

MODA E CONHECIMENTO: INTERFACES COM AS CIÊNCIAS HUMANAS E A COMUNICAÇÃO

Maria Claudia Bonadio *

Maria Gabriela S. M.C. Marinho *

Solange Wajnman *

APRESENTAÇÃO

Em seu livro a *Era dos Extremos*, o prestigiado historiador britânico Eric Hobsbawm atribui aos “desenhistas de moda” uma aguda capacidade de antecipação dos eventos que moldam as sociedades contemporâneas em seu futuro imediato¹. De modo elegante e sutil, Hobsbawm reconhece nos estilistas habilidades que deveriam, por dever de ofício, estar mais desenvolvidas nos “profetas profissionais” - um modo irônico do autor se referir aos pesquisadores das ciências humanas e sociais.

Considerado uma das grandes referências intelectuais da cena internacional nas últimas décadas, Hobsbawm nos oferece um *insight* que, por caminhos diversos, podemos reencontrar no debate realizado conjuntamente pelo Centro Universitário SENAC e pela Universidade Paulista no final de agosto de 2010, aqui sistematizado na forma de dossiê. Para o evento, denominado **Moda e Conhecimento:**

* Organizadoras do dossiê *Moda e Conhecimento: interfaces com as Ciências Humanas e a Comunicação*
mariacbonadio@uol.com.br
wajnman@aclnet.com.br

¹ A citação literal abre o capítulo 6 nos seguintes termos: “O motivo pelo qual brilhantes desenhistas de moda, uma raça notoriamente não analítica, às vezes conseguem prever as formas dos acontecimentos futuros melhor que os profetas profissionais é uma das mais obscuras questões da história; e para o historiador da cultura, uma das mais fundamentais” (HOBBSAWM, Eric. *A Era dos Extremos*, SP, Companhia das Letras, 1995, p.178).

interfaces com as Ciências Humanas e a Comunicação, estiveram presentes as professoras e pesquisadoras Lucia Santaella (PUC-SP), Maria Lúcia Bueno (UFJF), Teresa Cristina Toledo de Paula (Museu Paulista-USP) e Cristiane Mesquita (SENAC).

Ao longo do encontro, trajetórias de pesquisa diversificadas e fecundas foram reconstruídas e assinalaram a capacidade heurística da Moda enquanto dispositivo social e como objeto de estudo. Manifestação cultural para a qual convergem a estética, o imaginário coletivo e a base material da sociedade na qual está inserida, a moda e seus artefatos são ao mesmo tempo objeto de desejo individual e poderosa alavanca de produção econômica.

Demarcada pelo advento da chamada “modernidade”, caleidoscópica e prismática, a Moda escapa das análises exclusivamente totalizantes. Desafia intelectualmente por ser ao mesmo tempo complexa como objeto de estudo e quase trivial pela forma como é rapidamente devorada e re-significada pelas hierarquias de consumo. Captar, sistematizar, interpretar e analisar tantos aspectos, é tarefa que certamente mobilizará gerações de pesquisadores por décadas a fio. O que podemos assinalar neste momento é a intensa atividade de organização que se verifica no país em todos os âmbitos associados.

Nas duas últimas décadas, o mercado da moda no Brasil expandiu-se, profissionalizou-se e tornou-se mais complexo. Um dos componentes desse processo foi o rápido desenvolvimento da atividade acadêmica nos diferentes níveis, mas com um forte destaque para a implantação e expansão dos cursos de graduação em todo o país. Ao mesmo tempo, cresceu de modo acentuado o interesse pela moda como objeto de atenção do grande público, de setores produtivos e da pesquisa acadêmica em suas distintas variáveis. Trabalhos acadêmicos ou pesquisas encomendadas por empresas e/ou entidades de classes passaram a percorrer um amplo espectro: a dimensão histórica, a moda como fenômeno midiático, o mercado editorial, a ampla cadeia produtiva, as inovações da tecnologia têxtil e dos processos de comercialização - do varejo aos insumos -, além dos eventos que assumiram dimensão internacional e projetaram criadores e suas grifes para além das fronteiras nacionais.

Trata-se, em termos nacionais, de uma das experiências mais bem sucedidas de “reinvenção” de um setor e de uma atividade que na década de 1990 quase havia sido solapada pelo processo de liberalização econômica. A reestruturação produtiva vivenciada em escala global na década anterior provocou a abertura das importações

brasileiras no início do governo Collor, por meio de ações drásticas que aprofundaram a crise econômica do país. As medidas promulgadas em 1992 praticamente estrangularam a indústria têxtil nacional que, em razão também de fragilidades intrínsecas, se revelou incapaz de concorrer com os produtos asiáticos oriundos principalmente da China.

Ao mesmo tempo, outros setores que vinham de um processo de reestruturação endógena adquiriram um novo dinamismo ao longo da década de 1990, entre os quais figura o segmento do ensino superior privado. A partir principalmente de 1994, com o advento do governo Fernando Henrique Cardoso e sob a gestão do economista Paulo Renato de Souza no Ministério da Educação, a extrema liberalização das regras de credenciamento de cursos superiores, somada ao engessamento do setor público, permitiu uma expansão sem precedentes de cursos, faculdades e universidades particulares por todo país.

A flexibilização do setor propiciou a diversificação da oferta de cursos e o ensino superior privado tornou-se responsável pela criação de um novo elenco de perfis profissiográficos. Identificou-se no mercado a existência de novas demandas de formação profissional de nível superior e aquele segmento desenvolveu cursos que visavam atender tais objetivos. A oferta de cursos de graduação em moda corresponde a esse movimento. No caso de São Paulo, o ponto de inflexão pode ser localizado entre o final da década de 1980 e o início dos anos de 1990.

Paralelamente à institucionalização dos cursos superiores, novas questões de cunho acadêmico se impuseram, tais como a indagação sobre a “cientificização” dos conteúdos ministrados em cursos de vinculação estreita com as demandas de mercado. Posto de outra forma, cumpria refletir sobre a dimensão epistemológica dos saberes organizados em torno de objetos de escassa tradição acadêmica ou de produção não-sistemática.

A experiência do Nidem (Núcleo Interdisciplinar de Estudos da Moda)-UNIP, que obteve em 1998 o primeiro financiamento atribuído pela FAPESP para um grupo de pesquisa em torno da moda, permitiu uma reflexão inicial acerca destas temáticas, esforço que retomamos agora com a organização deste evento. Propusemos um fio condutor para o debate, de modo a situar as experiências individuais no contexto das duas últimas décadas, período no qual, conforme apontado, o mercado de moda se tornou mais complexo e sofisticado e o tema ocupou um lugar bastante diferenciado na academia.

A partir daí, solicitamos que as intervenções contemplassem, entre outros, os seguintes aspectos:

1. Apresentação dos respectivos temas de pesquisa. Como se definiu o interesse pessoal pelo tema e pelos principais problemas das investigações realizadas ou em andamento. Desafios, adversidades ou apoios institucionais para a pesquisa do tema.
2. Limites dos aportes disciplinares. Contribuições ou limitações das ciências constituídas: ciências sociais, história e cultura material, comunicação. Critérios adotados nas escolhas bibliográficas e seleção dos autores de referência. Que autores/escolas teóricas permanecem válidos como referencial teórico. Que autores/escolas perderam vigor explicativo, dada a complexidade dos temas.
3. Como percebeu, se relacionou ou respondeu academicamente ao processo de expansão da moda como fenômeno cultural, mas também como força de mercado.
4. O impacto da cibercultura e do mundo digital para o processo de produção de pesquisa, na perspectiva pessoal, mas também enquanto corpo de produção acadêmica e na dimensão das relações institucionais.

Compõe o dossiê uma entrevista inédita do filósofo francês Gilles Lipovetsky (realizada em setembro de 2010 pelos professores do Centro Universitário Senac), cuja relevância para a temática da moda encontra-se amplamente debatidas pelas participantes do evento.

Também integram o dossiê cinco artigos que refletem sobre o campo da moda seus diversos aspectos, tais como: a produção acadêmica sobre o tema na pós-graduação; o ensino tecnológico de moda no País; a importância do estudo e análise de tendências para a indústria do vestuário; moda e campo não hermenêutico da comunicação de massa e a importância da moda como fonte e aposta fundamental na dinâmica da socialização e da constituição "identitária".