a unidade dialógica fundamental e os fragmentos textuais convergentes pode levar à configuração de categorizações, que servem como meio de subsidiar a busca por novos estímulos criativos aos envolvidos no processo de projeção de artefatos de design de moda. Esses estímulos podem corresponder a imagens,

servindo como novos vínculos representativos da ideia identificada. Discussões e seções de *brainstorm* podem ser realizadas antes da busca por esses estímulos (imagens), permitindo a procura por elementos convergentes a partir de raciocínios laterais, evidenciando a configuração de caracterizações estéticas presentes em distintas áreas de representação de subjetividades, relevantes à constituição de um cenário de projeção de artefatos de moda. A efetivação da pesquisa *Blue Sky* visa, assim, a relevância de mais elementos narrativos, proporcionando caminhos para a geração de raciocínios tanto analíticos, quanto metafóricos aos projetistas.

4 - Cenários: partindo da perspectiva de que o contexto atual é caracterizado por complexidades, e que as mesmas podem ser estruturadas de modo a permitir vislumbrar caminhos projetuais, inclui-se cenários como ferramenta no escopo metodológica dessa investigação. Entende-se sua aproximação com uma narrativa, portanto, convencionou-se chamá-la dessa forma. Nesse contexto, um cenário se caracteriza como um enredo, embasado na perspectiva de atuação futura de artefatos. Portanto, cenários podem ser entendidos como uma narrativa que visa proporcionar sentido à problemática geradora de um projeto de moda, propiciando caminhos que baseam desdobrar novas interpretações, conforme a interferência dos projetistas nesse processo. Se está considerando que tendências, no contexto contemporâneo, são narrativas, e que as mesmas são constituídas de modo a ligar fragmentos textuais aptos a desdobrarem estratégias, conforme orientações de empresas, organizações e marcas que atuem no campo. Nesse contexto, se está argumentando que o devir cultural é projetável, e que pode ser embasado pela capacidade de decompor e recompor estruturas, e que a alteração no conjunto (no sentido) visa o desenvolvimento de artefatos de design de moda com inerente *import* simbólico, portanto, com inerente vínculos de ligação entre usuários, suas necessidades latentes e sensibilidades emergentes no contexto sociocultural. Essa prática busca desdobrar formas de comunicabilidade não-verbal, que potencialmente desdobrarão cadeias de valor em nível de significados, permitindo o reconhecimento do atual estágio do imaginário coletivo a partir de características constituintes em artefatos. Essas características podem ser entendidas como arranjos simbólicos, que serão desdobradas em futuros artefatos de design de moda, conforme interpretações engendradas por projetistas a partir dessas plataformas de configuração de estratégias projetuais, portanto, a partir de tendências.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que tendências são constituídas a partir de sinais configurados em diversas plataformas de comunicação de subjetividades latentes, relativas aos indivíduos e suas relações desenvolvidas no meio sociocultural. O trabalho de organização entre os sinais – entre os signos e seus potenciais significados – pode produzir novos sentidos, dependendo da forma como os mesmos serão postos em relação. Essa prática se estabelece a partir da percepção da comunicabilidade que está sendo construída entre os sinais, e essa premissa envolve um pressuposto de arbitrariedade inerente ao processo.

Essa arbitrariedade nasce da interpretação empregada por aqueles que atuam como autores dessas estruturas de convergência, as tendências. Nesse sentido, resgata-se dois enunciados de Foucault (2006 e 1988) relacionados ao tema da arbitrariedade no discurso: que os autores são aqueles que proporcionam os nós de coerência aos discursos, e de que os fragmentos discursivos estão aptos a desdobramentos de estratégias diversas. Portanto, ligam-se autores e estratégias, e a antecipação do devir, frente à multiplicidade (ou, frente à polifonia de vozes, conforme Bakhtin, 2008), é uma empresa que se opera a partir de recortes da realidade, reforçando a arbitrariedade inerente ao processo.

Essas postulações levam a afirmar que artefatos e acontecimentos operantes no meio sociocultural *conversam* entre si: comunicam relações entre indivíduos e suas necessidades latentes através de signos – de-signam algo, são *marcas* destinadas a representar o teor anímico relacional. Assim, perceber o fundamento do que está sendo comunicado, e o para que disso, é o viés que orientou a metodologia de constituição de tendências desenvolvida nesse estudo. Busca-se decompor arranjos comunicacionais para se chegar ao cerne de suas significações e, a partir disso, o entendimento de diálogos operantes entre distintas áreas de representação de subjetividades, convergindo para a construção de cenários – tendências -, como meios de configuração de estratégias mercadológicas. Portanto, encontrar a unidade dialógica essencial é encontrar a essência do discurso – o sentido primevo – e, a partir disso, construir um raciocínio estratégico para a configuração de interrelações entre fragmentos textuais convergentes, proporcionando formas de reconhecimento das subjetividades – relativas aos indivíduos – por meio de novos arranjos estruturais. Essa prática visa proporcionar *nós* de coerência que subsidiem desenvolvimentos projetuais para o Design de Moda, mas também está apta a subsidiar vínculos de projeção para outras áreas do design.

A unidade dialógica essencial é uma ideia latente, verbalizada ou não. A ideia, então, assume o *status* de sensibilidade que emerge no meio social, e sua convergência com a perspectiva de entendimento do *espírito do tempo* que se desenha na atualidade é uma dinâmica possível a partir da percepção da replicação da mesma em diferentes plataformas de representação simbólica. São estruturas que dão conta de gerar cultura, portanto, espaço de estabelecimento de mediações que visam caracterizações inter-subjetivas. Pois, segundo Bakhtin, a ideia vive e opera nesse contato vivo entre pensamentos, entre consciências: “É no ponto desse contato entre vozes-consciências que nasce e vive a ideia” (BAKHTIN, 2008, p.98).

Os artefatos assumem, a partir dessa perspectiva, o papel de vincular vozes-consciência, portanto, de formalizar a fluidez criativa premente entre indivíduos. Trata-se, pois, de entender quais são as ideias que estão surgindo – ou seja, quais são as sensibilidades que estão emergindo e qual seu ponto de contato. Trata-se ainda de identificar e desenvolver *imports* simbólicos em artefatos de design de moda, desdobrar a ideia em caracterizações formais (ou, a preceito desse estudo, em arranjos signícos), considerando que essa é uma dinâmica que parte do indivíduo, e que passa por combinações estruturais interpretativas, que serão devolvidas para o indivíduo sob novos formatos. Esses novos formatos podem ser entendidos como novos sentidos, que visam a ressignificação de uma ideia a partir de outros pontos de vista.

Considera-se que a arbitrariedade assume papel relevante na caracterização do projeto. O projeto visa circunscrever certos domínios de vinculação entre variantes diversas referentes ao *brief* projetual, ou seja, busca caracterizar certas hipóteses de trabalho. A problematização da constituição de tendências que permitam o desenvolvimento de projetos de moda também se dá pela eleição de hipóteses, para que se possa configurar relações de vínculos futuros.

A possibilidade de encontrar a unidade dialógica entre textos convergentes através do design, mais especificamente, através do estudo de tendência no design, é geradora de vínculos de significação e pode operar construindo estratégias mercadológicas que serão posteriormente estruturadas. Pretende-se que, ao se chegar nesse nível de interpretação, possa-se articular criticamente relações entre os fenômenos operantes, de modo a construir interpretações com maior fundamentação, visto que projetistas (de tendências e de artefatos), podem viabilizar narrativas (estruturas) que deem conta de desdobrar a ideia em *imports*

simbólicos, gerando, através dessa prática, canais de comunicação entre artefatos, empresas/organizações, marcas e usuários (indivíduos).

As tendências, assim, são subsídios para o desdobramento dessa dinâmica. Portanto, espaços ficcionais que visam permitir o reconhecimento do teor de comunicabilidade entre micro e macro ambientes. O indivíduo é o princípio e o fim do processo, e o entendimento das mediações estabelecidas através dos artefatos um modo de compreender o estágio atual do imaginário preponderante no meio social. A cultura material, segundo essa lógica, permite a leitura desse pressuposto, orientando para o estabelecimento de desdobramentos projetuais futuros. Encontram-se os *nois* de coerência através de dinâmicas que cruzem sincronia e anacronia, permitindo a construção de análises que extrapolem a dimensão espaço/tempo, orientadas pela linearidade presente entre fragmentos discursivos e suas relações dialógicas.

Extrapolar a área de atenção – nesse caso, a moda – é o ponto de partida para a constituição de tendências segundo o método proposto nesse estudo. Fechar a lógica de constituição de novos sentidos na área em si é, portanto, uma forma limitada de encontrar caminhos projetuais que visem a construção de cadeias de valor entre artefatos, indivíduos e organizações. Ir além, enxergar através dos limites do campo, conectar estruturas: essa empresa permite a configuração de um discurso amplificado, potencializando a geração de estratégias diversas, orientadas conforme o teor de arbitrariedade inerente a projetos e projetistas, indiferente da área do design. Para tanto, formulam-se categorizações, sempre de modo convergente a unidade dialógica essencial, servindo como desenvolvimentos temáticos conceituais que permitam a geração de novos vínculos interpretativos. Raciocínios analógicos e metafóricos são os resultados subsidiados a partir dessa prática, estimulando a configuração de inovações em nível de significados. O profissional que trabalha com a projeção do *devoir* torna-se, assim, o operador de filtros reflexivos, orientando outros projetistas a atingirem novos níveis interpretativos conforme seus entendimentos acerca do que foi relacionado nessa estruturação.

Tendências, nesse contexto, são narrativas que ligam signos, significados, dimensões temporais e subjetividades. Para arranjar todas essas complexidades, são criados mundos possíveis – cenários – onde possam ser concebidas estratégias aptas a atender variáveis mercadológicas, direcionadas segundo nichos de mercado circunscritos a coletivos específicos, ou a ambientes mais abrangentes. Independente da lógica de orientação de mercado, o fato é que essa prática possibilita unir tangível e intangível, oferecendo meios de

compreender as transformações operantes no meio sociocultural, muitas vezes silenciosas. É preciso auscultar *vozes*, indiferente de onde elas estiverem sendo articuladas, questionar o que elas estão *falando* e criar formas de arranjá-las de modo a permitir interpretações. Os sentidos criados, assim, funcionam como espaços de associação, possibilitando a inserção também das *vozes* de outros interlocutores: os projetistas.

Pode-se, assim, concluir que tendências são universos ficcionais objetivados de modo a constituir sentidos, e que esse processo é possível a partir da união entre códigos, criados com o intuito de mediar o homem e a realidade que o cerca, substituindo suas próprias vivências e os acontecimentos implicados nesse processo. Portanto, tendências são espaços de mediação em si, e um dos seus objetivos é a ressignificação da própria realidade que engloba os indivíduos.

Isto posto, conclui-se ainda que as significações associam-se, tanto através de práticas intersubjetivas, como de espaços que vinculem essas relações às vivências e percepções dos projetistas (sejam de tendências, sejam de artefatos de design de moda). Existe, assim, a implicação de formas de expressão de cultura, seja através da história incorporada, seja através das formalizações que visem tangibilizar o estágio de desenvolvimento do intelecto individual e coletivo – como, por exemplo, a construção de tendências. De fato, os artefatos são meios de mediação, e o simbolismo envolvido no processo, mecanismos de entendimento dessas duas variantes de produção de sentidos. Relacionar códigos – interconectar estruturas – é uma empresa que busca desvelar essas mediações, fazendo estalar a linearidade entre os textos, amplificando o sentido do discurso e construindo replicações que potencializem o reconhecimento do *magma* que flui entre os indivíduos, construindo dinâmicas helicoidais de entendimento (portanto, ligando leituras sincrônicas e anacrônicas).

A perspectiva do pintor apontada por Flusser (2007, p.154) segundo a qual ele “ele se esforça em seu espaço privado para juntar a esse código geral, intersubjetivo, aquilo que é específico para ele (suas próprias vivências, etc.)” é o embasamento do estudo realizado: encontrar as relações, desdobrá-las e configurar novas relações entre códigos é algo inerente a representações simbólicas, visto que essas ligam o homem ao mundo (o indivíduo aos acontecimentos que o cercam). A moda é um desses campos de representação, assim como a arte, a arquitetura, o cinema, a música, as mídias... Sempre há o teor intersubjetivo ao lado da percepção individual (da interpretação, da própria construção de sentidos). Ao mesmo tempo, espaços de socialização – independente de serem em ambientes concretos ou não-concretos –

são caminhos que funcionam como outros contextos de mediação, e os artefatos gerados nesses ambientes (escritos, imagens, etc.), potencializam a configuração de novas codificações, passíveis de serem decompostas e também re-associadas.

Envolver todas essas variantes de modo a proporcionar vínculos que ressignifiquem o próprio *brief* projetual é um dos objetivos da metodologia proposta nessa investigação. Essa prática visa a criação de cadeias de valor entre instâncias (artefatos, organizações e indivíduos), e essa dinâmica pode embasar o posicionamento estratégico de empresas, organizações e marcas, devido ao teor de comunicabilidade envolvido em todo o processo. Diálogos não verbais: esse é um dos vínculos para as considerações construídas ao longo desse estudo, e essa é, também, a maior perspectiva estratégica da metodologia de constituição de tendências constituída nessa investigação. Entende-se, pois, que esses diálogos podem ser operados em vários níveis, e que a associação entre eles pode servir para a geração de caracterizações projetuais que estabelecerão posicionamentos de destaque para artefatos de moda, portanto, para organizações que atuam nesse campo, ou que entendam o campo da moda como um universo de convergências diversas.

REFERÊNCIAS

- ADES, D. Dadá e surrealismo. In: STANGOS, Nikos (Org.). **Conceitos de arte moderna**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.
- ADORNO, T. W. **Teoria estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1970.
- AGUIAR E SILVA, V. M. **Teoria da literatura**. 8.ed. Coimbra: Almedina, 2004.
- ARENDT, H. **Entre o passado e o futuro**. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- AUGÉ, M. **Ficciones de fin de siglo**. Barcelona: Gedisa, 2001.
- _____. **Não-lugares**: introdução uma antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papirus: 1994.
- BAKHTIN, M. **Problemas na poética de Dostoiévski**. 4.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- BARTHES, R. A actividade estruturalista. In: COELHO, Eduardo Prado (Org.). **Estruturalismo, antologia de textos teóricos**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- _____. **Elementos de semiologia**. 16.ed. São Paulo: Cultrix, 2006.
- _____. **Sistema da moda**. Lisboa: Edições 70, 1967.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

- BERTOLA, P. **II Design nel pensiero scientifico**: verso uma fenomenologia de design in Design multiverso: appunti di fenomenologia del design. Milano: Polidesign, 2004.
- BOURDIEU, P. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- _____. **O poder simbólico**. 11.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- CALDAS, D. **Observatório de sinais**: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Editora Senac/Rio, 2004.
- _____. **Universo da moda**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 1999.
- CARVALHAL, T. F. **Literatura comparada**. São Paulo: Ática, 1985.
- CASTILHOS, K.; GALVÃO, D. **A moda do corpo, o corpo da moda**. Rio de Janeiro: Esfera, 2003.
- CASTRO, J, MENEZES, M. S. **Design e etnografia**: o diálogo possível in 7º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Paraná, 2006.
- CATOIRA, L. **Jeans, a roupa que transcende a moda**. Aparecida, SP: Idéias & Letra, 2006.
- CELASCHI, F. Dentro al progetto: appunti di merceologia contemporanea. In: CELASCHI, F.; DESERTI, A. **Design e Innovazione**. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2006.
- DALL'ALBA, E. **Drummond, leitor de Dante**. Caxias do Sul: EDUCS, 1996.
- DEMPSEY, M. **Estilos, escolas e movimentos**: guia enciclopédia da arte moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2003
- DESERTI, A. Intorno al progetto: concretizzare l'innovazione. In: CELASCHI, F.; DESERTI, A. **Design e Innovazione**. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2006.
- FIELL, P. & C. **Diseño escandinavo**. Madrid: Taschen, 2005.
- FLUSSER, V.; CARDOSO, Rafael (Org.). **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 16.ed. São Paulo: Loyola: 2008.
- _____. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. 10.ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.
- _____. **Estética**: literatura e pintura, música e cinema. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

- GELDER, K.; THORNTON, S. **The subculture reader**. Londres: Routledge, 1997.
- HOLBROOK, M.B.; SCHINDLER, R.M. **Nostalgia for early experiences as a determinant of consumer preferences**. *Psychology & Marketing*, 20(4):275-302, 2003
- JENNY, L. e outros. **Intertextualidades**. Coimbra: Livraria Almedina, 1979.
- KOZINETS, R. V. Netnography 2.0. In: BELK, R. W.. **Handbook of qualitative research methods in marketing**. [S.d]: Edward Elgar Publishing, 2007.
- _____. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. **Journal of Marketing Research**, Chicago, v.39, n. 1, p. 61-72, 2002.
- LAPLANTINE, F. **Aprender antropologia**. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- LÉVY, P. **A máquina universo**: criação, cognição e cultura informática. São Paulo: Artmed Ed., 1998.
- _____. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- _____. **O que é o virtual?** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.
- MAFESOLLI, M. **O tempo das tribos**. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- MARTINS, G. A., THEÓPHILO, C. R.. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.
- MASSONNIER, V. **Tendências de mercado**: están pasando cosas. Buenos Aires: Ediciones Granica, 2008.
- MANZINI, E. **Design para inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. 1.ed. Rio de Janeiro: PEP/UFRJ, 2007. (Série Cadernos de Altos Estudos)
- MENDES, V., DE LA HAYE, A. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- MINTZBERG, H. et al. **O processo da estratégia**: conceitos, contextos e casos selecionados. 4.ed. Porto Alegre: Bokman, 2006.
- MORAES, D. Metaprojeto: o design do design. **7º Congresso de Pesquisa & Desenvolvimento em Design**. Paraná, 2006.
- MORAIS, M.; PORTINARI, D. Moda aberta, cultura juvenil e movimento punk. **Revista estudos em design**, Rio de Janeiro, v. 13, n.º 2, p. 75-87, jun. 2006.

- MOREIRA, D. A. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- McCRACKEN, G. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- NIETZSCHE, F. **A origem da tragédia**. São Paulo: Ed.Centauro, 2004.
- PARODE, F.; VISONÁ, P. Observatório de moda e devires da cultura. **Anais do VI SOPCOM da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias**, 2009.
- PENN, M. J.; ZALESNE, E.K. **Microtendências**: as pequenas forças por trás das grandes mudanças de amanhã. Rio de Janeiro: Best Seller, 2008.
- PULLON. Uma tentativa de definição. In: COELHO, Eduardo Prado (Org.). **Estruturalismo, antologia de textos teóricos**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- SCALETZKY, C. & PARODE, F. Imagem e pesquisa Blue Sky no Design. **XVI Convenção científica de engenharia y arquitetura**. Cuba, 2008.
- SCALETZKY, C. Pesquisa aplicada/pesquisa acadêmica – O caso Sander. **Anais do 8º Congresso de pesquisa e desenvolvimento em design**. São Paulo, 2008.
- SIMMEL, G. **Questões fundamentais da sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- _____. **Filosofia da moda e outros escritos**. 1.ed. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008
- SMITH, E.L. Arte Pop. In: STANGOS, Nikos (Org.). **Conceitos de arte moderna**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da Inovação**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- TREPTOW, D. **Inventando moda**: planejamento de coleção. Brusque: D. Treptow, 2003.
- VERGANTI, R. et al. Design inspired innovation and design discourse. In: UTTERBACK, James (Org.). **Design inspired innovation**. [S.d]: MIT, 2006.
- VINCENT-RICARD, F. **As espirais da moda**. 2.ed. São Pulo: Paz e Terra, 1987.
- VISONÁ, P. e outros. Design como discurso na concepção de artefatos simbólicos. **Anais do 5º Congresso de Pesquisa em Design (CIPEd)** da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP, 2009.
- ZAMBELLI, M. **Tecine di invenzione in architettura**: gli anni del deconstruttivismo. Venezia: Marsilio Editori, 2007.
- ZANI, R. Intertextualidades: considerações em torno do dialogismo. **Revista em Questão**, Porto Alegre, v. 9, p.121-132, jan.-jun. 2003.

Sites consultados:

- Disponível em: <<http://www2.fesh.unl.pt/editl/verbetes/H/hipertexto.htm>>. Acesso em: 31 dez. 2009.
- Disponível em: <<http://www.susanasaulquin.com.ar/homess.htm>>. Acesso em: 30 jan. 2010.
- Disponível em: <http://www.wgsn.com/public/pdf/wgsn_pt.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2010.
- Disponível em: <<http://blog.ondequando.com/moda/2009/01/wgsn-conta-segredos.html>>. Acesso em: 30 jan. 2010.
- Disponível em: <<http://busas.detrico.com.br/video/9-tendencia-de-inverno-2010-wgsn-nice-leg/>>. Acesso em: 30 jan. 2010.
- Disponível em: <<http://www.rosenbaum.com.br/>>. Acesso em: 30 jan. 2010.
- Disponível em: em: <<http://www.tokstok.com.br/app?page=MostraLeito&service=page&ps=4.41.53004.53272.53351>>. Acesso em: 30 jan. 2010.
- Disponível em: <<http://www.tokstok.com.br/app?page=MostraLeito&service=page&ps=4.41.53004.53272.5335>>. Acesso em: 30 jan. 2010.
- Disponível em: <<http://lbtstudio.blogspot.com/2007/08/lojas-conceituais.html>>. Acesso em: 30 dez. 2010.
- Disponível em: <<http://lbtstudio.blogspot.com/2007/08/lojas-conceituais.html>>. Acesso em: 30 dez. 2010.
- Disponível em: <http://www.melissa.com.br/tudomelissa/index.php?secao=historico_ano>. Acesso em: 07 fev. 2010.
- Disponível em: <http://www.melissa.com.br/tudomelissa/index.php?secao=historico_ano>. Acesso em: 07 fev. 2010.
- Disponível em: <<http://www.dezeen.com/2007/01/31/more-images-of-hadids-emirates-centre>>. Acesso em: 10 nov. 2009.
- Disponível em: <<http://lookmelissa.wordpress.com/2009/12/28/retrospectiva-2009>>. Acesso em: 08 fev. 2010.
- Disponível em: <<http://www.usefashion.com/Categorias/Home.aspx>>. Acesso em: 08 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 08 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 08 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 09 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 15 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 08 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 15 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 09 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 15 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 09 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 15 fev. 2010.

Disponível em: <<http://www.usefashion.com/TribosUrbanas/vinileiros.aspx>>. Acesso em: 09 fev. 2010.