

“Está na moda”: um estudo sobre cadernos de inspirações e o trabalho do *cool hunter*

It's Fashion: a study about trendbooks and the cool hunter work

Carolina Feitoza Doria Cardoso

Faculdade SENAI-Cetiqt, Brasil

carol.feitoza@yahoo.com.br

Cristina de Araujo Seixas

Faculdade SENAI-Cetiqt, Brasil.

cseixas@cetiqt.senai.br

O presente trabalho é resultado do Laboratório de Iniciação Científica, sob orientação da professora Cristina Seixas, Faculdade SENAI-CETIQT, e visa compreender o processo de captação e consolidação de inspirações.

Inspirações/Tendências, Design de Moda, Comunicação.

Abstract. This work is a result of a project research for professor Cristina Seixas, from Faculdade SENAI-CETIQT, and its objective is comprehend the processo of trend research and consolidation.

Trends, Fashion Design, Communication

O presente trabalho encontra-se em fase inicial de desenvolvimento, sob orientação de Cristina Seixas, professora da Faculdade SENAI/CETIQT no âmbito do Laboratório de Iniciação Científica, atividade obrigatória para os alunos de graduação em Design de Moda desta instituição. A pesquisa parte do eixo “Moda, Produção e Comunicação” e tem como objetivo compreender os processos de pesquisa, captação e consolidação de inspirações que culminam nos cadernos de inspirações.

A área de pesquisa de moda tem se destacado nos últimos anos e prosperado na medida em que a moda brasileira vem se profissionalizando e procurando consolidar sua posição no mercado interno e externo. Para isto, o bom conhecimento do público alvo é essencial. Soma-se a isto a escassez de estudos sobre o tema, esclarecendo sobre metodologia na pesquisa de mercado, como aborda Dario Caldas (2004). Desta forma, este trabalho se

destaca devido ao estudo sistemático não só das inspirações como fim, mas da forma como são captadas e do papel que expressam dentro de um sistema total (Lipovetsky, 2009).

Nas atividades desenvolvidas estão incluídas leituras de bibliografia referente ao tema, análise dos cadernos de inspiração Carlin e Promostyl e a realização de entrevistas com profissionais da área, no intuito de captar os diversos recursos utilizados em seu trabalho.

Partindo do entendimento de que a moda se revela um sistema dotado de valores e mecanismos referentes à sociedade na qual ela está estabelecida, observo que o fenômeno das tendências é recente, típico do último século, e ainda mais, de sua segunda metade. Isto se deve ao fato de nesta época ser predominante a valorização do indivíduo, que por sua vez procura sua distinção através do novo e da novidade. Tais valores, típicos da modernidade, mostram claramente como a moda acompanhou a mudança da estrutura de pensamento da sociedade ocidental e se consolidou na medida em que a valorização do indivíduo foi possível. Estes acontecimentos, em certa medida, tiveram influência na força das inspirações hoje. A moda, portanto, expressaria elementos sociais e psicológicos referentes a indivíduos inseridos em uma sociedade, dentro da qual as tendências buscariam trazer novidades inseridas em uma lógica já consolidada pautada na busca por distinção.

Entendendo que esta é uma pesquisa que une aspectos que se relacionam diretamente com o mercado, assim como com a pesquisa científica, recorro a diversas áreas do conhecimento – comunicação, *design*, *marketing*, ciências sociais entre outras – para compreensão das questões aqui mencionadas. Desta forma, este trabalho pretende reunir material relevante e contribuir com o melhor entendimento do papel das pesquisas de inspirações e seus métodos, gerando benefícios para o setor.

Referências bibliográficas:

- APPADURAI, Arjun. A biografia das coisas. In: A vida social das coisas, as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EDUFF, 2008 [1986]
- CALDAS, Dario. Observatório de Sinais: Teoria e Prática da Pesquisa de Tendências. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.

- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens: Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.
- ELIAS, Norbert. A sociedade dos indivíduos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1994.
- JOFFILY, Ruth. O jornalismo e produção de Moda. Editora Nova Fronteira, 1991.
- KOPYTOFF, Igor. A vida social das coisas, as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EDUFF, 2008
- LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero – A moda e seus destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- VINCENT-RICHARD. As espirais da moda. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.