

## Sociologia das tendências

Este livro é uma introdução ao mundo das tendências sob o enfoque sociológico. Com estilo desenvolvido e grande interesse na divulgação do conhecimento, Guillaume Erner traz um relato perspicaz e divertido sobre como indivíduos extremamente diferentes entre si se descobrem com as mesmas vontades ao mesmo tempo.

38 um livro história do trabalho

sociedade de consumo não se resume a um sistema econômico; ela também revela as novas expectativas do indivíduo.

### I. Tendências e modernidade

As tendências nasceram com a modernidade; elas são consequência das mudanças observadas desde o fim do século XVII nos âmbitos econômico, tecnológico e sociológico.

Essas transformações se tornaram possíveis graças às evoluções tecnológicas e econômicas. Os indivíduos queriam novidades, e o sistema instigado pela Revolução Industrial, no século XVIII, foi capaz de fornecê-las. A inovação era, inclusive, o motor desse sistema, conforme enfatizado pelo economista Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) por meio da noção de "distinção criativa".<sup>4</sup> Mas que isso, para o sociólogo Daniel Bell, a moda e as tendências ocupam posição de destaque hoje porque constituem uma solução para as contradições do capitalismo.

#### 1. A moda como solução para as contradições do capitalismo

Para Daniel Bell,<sup>5</sup> o capitalismo entendido como uma forma de sociedade e não apenas como um sistema econômico governa sobre três eixos: a produção, a distribuição e a economia governada pela necessidade de eficiência; a política com o propósito de igualdade e a cultura com o objetivo dominante de autorrealização. Em semelhante contexto, o sistema da moda e das tendências é um dos raras, para não dizer o único, capaz de conseguir conciliar esses três eixos.

4. J. A. Schumpeter, *Capitalismo, socialismo e democracia*. Paris, 1940 (edição em português: *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro, Faria de Castro, 1981).

5. Daniel Bell, *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York, Basic Books, 1976.

teóricas e metodológicas

Um sistema de livre concorrência deve impedir concentrações de renda autorizadas pelo consumo, como a produção contínua do mesmo bem. As tendências impedem essas séries longas, mas, ao mesmo tempo, permitem que os indivíduos mantenham a posição de dominação, recompensando seu avanço em matéria de inovação, e autorizam o acesso de novos nomes ao mercado. Incitando os consumidores a renovar seus bens, o capitalismo encontrou o método que lhe permite limitar os riscos de superprodução. Dessa maneira, toda nova oferta tem a possibilidade de suprir a própria demanda. Portanto, a moda não infringe os princípios igualitários da sociedade democrática. Ao contrário do luxo aristocrático, ela se difunde por todas as camadas da sociedade. A indústria tira proveito da democratização das tendências em âmbitos tão variados quanto o alimentar, o vestuário ou o automobilístico. Por fim, a moda promete a novos contemporâneos uma ajuda no sentido da autorrealização, permitindo a construção da identidade que lhes convier.

As tendências constituem uma solução para nossa época; por isso a sociedade burguesa dos anos 1950, escreveu Daniel Bell, suprimiu a oposição clássica entre cultura de massa e cultura de elite pela distinção entre o que está na moda e o que saiu de moda.<sup>6</sup> Outros análises enfatizaram a distinção de nossos contemporâneos pelas tendências. Foi o caso de David Riesman (1908-2002), que comparou nossa sociedade a uma "mentalidade solitária".<sup>7</sup> Para ele, essa mentalidade era governada pela moda; a modernidade se caracterizava pela transformação de um indivíduo autodisciplinado e autônomo – o burguês de antigamente – num novo personagem, dominado pela influência de seus pares e pelo olhar dos outros. Menos pessimista, Gilles Lipovetsky<sup>8</sup> enfatiza a congruência entre a mo-

6. Bell, p. 34.  
7. David Riesman, *La fin du solitaire: essai sur la société moderne*. Paris, Armand Colin, 1964 (edição em português: *Individualismo*. São Paulo, Imprensa, 1973).

8. Gilles Lipovetsky, *Le bonheur paradoxal: essai sur le nouvel individualisme*. Paris, Grasset, 1985 (edição em português: *As tendências pessoais: do indivíduo à sociedade de consumo*. São Paulo, Companhia das Letras, 2007).

*Sociologia das tendências* explora a história recente desse fenômeno e apresenta os principais enfoques teóricos que se debruçaram sobre a investigação das modas. Além disso, examina os mecanismos de propagação das tendências – desde a imitação até às redes de influência –, o papel do indivíduo nessas convergências do gosto coletivo e, por fim, as questões centrais que afetam a previsão e o uso das tendências, como a propagação dirigida, o papel das agências de estilo ou o espaço reservado à criatividade.

Para mais informações: [imprensa@ggili.com.br](mailto:imprensa@ggili.com.br)

# GGBrasil

Editora G.Gili, Ltda Av. Jose Maria de Faria 470  
Lapa de Baixo  
São Paulo - SP - Brasil  
cep 05038-190  
Tel (11) 3611 2443  
www.ggili.com.br

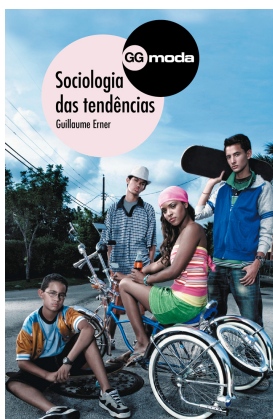
Trata-se, portanto, de uma introdução amena e acessível ao tema, cheia de anedotas e exemplos, especialmente dirigida a todos os profissionais ou estudantes que, de uma maneira ou de outra, estão ligados à criação, à difusão e ao consumo: desenhistas, diretores de arte, estilistas, coolhunters, publicitários, diretores de marketing, jornalistas, críticos, analistas, sociólogos... Um público amplo, que aqui encontrará muitas das respostas que procuram para explicar esse fenômeno coletivo tão vasto e tão pouco estudado

## O AUTOR

**Guillaume Erner** (Paris, 1968) é pesquisador associado do laboratório GEMAS (Groupe d'étude des méthodes de l'analyse sociologique) da Université Paris IV, Sorbonne e professor de sociologia no Institut d'Études Politiques (Sciences-Po Paris) e no Institut Catholique de Paris. Especialista em sociologia do consumo, da moda e das tendências, também é autor de *Vítimas da moda?* e *La société des victimes*

## O LIVRO

### DADOS TÉCNICOS



### Sociologia das tendências

Guillaume Erner

13 x 20 x 1 Cm

120 páginas

ISBN: 9788584520299

Capa: Brochura

2015

R\$ 49,00

Para mais informações: [imprensa@ggili.com.br](mailto:imprensa@ggili.com.br)