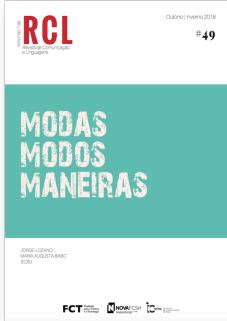


# Revista de Comunicação e Linguagens



Vol. (2018)

ISSN 2183-7198 (electrónico/online)

Homepage: <https://revistas.fcsh.unl.pt/index.php/rcl>

---

## ***Questões preliminares ao estudo da moda***

Adriano Duarte Rodrigues

---

### **Como Citar | How to cite:**

*Rodrigues, A. D. (2025). Questões preliminares ao estudo da moda. Revista De Comunicação E Linguagens, (49), 1-11. Obtido de <https://revistas.fcsh.unl.pt/rcl/article/view/1456>*

### **Editor | Publisher:**

ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA

### **Direitos de Autor | Copyright:**

*Esta revista oferece acesso aberto imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratização mundial do conhecimento.*

## Questões preliminares ao estudo da moda

### Preliminary questioning to fashion criticism

**Adriano Duarte Rodrigues**

Universidade Nova de Lisboa

Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, 1069-061 Lisboa, Portugal

adrodrigues42@gmail.com

#### **Resumo**

Formulação das dificuldades com que se confronta quem pretender elaborar um estudo científico sobre a moda e proposta dos caminhos para as ultrapassar. A uma primeira abordagem, a moda parece ser constituída por processos intersubjetivos que obedecem a uma lógica paradoxal e decorrer de jogos de linguagem que fazem intervir dispositivos extrínsecos a essa lógica para regular os paradoxos que a constituem.

**Palavras-chave:** experiência; intersubjetividade; lógica paradoxal; moda; socialidade

#### **Abstract**

This text elaborates upon the formulation of the difficulties faced by those who wish to elaborate a scientific study on fashion and aims to propose ways of overcoming them. After recalling the etymology of the term, this text draws attention to two questions prior to the study of fashion: the understanding of the nature of intersubjective processes that obey to its paradoxical logic and the understanding of the language games that, by using devices extrinsic to this logic, eventually regulate the logical paradoxes that constitute the phenomena of fashion.

**Keywords:** experience; intersubjectivity; paradoxical logic; fashion; sociality

#### *1. Introdução*

Quando comecei a elaborar a minha intervenção para este colóquio dedicado à moda, deparei-me com dificuldades que me pareciam à primeira vista insuperáveis. Decidi formular estas questões tendo em vista descobrir o caminho que se me afigura indispensável para a superação dessas dificuldades. É por isso que acabei por dar como título a esta intervenção «questões preliminares ao estudo da moda», uma vez que aquilo que pretendo fazer é procurar a possibilidade de um ponto de partida para o estudo da moda que respeite as exigências da científicidade. Por *exigências de científicidade* entendo as que decorrem do imperativo de suspensão do meu juízo acerca do valor dos objetos que

pretendo estudar, tendo em vista a formulação de um discurso que qualquer ser dotado de razão não pode deixar de aceitar como certo.

Como disse, na minha busca por este ponto de partida, deparei-me com algumas dificuldades aparentemente difíceis de ultrapassar. A primeira dificuldade é a da definição do objeto que serve de referente à utilização do termo moda. A questão consiste em saber o que dizemos exatamente quando falamos de moda? Esta dificuldade é patente, se tivermos em conta que o termo moda não se refere a uma realidade, a um objeto ou um facto particular, mas um termo que é utilizado, ora como sujeito («a moda é x»), ora como predicado («x é moda») de proposições em que objetos, comportamentos, pessoas ou acontecimentos ocupam respetivamente o lugar de predicado ou de sujeito.

A segunda dificuldade do estudo da moda tem a ver com o facto de os mesmos objetos, comportamentos e os acontecimentos que, numa ocasião podem ser predicados de proposições que tenham a moda como sujeito ou sujeitos de proposições que tenham a moda como predicado, noutras ocasiões deixam de ser predicados de proposições que tenham a moda como sujeito e de ser sujeitos de proposições que tenham a moda como predicado.

A terceira dificuldade tem a ver com a grande diversidade de recortes temporais nas mudanças dos objetos, dos comportamentos ou dos acontecimentos que ocupam o lugar de referentes do termo moda. Podemos encontrar como referentes do termo *moda* objetos delimitados, por períodos temporais que têm a dimensão, tanto de um período histórico (a moda na Renascença), de um período secular (a moda no século XIX) ou do período de uma década (a moda dos anos 20 ou a moda dos anos 50), como de períodos sazonais (a moda da Primavera, do Verão, do Outono, do Inverno).

Estas três dificuldades estão relacionadas com uma quarta dificuldade, a de não existir uma verdadeira definição de moda, uma vez que, quando falam de moda, os autores limitam-se habitualmente a descrever os objetos que entendem ser predicados da moda. Encontramo-nos, por isso, numa situação parecida com a que já Platão denunciava, isto é, a de pretendermos definir um conceito pela descrição das coisas que costumam ser compreendidas dentro desse conceito. É como se, por exemplo, quiséssemos dizer o que é a justiça enumerando os comportamentos que achássemos justos. É evidente que é legítimo dedicar a nossa atenção a um objeto da moda em particular, por exemplo, aos modelos de

vestuários da moda do Verão de 2017. Mas o problema permanece e, de certo modo, ainda se agrava mais, o de saber aquilo que faz com que esses modelos sejam classificados como objetos de moda, o que há de distintivo nesses modelos que os faça distinguir de outros modelos de vestuário.

Penso que nos encontramos, por isso, neste colóquio, perante uma tarefa imensa e de difícil solução, a de tentar elucidar aquilo que é a moda, aquilo que constitui a sua essência.

Quero, desde já, avisar que não vou responder inteiramente a estas questões, nem ultrapassar estas dificuldades. A minha proposta é muito mais modesta. Aquilo que pretendo fazer é apenas indicar que caminhos considero indispensável seguir se quisermos encontrar o começo de resposta de modo a podermos alcançar soluções para as dificuldades da tarefa de entender em que consiste a moda. Nesta minha busca por um ponto de partida para a solução destas dificuldades, achei oportuno começar modestamente por considerar a moda apenas como uma palavra ou um termo da língua, procurando identificar o sentido etimológico deste termo.

## *2. A propósito da etimologia do termo «moda»*

Curiosamente, o termo «moda» partilha com um conjunto de outros termos o mesmo étimo. Benveniste mostrou que o termo deriva de uma raiz indo-europeia, de *md*. Deste étimo, derivaram muitos termos do Grego e do Latim, termos que viriam a dar origem, em português, não só aos termos *moderno*, *moda*, *moderação*, *modificação*, com a vocalização breve do étimo indo-europeu, mas também *medir*, *medida*, *media*, *medicina*, *médico*, *medicamento*, com a vocalização longa (Benveniste 1969, 2, 123-131). Aquilo que têm em comum estes termos, à primeira vista distintos, é o facto de todos servirem para referir um processo de paragem, de contenção de um fluxo, tendo em vista impedir o seu avanço descontrolado. Era o que, por exemplo, levava Aristóteles a dizer, na *Ética a Nicodemo: in medio stat virtus*. Habitualmente esta expressão é traduzida em português por «no meio está a virtude», mas aquilo que Aristóteles queria dizer era antes: «na contenção está a força». Podemos portanto considerar que o termo moda está relacionado etimologicamente com moderno, com um processo de contenção que pare o fluxo habitual na experiência de um

determinado domínio, tendo em vista evitar que degenera num fluxo descontrolado e fatal<sup>1</sup>. Este processo esteve sempre associado, ao longo da história, a uma modalidade específica de racionalidade, distinta da modalidade tradicional. Trata-se de uma racionalidade específica legitimada, não no hábito irrefletido daquilo que nos foi transmitido, mas naquilo que descobrimos de novo como apropriado.

Chegado a este ponto, descobri que só podemos entender a natureza da racionalidade responsável pela intervenção de contenção de que, entre outros termos, moderno e moda fazem parte, se nos demarcarmos daquilo a que poderia dar o nome de visão historicista que encontramos na maioria dos estudos que tenho lido sobre a moda. Por visão historicista, entendo a relação do aparecimento da moda com uma determinada época histórica. Tenho duas boas razões para me demarcar desta visão. A primeira razão tem a ver com o facto de os autores não se entenderem sobre a fixação das fronteiras desta época. De facto, enquanto uns autores consideram que a moda remonta ao século XIV, com o surgimento na Europa da burguesia letrada, outros autores pretendem assinalar o século XIX como o momento de invenção da moda, com o desenvolvimento da industrialização, e outros autores ainda defendem que a moda surgiu depois da Segunda Guerra Mundial. Mas a razão de fundo que me leva a abandonar a visão historicista da moda é outra, a de partir de um pressuposto não discutido, o de que as pessoas só teriam adquirido a sua capacidade racional para romperem com os hábitos transmitidos a partir de uma determinada época histórica, o que me leva a desconfiar de que a visão historicista é preconceituosa e anacrónica, incompatível por conseguinte com o caminho científico que pretendo descobrir.

Aquilo que a etimologia do termo nos sugere é que a visão historicista, além de ser parcial, impede que se encare a natureza lógica da relação essencial que a moda estabelece com a experiência moderna, independentemente das maneiras concretas como essa relação se foi manifestando ao longo da história.

---

<sup>1</sup> Apresentei de maneira mais desenvolvida esta questão etimológica em Rodrigues 2010.

### 3. A moda como categorização ética e estética da experiência

Neste meu esforço por encontrar uma compreensão científica da moda, deparei-me com a dificuldade decorrente do facto de o termo se prestar a uma grande multiplicidade de utilizações. No entanto, todas essas utilizações pertencem ao conjunto dos **juízos práticos, tanto éticos como estéticos**, acerca da aparência de pessoas, de comportamentos, de objetos ou de acontecimentos. Deste modo, *estar na moda* é um predicado de uma proposição que formula um juízo positivo acerca da conformidade, ora ética, ora estética, de uma pessoa, de um comportamento, de um objeto ou de um acontecimento com um determinado padrão. Por seu lado, *estar fora de moda* é um predicado de uma proposição que formula um juízo ético ou estético que categoriza uma pessoa, um comportamento, um objeto ou um acontecimento, por não se conformar com esse padrão. Creio que posso, por conseguinte, afirmar que a moda é um termo de categorização ética ou estética. Se quisermos por isso entender em que consiste a moda temos que primeiro compreender em que consistem juízos éticos ou estéticos acerca da **aparência**.

Devo esclarecer que por *juízos práticos éticos* entendo os que são formulados por proposições que predicam a bondade ou maldade de comportamentos, de objetos, de pessoas ou de acontecimentos e por *juízos práticos estéticos* entendo os que são formulados por proposições que predicam a beleza ou a fealdade de comportamentos, de objetos, de pessoas ou de acontecimentos.

Chegado a este ponto, confrontei-me com a necessidade de seguir dois caminhos paralelos, se quiser chegar ao entendimento da essência da moda. O primeiro caminho deveria levar-me a identificar aquilo que distingue juízos éticos e juízos estéticos das outras modalidades de juízo. O segundo caminho deveria levar-me a encontrar as instâncias responsáveis pela formulação desses juízos que utilizem a categoria da moda.

Quanto ao primeiro caminho, encontrei, em Kant, na *Crítica da Razão Prática* (Kant s.d.) e na *Faculdade do Juízo* (Kant 1990), um ponto de partida indispensável, mas evidentemente na proposta de Kant não há propriamente lugar para aquilo que os diferentes usos da categoria de moda pretendem categorizar, o que me obriga a repensar a proposta de Kant de modo a acomodar nela esta categoria.

Quanto ao segundo caminho, decidi fazer o levantamento das ocorrências de proposições em que aparece o termo moda, quer como sujeito quer como predicado, de

modo a identificar, não só as instâncias que as enunciam, mas sobretudo o que provoca a sua enunciação e sobretudo aquilo que a sua enunciação provoca ou desencadeia. Considero de facto indispensável este caminho de proceder a uma análise sequencial dos discursos em que o termo moda surge como categoria, uma vez que pretendo avançar de maneira a poder averiguar aquilo que as pessoas entendem por moda, sem fazer intervir os meus preconceitos. Aquilo que a análise sequencial das utilizações do termo moda parece mostrar é que se trata de um «jogo da linguagem», no sentido que Wittgenstein dá a esta expressão ou, se quiserem, o termo moda é assim como uma bola que as pessoas arremessam entre si.

Como estão a ver, se quiser seguir os caminhos indispensáveis para encontrar as soluções para as dificuldades de estudo da moda, tenho que seguir o imperativo fenomenológico a que Husserl dava o nome grego de *epoché*, imperativo que exige do cientista que ponha entre parêntese, tanto as suas concepções pessoais como as concepções que encontra à sua volta e que não se dão ao trabalho de partirem previamente de uma clarificação do sentido do seu objeto de estudo.

No momento em que faço esta intervenção, devo confessar que ainda não avancei nestes dois caminhos, nem encontrei estudos que tenham dado passos nesse sentido. Não procedi ainda a uma revisão da proposta de Kant para acomodar nessa proposta os juízos em que surge a categorização de moda nem recolhi ainda os materiais que me permitam encontrar quer as instâncias que formulam estes juízos, quer aquilo que os provoca ou que eles desencadeiam. Esta minha intervenção pretende dar apenas conta dos preparativos a que me tenho dedicado para avançar nestas duas direções. Aceito, por isso, todos os contributos que me permitam encetar esta tarefa. Vou, ainda assim, tentar formular a seguir algumas pistas que alcanço no horizonte desta caminhada, mas devo advertir que não tenho suficiente segurança para afirmar aquilo que vou agora dizer. Agradeço, por isso, além dos contributos para encontrar materiais que me permitam avançar, todas as críticas que queiram ter a gentileza de me fazer ao que agora vou propor.

#### *4. Acerca da natureza intersubjetiva dos juízos éticos e estéticos da aparência*

Acerca dos juízos éticos e estéticos da aparência que têm a moda ora como sujeito ora como predicado, parece-me que podemos dizer que se trata de um domínio da

experiência relacionado com a intersubjetividade e, por isso, se quisermos entender em que consiste o objeto moda é esta relação com a intersubjetividade que precisamos de entender corretamente.

Quando digo que a moda é uma categoria constituída no domínio da intersubjetividade pretendo afirmar que essa constituição é extrínseca à experiência subjetiva e que, por conseguinte, resulta da interação entre as pessoas de uma maneira que precisamos de descobrir. Isto quer dizer que, embora possa haver pessoas que reconhecemos como autores ou criadores de modelos, a moda só se constitui na sequência do **reconhecimento** desses modelos no decurso de processos intersubjetivos como objetos da moda. Embora a invenção de um modelo ou de um padrão possa ser da responsabilidade de uma pessoa, só se torna moda, uma vez reconhecido no quadro de um processo intersubjetivo. Devemos a Gabriel Tarde uma apresentação desta relação entendida como processo de imitação (Tarde 1890), mas evidentemente temos que verificar se a imitação dá conta de todos os processos de constituição intersubjetiva da moda.

##### *5. A natureza sintática e pragmática das manifestações da moda*

Uma das características das manifestações que são categorizadas pelos juízos éticos e estéticos proposições que integram a moda, quer como sujeito, quer como predicado, parecem partilhar com algumas manifestações semióticas o facto de serem apenas de natureza sintática ou pragmática, de jogarem apenas com a dimensão combinatória e relacional. Tal como, por exemplo, a música e a dança, as manifestações da moda parecem não possuir propriamente dimensão semântica, não fazendo por isso sentido averiguar a sua significação, mas apenas como se combinam as suas formas e como elas são jogadas no quadro das relações intersubjetivas. É este trabalho que tem sido prejudicado pelo facto de os estudos existentes se preocupado com uma quimera, com a procura da significação, em vez de se dedicarem à observação da maneira como as pessoas a constituem, quando se envolvem entre si no jogo da moda, para a realização da articulação das suas formas.

### *6. Acerca da natureza paradoxal da lógica da moda*

Considero provisoriamente também que o reconhecimento intersubjetivo que constitui a moda obedece a uma lógica específica que é exclusiva da intersubjetividade e não a uma lógica formal ou *standard*. Se quisermos, por conseguinte, compreender a constituição da moda é essa lógica específica que precisamos de entender. Nos meus trabalhos anteriores, já encontrei esta lógica da intersubjetividade noutras domínios, em particular no da troca verbal da interação conversacional. Aquilo que me chamou a atenção foi o facto de se tratar de uma lógica que se distingue da lógica formal pelo facto de ser paradoxal, isto é, de uma lógica que não obedece ao princípio da não-contradição<sup>2</sup>.

Creio que podemos formular o paradoxo da moda da seguinte maneira: **a moda pretende impor-se a todos, isto é, tornar todos iguais, de maneira a tornar todos diferentes.** Este paradoxo tem um efeito temporal intrínseco que pode ser formulado do seguinte modo: **a moda pretende ser adotada por todos, mas deixa de ser moda a partir do momento em que todos a adotam.** Creio que podemos considerar que é deste paradoxo que a moda retira, tanto a sua natureza dinâmica ou paroxística, como a sua fugacidade ou efemeridade. Se pararmos para observar, repararmos que a conversação segue exatamente a mesma lógica. O limite deste processo seria evidentemente a sua **neutralização**. Esta neutralização pode ser formulada do seguinte modo: **ao realizar a aceleração da sua imposição a moda tende a desaparecer no exato momento em que se impõe.** Creio que é para contrariar o espectro deste paroxismo que as sociedades humanas inventaram ciclos que acompanham a sucessão regular dos fenómenos naturais de que a alternância das estações do ano é talvez o mais evidente.

Se repararmos, estes ciclos regularam sempre ao longo do tempo muitos outros processos intersubjetivos. Estão presentes logo na infância com a distinção entre jogos e brincadeiras de Inverno e os jogos e brincadeiras da primavera, mas encontram-se igualmente na distinção entre as cantigas e as danças que marcavam o ritmo das sementeiras no Outono e as cantigas e as danças que marcavam o ritmo das colheitas do Verão. O ciclo das variações que pontuam a experiência sazonal da natureza está fixado e ritualizado nos calendários de todas as civilizações.

---

<sup>2</sup> Chamo a atenção para o facto de ser esta lógica paradoxal que constitui a socialidade, como a propósito sublinhou Marcel Mauss no seu Ensaio sobre a Dádiva (Mauss 1995).

Se eu tiver razão, a indústria da moda, com as suas coleções de Primavera, do Outono, de Verão e de Inverno, não faz mais do que esconjurar o espetro do paroxismo que adviria à moda se obedecesse à lógica que a regula e não fosse enquadrada por idênticos ciclos. Reparem que estes são indiscutíveis porque são naturais, não dependem da nossa decisão ou da nossa vontade; apresentam-se um pouco como um princípio de realidade que intervém de fora na regulação da lógica paroxística que constitui a moda, tal como é a invocação de uma razão de força maior exterior que as pessoas invocam sempre para darem por terminadas as suas interações conversacionais.

### *7. Acerca da dimensão mnésica da lógica da moda*

Como vemos, quer tenhamos em conta a etimologia do termo, quer consideremos a natureza paradoxal da lógica inerente à sua experiência, o conceito da moda estabelece com a experiência da temporalidade uma relação intrínseca. Podemos, por isso, entender a moda como o conceito que comprehende **o conjunto dos juízos éticos e estéticos inerentes ao ritmo das mudanças no mundo da vida**. Como a evidência dos juízos estéticos inerentes à experiência do mundo da vida não depende da percepção de coisas presentes aos sentidos, mas da percepção de coisas tornadas presentes à consciência pela faculdade da memória, podemos dizer que o conceito da moda é constituído por um duplo processo. Neste sentido, a moda parece ser o termo que serve para categorizar a imposição de sempre novas formas éticas e estéticas, novas formas que fazem retornar as que tinham sido esquecidas.

Este duplo processo tem, no entanto, como consequência alimentar um conjunto incomensurável de formas esquecidas naquilo a que poderíamos dar o nome de *mnesis*, o nome que dou ao fundo arcaico da memória, constituído pelas formas que vão sendo preteridas e substituídas pelas novas formas que vão definindo a moda. Podemos considerar este fundo arcaico constituído pelas formas esquecidas como reserva de que a moda se alimenta em permanência para as fazer retornar de novo como moda. E qual é o processo que leva à substituição de uma forma por outra? A sua **realização**, o facto de ter sido realizada. Deste modo, podemos dizer que a moda é a consciência da evidência de que a experiência do tempo é um permanente **processo de desrealização** de formas realizadas.

Como estamos a ver, penso que a lógica paradoxal e a experiência do tempo que podemos observar na constituição da moda é exatamente a mesma que encontramos na categoria do moderno. A moda pretende impor a todos modelos de distinção, mas tende a mudar no momento em que a sua imposição é realizada. É exatamente esta mesma lógica e esta experiência do tempo que também podemos decifrar na categoria do moderno. A categoria do moderno também pretende impor-se a todos, de modo a romper com a tradição, mas deixa de ser moderno a partir do momento em que se impõe a todos. Georg Simmel, já no início do século XX, chamara a atenção de maneira eloquente para esta relação entre a moda e a modernidade (Simmel 1889 e 1990).

## Bibliografia

- Aristóteles. (1986). *Ethique de Nicomaque*. Paris: Flammarion.
- Benveniste. E. (1969). *Le Vocabulaire des Institutions Indo-européennes*, vol. 2. *Pouvoir, Droit, Religion*, Paris: ed. de Minuit.
- Husserl, E. (2005). *Idées Directrices pour une Phénoménologie*. Tel, Paris: Gallimard.
- Kant, I. (1990). *Crítica da Faculdade do Juízo*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Kant, I. (s.d.). *Crítica da Razão Prática*. Lisboa. Edições 70.
- Mauss, M. (1995). Essais sur le Don, in *Sociologie et Anthropologie*. Quadrige, Paris: PUF.
- Rodrigues, A. D. (2001). *Estratégias da comunicação*. Lisboa: ed. Presença, 3<sup>a</sup> ed.
- (2010). *Comunicação e Cultura*. Lisboa: ed. Presença.
- Simmel, G. (1989 e 1990). *Philosophie de la Modernité*, 2 volumes. Paris: ed. Payot.
- Tarde, G. (1890). *Les Lois de l'Imitation*. Paris: ed. Felix Alcan.
- Wittgenstein, L. (1995). *Tratado Lógico-Filosófico e Investigações Filosóficas*. Lisboa: Ed. da F. C. Gulbenkian.

## Nota biográfica

Doutorado em Comunicação pela Universidade de Lovaina. Foi professor assistente na universidade de Lovaina, de 1971 a 1977, e foi o fundador do Departamento de Ciências da Comunicação da FCSH/NOVA, tendo coordenado o mesmo de 1979 a 1986. É Professor Catedrático da FCSH desde 1980. Foi ainda Director da FCSH/NOVA de 1988 a 1993. Coordenou o departamento de Linguística de 2000 a 2002 e desempenhou o cargo de Vice-Reitor da Universidade NOVA de Lisboa, entre 2001 e 2002. Foi ainda Presidente do Conselho Científico da FCSH, entre 2002 e 2005. É membro do Conselho Editorial de várias revistas.

autor de numerosas publicações científicas, destacam-se:

*O Campo dos Media*, Lisboa, Vega, 1988.

*Introdução à Semiótica*, Lisboa, Presença, 1991.

*Estratégias da Comunicação – Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade*, Lisboa, Editorial Presença, 1990.

*A Partitura Invisível - Para uma Abordagem Interactiva da Linguagem*, Lisboa. Colibri. 2. Ed, 2005.

*Comunicação e Cultura*, Lisboa, Editorial Presença, 1999.

*O Paradigma Comunicacional* Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

Recebido | Received: 2017.06..01

Aceite | Accepted: 2017.06..15