



ZEITGEIST

Professores:

Valdecir Babinski Júnior
Talita Borges

Curso:

Superior em Design de Moda

Instituição:

Instituto Federal de Santa Catarina
Câmpus Jaraguá do Sul Centro

Referências

BRUM, Camila; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. *Sketchbook* e Planejamento de Cenários no Design de Moda. In: COLÓQUIO DE MODA, 8., 2012, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2012. p. 1 - 10. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/8-Coloquio-de-Moda_2012/GT04/COMUNICACAO-ORAL/103451_Sketchbook_e_Planejamento_de_Cenarios_no_Design_de_Moda.pdf. Acesso em: 28 jan. 2020

CAMPOS, Amanda Queiroz. A cartografia do novo: difusão e coordenação de tendências de moda. In: SANT'ANNA, Mara Rúbia (Org.). **Caminhos do contemporâneo e saberes sensíveis**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019. p. 126-139.

MATHARU, Gurmit. **O que é design de moda?** Porto Alegre: Bookman, 2011. Tradução de: Mariana Bandarra.

WAGNER, Christiane. *Zeitgeist*, o Espírito do Tempo – Experiências Estéticas. **Revista de Cultura e Extensão USP**, São Paulo, v. 12, p.21-29, 31 out. 2014. Universidade de São Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9060.v12i0p21-29>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rce/article/view/86802/89801>. Acesso em: 29 jan. 2020.

A photograph of four young people (three women and one man) standing in front of a red brick wall. They are all looking down at a smartphone held by one of the women. The woman on the far left has blonde hair in a bun and wears glasses and a white top. The man next to her has short dark hair and wears a green and white shirt. The woman in the center has dark hair in a bun, wears glasses, a yellow top, and large white headphones. The woman on the far right has dark hair in a bun and wears a blue denim shirt. A white rectangular box is superimposed over the brick wall in the upper middle section, containing the text 'O conceito de zeitgeist'.

O conceito de *zeitgeist*

“

Para Brum e Costa (2012, p. 3, grifo nosso):

Para traduzir a palavra alemã *Zeitgeist* é preciso recorrer a uma expressão que varia entre ***espírito do tempo*** e ***espírito de época*** [...] o uso freqüente [*sic*] desta expressão ocorreu no final do século XVIII [...]

”

“

Para Wagner (2014, p. 22, grifo nosso):

A moda é um reflexo do tempo em que é criada, vestida e usada. Corresponde a tudo o que é moderno, ou seja, ao espírito do tempo ou do *Zeitgeist*. [...] Em princípio, trata-se de uma **metodologia empírica** no sentido aristotélico de um domínio do **mundo sensível** [...]

”

Interpretações

Para Brum e Costa (2012), o *zeitgeist* pode ser interpretado de duas maneiras:

- a. Interpretação coloquial:** expressa o contemporâneo;
- b. Interpretação culta:** clima geral intelectual, moral e cultural, predominante em uma determinada época.

“

Para Brum e Costa (2012, p. 3, grifo nosso):

Ambas as interpretações contemplam a esfera do intangível, **daquilo que requer leitura e encontra-se em formação**; daquilo que é possível perceber com distanciamento, pois está presente nas próprias coisas, em essência.

”



Para Matharu (2011, p. 79, grifo nosso):

“Zeigeist” significa “o espírito do tempo”. O papel do designer é não apenas criar modelos, mas também saber que tecidos, cores, silhuetas e proporções irão capturar a atmosfera ou instigar o futuro. **Por meio de um processo de pesquisa, o designer busca inspiração criativa para estimular conceitos e experimentações contemporâneos, que desencadearão essas novas ideias ou temas no design. **É nesse ponto que o designer identifica o *zeitgeist*, investigando, caçando e reunindo informações para alimentar sua imaginação - capturando assim o espírito do tempo.****



“

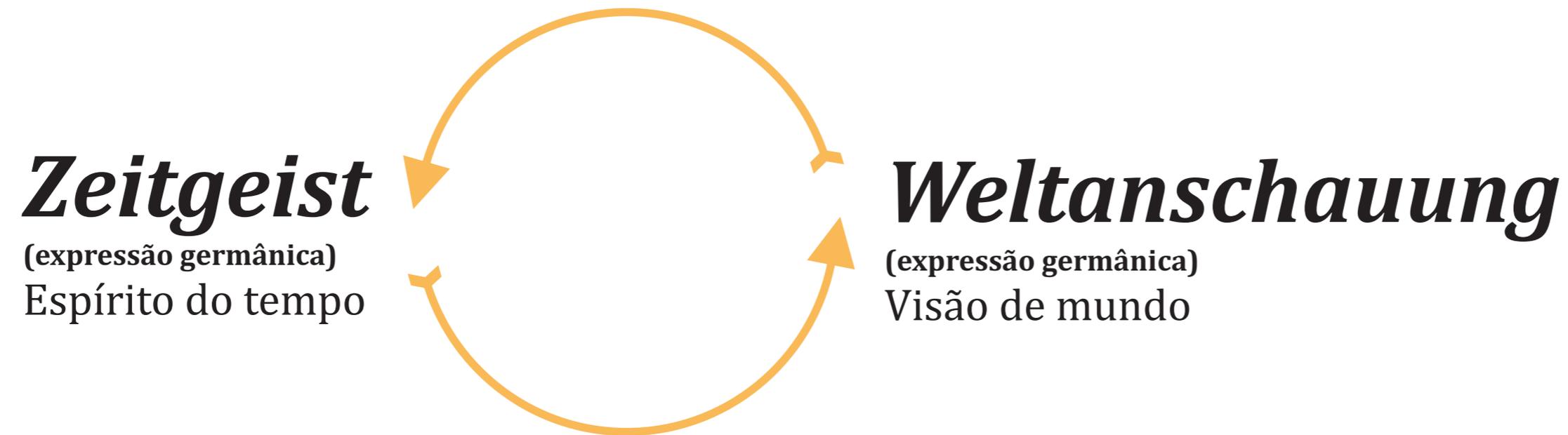
Para Matharu (2011, p. 79, grifo nosso):

A compreensão de *zeitgeist* é capaz de fazer de um designer um pensador individual, tridimensional e diverso, com autoridade sobre suas convicções de design. Também ajuda a desenvolver sua integridade criativa e personalidade [...]

”

Articulações

Para Brum e Costa (2012), o *zeitgeist* pode estar articulado ao conceito de *Weltanschauung*, ou **visão de mundo**, pois as mudanças do espírito do tempo são refletidas pela apresentação, ilustração e materialização da visão de mundo dos sujeitos de cada época.





Para Brum e Costa (2012, p. 4, grifo nosso):

Cabe [...] compreender o impacto de *Zeitgeist* e *Weltanschauung* no âmbito do design de moda, que por essência gera significação aos objetos, traduzindo **comportamentos e diferentes visões de mundo**, da mesma forma que contribui **na construção e leitura do espírito do tempo**. [...]



Articulações

Brum e Costa (2012, p. 4) afirmam que os conceitos de *zeitgeist* e de *Weltanschauung* também articulam-se ao conceito de *pari-passu*: “expressão que representa as constantes alterações nas esferas sociais”.

Zeitgeist

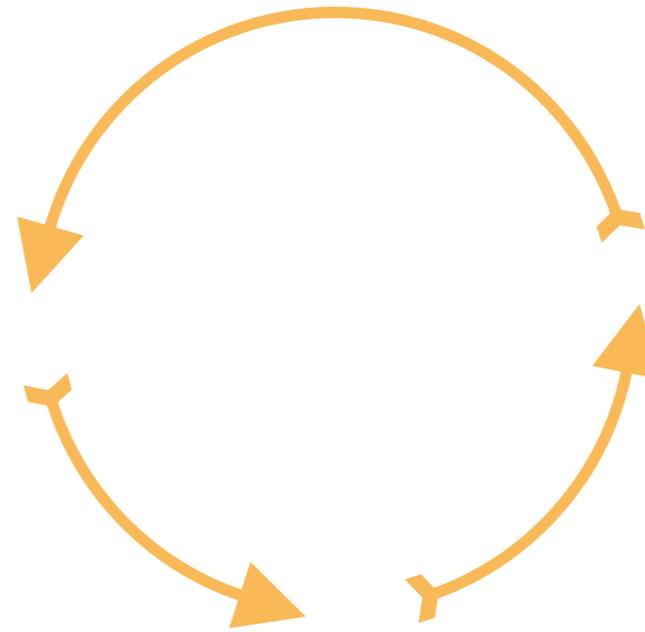
(expressão germânica)
Espírito do tempo

Weltanschauung

(expressão germânica)
Visão de mundo

Pari-passu

(expressão latina)
Mudança social constante





Campos (2019), em nota de rodapé, descreve *zeitgeist* como:

Termo em alemão com o sentido de “espírito da época” ou “espírito de um tempo” para associar e captar as características gerais, como **as aspirações, o pensamento, a cultura e o modo de vida de uma nação dentro de determinada era [...]**



Articulações

Para Campos (2019), o conceito de *zeitgeist* está ligado ao conceito de *ethos*, entendido como costume, modo ou estilo habitual de ser construído ou incessantemente reconstruído pela humanidade.

Zeitgeist
(expressão germânica)
Espírito do tempo

Ethos

(expressão grega)

Costume ou estilo de ser

Weltanschauung

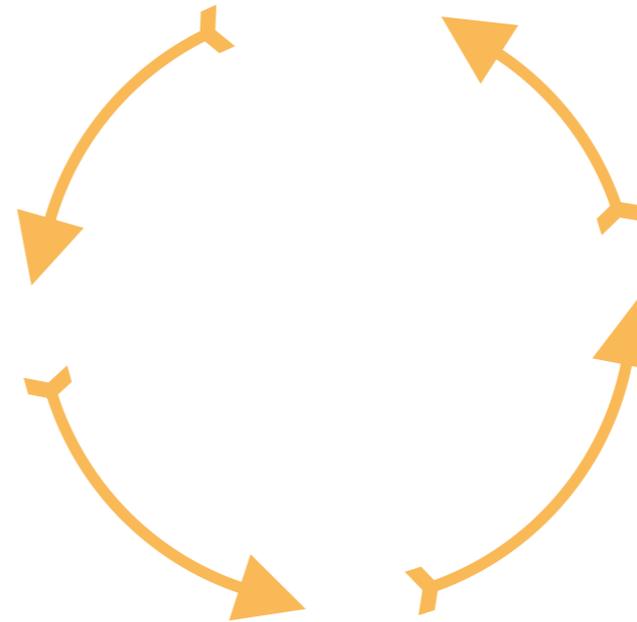
(expressão germânica)

Visão de mundo

Pari-passu

(expressão latina)

Mudança social constante



A photograph of three young people, two women and one man, standing against a textured teal wall. They are all looking down at a notebook held by the man in the center. The woman on the left has long dark hair and is wearing a grey t-shirt with a pink flamingo pattern. The man in the center has short brown hair and is wearing a black t-shirt under a dark denim vest. The woman on the right has her hair styled in many colorful braids and is wearing a black t-shirt. A white rectangular box is superimposed over the scene, containing the text 'A pesquisa de zeitgeist'.

A pesquisa de zeitgeist

Como pesquisar o *zeitgeist*

Segundo Matharu (2011), a pesquisa sobre o *zeitgeist* pode ter três pontos de partida - o que o autor chama de **fontes primárias de pesquisa**:

Sobre	Onde pesquisar
Alta cultura	Em materiais sobre belas-artes, na literatura, na música clássica, no teatro, na política, na filosofia, na antropologia, na sociologia, na psicologia e em filmes de arte
Cultura popular	Na televisão, na música <i>pop</i> , nos filmes e na cultura da celebridade
Baixa cultura	No estilo de rua (como o <i>hip-hop</i> e em outras tendências de efeito <i>bubble-up</i>), nos esportes e nas tribos de estilo

Fonte: adaptado de Matharu (2011, p. 79)

Como pesquisar o *zeitgeist*

Na compreensão do exposto até aqui, pode-se compreender que a pesquisa de *zeitgeist* envolve quatro fatores que requisitam respostas para diferentes perguntas.

Sobre	Onde pesquisar
<i>Zeitgeist</i>	Qual era o “ espírito ” dessa época? Qual a atmosfera dessa década?
<i>Weltanschauung</i>	Qual a visão de mundo dos indivíduos dessa época? No que eles acreditavam, como enxergavam sua realidade?
<i>Pari-passu</i>	Quais as transformações sociais que ocorreram nessa época? Quais as principais mudanças no âmbito coletivo e como elas afetaram a sociedade?
<i>Ethos moda</i>	Como as mudanças sociais ocorridas refletiram no vestuário e nos costumes dessa época? Como o “gosto” dessa década foi formado e como ele se manifestava?

Fonte: elaborado pelo próprio autor.

A woman with voluminous, curly brown hair and dark sunglasses is the central figure. She is wearing a light pink, textured sweater with a ribbed crew neck and cuffs. The sweater features large, vibrant red and pink floral embroidery on the sleeves. She is posed with her hands near her chest, looking slightly to the side. The background is a solid, bright yellow. A white rectangular box is superimposed over the center of the image, containing the text.

A pesquisa de *zeitgeist* como método



Para Wagner (2014, p. 26):

[...] As sutilezas, no tocante à estilização, os croquis, o *mood board* (painel de criação), o *styling* (produção de moda) em relação à tecnologia atual, as cores, a adequação às tendências e ao conceito de inovação, tudo isso e mais outros elementos envolvem o **trabalho do designer de moda e implica metodologia.**



Métodos de pesquisa do zeitgeist

Segundo Wagner (2014), no cenário internacional, os métodos de pesquisa do *zeitgeist* mais empregados são:

Método de pesquisa	Ênfase
<i>Culturama - Iconoculture</i>	Oferece padrões para projetos por meio de um planejamento baseado em diversos paradigmas culturais
<i>Global Monitor</i>	Oferece interpretações e traduções acerca dos valores sociais para empresas desenvolverem projetos estratégicos de marketing global
<i>Cool Monitor</i>	Oferece escritos sobre pessoas, lugares e produtos vanguardistas que sinalizam as próximas mudanças culturais

Fonte: adaptado de Wagner (2014, p. 24)



Sobre a pesquisa de *zeitgeist* como método, Wagner (2014, p. 24) a define como:

[...] Trata-se da essência de uma **metodologia intuitiva, dedutiva e indutiva** para formular os **diversos ciclos criativos da moda** que compreendem os artigos básicos de longa duração, artigos que têm uma evolução progressiva em médio prazo e, sobretudo, aqueles de curta duração considerados de vanguarda.







Muito obrigado!
Dúvidas: vj.babinski@gmail.com