

RESUMO: Este artigo tem como finalidade descrever a metodologia utilizada pelo projeto de pesquisa “Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais”. Para compreender as novas tendências de curto prazo, é preciso analisar e pesquisar diferentes setores, ao mesmo tempo em que se estuda o comportamento humano e seu estilo de vida nas mais variadas culturas. É um processo minucioso, que requer sensibilidade para perceber as evidências que o espírito do tempo emite e transformá-las em tendências.

PALAVRAS-CHAVE: Observação, Análise, Sinais, Tendências.

1.Introdução

A Moda, por sua efemeridade, caracteriza um setor competitivo, potencializado pela globalização e com ela a possibilidade de obtenção rápida de informações, incitando a criação de novos produtos e novos concorrentes. Segundo Lipovetsky (1989), a Moda é o espelho da sociedade, sendo possível ser pesquisada em qualquer lugar, tanto nas ruas, em uma exposição de arte, em reportagens diversas ou nos costumes e hábitos de uma cultura. Caldas (2004) afirma que a partir dos anos 1970, o conceito do que é Moda foi identificado por outros autores como um fator social total, ou seja, seu sistema engloba todas as esferas da sociedade e da cultura.

A sociedade “emana” sinais que precisam ser percebidos, analisados e interpretados, por profissionais que estejam capacitados e habilitados a entendê-los, afim de atingirem os desejos e necessidades do seu público alvo. Devido ao acesso à grande quantidade de informações, as tendências se transformam em uma grande variedade de produtos e serviços. A função dos estudiosos do assunto é analisar estas pesquisas e decidir o que deve e o que não deve ser considerado, diminuindo assim o grau de erro na determinação de novas tendências.

1 –Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais – Projeto de Pesquisa | Centro de Artes | UDESC

2 – Profa. Dra. Sandra Regina Rech – Orientadora | Departamento de Moda

3 – Gabrielle Stockey Chinchilha – Bolsista PIVIC

4 – Prof^ª. Lucina Dornbusch Lopes – Participante - Departamento de Moda | CEART | UDESC

5 – Amanda Queiróz Campos, Cora Giassi, Fabiana Struffaldi Morato, Gabrielle Stockey Chinchilha e Renata Zandomenico Perito - Acadêmicas do Bacharelado em Moda participantes

:espaço para observação e análise de sinais e os relaciona com os seus objetivos.

2. Objetivos

O objetivo geral deste artigo consiste em descrever a metodologia e os resultados que do projeto de pesquisa “Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais”, realizado na Universidade do Estado de Santa Catarina.

Como objetivos específicos, pode-se citar:

- * Demonstrar a importância da pesquisa de tendências dentro do Sistema de Moda;
- * Apresentar os resultados obtidos pelo projeto até o presente momento.

3. Estrutura do artigo

Inicialmente, o artigo conceitua Moda e apresenta sua situação no contexto atual. Também apresenta as contribuições das prospectivas de tendências para a época em que vivemos. Logo em seguida, o texto avalia e pondera como os participantes do projeto compõem suas pesquisas e as discussões a respeito dos resultados em relação aos setores de influência: comportamento do ser humano; setores de referência; tecnologia e macrotendências.

Posteriormente, o trabalho apresenta uma análise da importância, relevância e multiplicidade dos “*blogs*” dentro da área da pesquisa de tendências e de sua relação com a atualidade na área da Moda. Por fim, o artigo analisa os resultados obtidos pelo projeto de pesquisa.

4. Sistema de Moda

É importante ressaltar que o termo “Moda” não possui apenas um significado. É resultado de uma cadeia de conceitos desenvolvidos ao longo de toda a história da sociedade, considerando diversos fatores, tanto econômicos, quanto culturais e naturais, sendo sua definição complexa e complicada de ser esclarecida em um termo.

1 –Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais – Projeto de Pesquisa | Centro de Artes | UDESC

2 – Profa. Dra. Sandra Regina Rech – Orientadora | Departamento de Moda

3 – Gabrielle Stockey Chinchilha – Bolsista PIVIC

4 – Prof^ª. Lucina Dornbusch Lopes – Participante - Departamento de Moda | CEART | UDESC

5 – Amanda Queiróz Campos, Cora Giassi, Fabiana Struffaldi Morato, Gabrielle Stockey Chinchilha e Renata Zandomenico Perito - Acadêmicas do Bacharelado em Moda participantes

A Moda representa um fator social total, de dinâmica efêmera, não apenas na vestimenta e indumentária, mas sim na cultura de modo geral e carrega consigo significados e importâncias diversas, que se estudados e analisados podem ser previstos. Englobando tudo que está ao seu redor, a Moda age como um fenômeno denominador de tendências. Uma das participações mais importantes e evidentes da Moda na sociedade é no setor industrial, uma das áreas que mais gera renda e emprego no País.

Além dos sentidos práticos que a moda possui, na teoria ela representa um complexo sistema. Envolve significados sociológicos e antropológicos que afirmam que a moda está em constante mudança. A busca permanente pelo novo possui ciclos e fluxos que podem variar de acordo com a época em que é analisada. Uma das mais aceitas e cabíveis definições, é que a Moda é efêmera e representa o espírito do tempo de um período.

A Moda surgiu no fim da Idade Média, e servia apenas como um fator de diferenciação do gênero e status social (HOLLANDER, 1996). Contudo, em razão do capitalismo, tornou-se dinâmica, individualista e efêmera e, hoje, está presente em tudo o que vivenciamos, somos, experimentamos, estudamos e pesquisamos: nas propagandas, na televisão, na internet, na arquitetura, na tecnologia, na arte. Engloba e assimila tudo e transforma aquilo que captou e sugou em outras formas diferentes de moda, em outro setor, segmento, serviço ou produto.

Através da tecnologia, é possível acompanhar as mudanças que acontecem no mundo e sermos influenciados pelos lançamentos, através do consumo excessivo. A internet propicia, em hora real, a visualização de eventos, desfiles e todas as novas coleções de Moda. Temos acesso às entrevistas, fotos, cobertura dos principais acontecimentos da área, ou seja, todas as novidades em primeira mão. Essa facilidade ao acesso à informação provoca uma difusão rápida das idéias, e com isso a cópia e imitação não somente do produto, como também do personagem que o está usando e que não se limita a apenas uma classe social, é um fenômeno geral. Muitas vezes, o consumidor não tem como escapar deste sistema, porque independentemente da classe social, o acesso à efemeridade da Moda é comum a todos e o fato de ela estar presente em todos os setores do mundo moderno, torna mais difícil a tarefa de

1 –Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais – Projeto de Pesquisa | Centro de Artes | UDESC

2 – Profa. Dra. Sandra Regina Rech – Orientadora | Departamento de Moda

3 – Gabrielle Stockey Chinchilha – Bolsista PIVIC

4 – Prof^a. Lucina Dornbusch Lopes – Participante - Departamento de Moda | CEART | UDESC

5 – Amanda Queiróz Campos, Cora Giassi, Fabiana Struffaldi Morato, Gabrielle Stockey Chinchilha e Renata Zandomenico Perito - Acadêmicas do Bacharelado em Moda participantes

se tornar diferente dentro de um grupo, onde todos são parecidos e se identificam ao mesmo tempo em que querem se diferenciar.

O consumo de artigos como roupas e acessórios estimulam o consumidor a querer se transformar, mudar, evoluir, a desenvolver uma identidade própria, mas ao mesmo tempo imitar conceitos que foram criadas para outras pessoas. No Sistema de Moda, essas antíteses são comuns, constantes e disseminadas pelos meios de comunicação, onde o sujeito precisa ser diferente, mas ao mesmo tempo se igualar aos ideais impostos pelo sistema e pela mídia.

De acordo com Lipovetsky (1989), “a Moda é acompanhada de efeitos ambíguos”, e também afirma que é necessário ser como os outros, mas não ser perfeitamente igual a eles, é preciso seguir o fluxo e ainda ter um gosto particular que o diferencie da massa. Assim o indivíduo estará e fará parte do sistema, mas não será alienado a ele, terá opinião própria e será ele mesmo, terá uma “identidade verdadeira”.

O Sistema de Moda cria a necessidade nas pessoas pelo desejo de serem únicas, especiais, diferentes, mas não excluídas do grupo à que pertencem, não querem perder a sua identidade social e algumas vezes acabam parecendo um indivíduo que não são apenas para agradar quem esteja ao seu redor. A multiplicidade da Moda está ligada, principalmente, aos meios de comunicação construída pelo marketing e pela propaganda. A Moda estimula às pessoas à experimentação de coisas novas, ou não tão novas, mas que devido ao ótimo meio de sedução, acabam conquistando consumidores, que muitas vezes nem precisavam do produto que estão comprando.

A Moda é então cíclica e sedutora. Está em tudo o que vivenciamos, nas notícias que ouvimos ou lemos, nas roupas que vestimos, na música e nos videoclipes que assistimos, no que comemos, nos outdoors nas estradas e cidades, e em várias outras coisas rotineiras que apenas as pessoas que estão atentas aos acontecimentos e sensíveis ao que é relevante e importante percebem e mais tarde transformam em tendência que fará parte do sistema de Moda.

5. Pesquisa Prospectiva

1 –Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais – Projeto de Pesquisa | Centro de Artes | UDESC

2 – Profa. Dra. Sandra Regina Rech – Orientadora | Departamento de Moda

3 – Gabrielle Stockey Chinchilha – Bolsista PIVIC

4 – Prof^a. Lucina Dornbusch Lopes – Participante - Departamento de Moda | CEART | UDESC

5 – Amanda Queiróz Campos, Cora Giassi, Fabiana Struffaldi Morato, Gabrielle Stockey Chinchilha e Renata Zandomenico Perito - Acadêmicas do Bacharelado em Moda participantes

O ser humano possui uma fascinação pelo futuro. Desde as mais remotas civilizações, o futuro era um fator de grande importância, e amplamente estudado, porém incerto. Nos dias atuais não é diferente, o ser humano ainda possui o desejo e a curiosidade de saber o futuro. Mas de acordo com a tecnologia da era moderna, é possível prever o tempo em relação ao clima, por exemplo, e o que será consumido e adquirido dentro de cinco anos, assim como o que será desejado e cobiçado pelas mais diversas classes sociais.

A pesquisa de Moda atua dentro desta área. Embora a futuro seja incerto, é possível chegar o mais perto possível de uma prospecção e hipótese do que seja o “amanhã”. Para isso é necessário ter a sensibilidade de captar o espírito do tempo, que nada mais é do que os sinais emitidos, que estão ao redor da sociedade e do dia-a-dia. Os profissionais capacitados podem identificar estas “pistas”, ou seja, situações corriqueiras onde a sensibilidade para percebê-las e identificá-las é fundamental.

A pesquisa de tendências foge da futilidade e vaidade e aprofunda-se na determinação e projeção do espírito do tempo que a sociedade vive, ou seja, o que vai ser almejado, como será o cotidiano das pessoas e como elas provavelmente se sentirão em relação aos acontecimentos, eventos e episódios ao seu redor. Assim, ela não trata-se de um processo impositivo que é canalizado em seus resultados, mas sim da leitura de um contexto e projeção de uma perspectiva e de diversas possibilidades. O objetivo da pesquisa de tendências é entender todas estas influências exercidas para minimizar as incertezas do futuro.

6. Modelo Referência

O projeto de pesquisa possui metodologia própria para a prospecção de tendências de curto prazo, adaptado de algumas referências na área de prospecção de tendências de longo prazo. Os participantes do projeto se reúnem uma vez por semana, no Centro de Artes – Universidade do Estado de Santa Catarina, para relatar os fatos e acontecimentos pesquisados. Após a análise e discussão por parte de todos os membros da equipe, verifica-se o que tem potencial ou não para tornar-se uma tendência na área de moda.

1 –Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais – Projeto de Pesquisa | Centro de Artes | UDESC

2 – Profa. Dra. Sandra Regina Rech – Orientadora | Departamento de Moda

3 – Gabrielle Stockey Chinchilha – Bolsista PIVIC

4 – Prof^a. Lucina Dornbusch Lopes – Participante - Departamento de Moda | CEART | UDESC

5 – Amanda Queiróz Campos, Cora Giassi, Fabiana Struffaldi Morato, Gabrielle Stockey Chinchilha e Renata Zandomenico Perito - Acadêmicas do Bacharelado em Moda participantes

7. Materiais e Métodos

O método desenvolvido pelo projeto de pesquisa Futuro do Presente consiste em três etapas: pesquisa, análise e divulgação. A pesquisa é a fase mais longa, demorada e intuitiva do processo. É necessário detectar a maior quantidade possível de fontes de informações, como internet, revistas, televisão, cinema, arte e também as ruas, sendo o cotidiano uma das “minas” mais pesquisadas e enfatizadas dentro do projeto, já que esta lida diretamente com o público consumidor e suas necessidades, ou seja, o maior e mais importante centro de obtenção de informações de comportamento. Dentro desta linha de pensamento, uma das fontes mais importantes de pesquisa é a “blogosfera”, onde a observação do comportamento das pessoas, principalmente de tribos como, por exemplo, os “*emos*” e os “*indies*”, são essenciais para uma definição das tendências comportamentais via internet. A pesquisa em diferentes áreas é fundamental na determinação de novos costumes e tendências, pois possibilita diferentes pontos de vista sobre um mesmo assunto, ou até mesmo temas completamente opostos. É nesta etapa em que o comportamento do ser humano também é analisado, pois para um estudo abrangente que relaciona o estilo de vida, com tendências de moda, é preciso examinar um sistema que envolve desde o que se consome até como se vive e o que se pensa sobre determinados assuntos. Esta pesquisa é anotada e relatada em um “*sketchbook*”, que consiste em um caderno de observações, idéias, reportagens ou assuntos em que cada integrante do projeto expõe suas pesquisas para facilitar a análise das mesmas mais tarde.

A análise das informações consiste na parte mais precisa e complexa do método de estudo. Depois de obtido todos os dados, é necessária uma análise geral para definir a linha de pensamento que as tendências irão seguir, tanto no campo prático, tendências de moda refletidas nas roupas, quanto no teórico, o comportamento da sociedade em geral. Após a linha de pensamento ser concluída, dá-se início à escolha dos assuntos e matérias cabíveis

1 –Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais – Projeto de Pesquisa | Centro de Artes | UDESC

2 – Profa. Dra. Sandra Regina Rech – Orientadora | Departamento de Moda

3 – Gabrielle Stockey Chinchilha – Bolsista PIVIC

4 – Prof^ª. Lucina Dornbusch Lopes – Participante - Departamento de Moda | CEART | UDESC

5 – Amanda Queiróz Campos, Cora Giassi, Fabiana Struffaldi Morato, Gabrielle Stockey Chinchilha e Renata Zandomenico Perito - Acadêmicas do Bacharelado em Moda participantes

dentro do que foi estabelecido e discutido. Os temas escolhidos são nomeados e transformados em prospectivas visuais.

A divulgação consiste na disponibilidade do conteúdo sintetizado e estudado no site e também no blog do projeto. As tendências são divulgadas por meio de prospectivas em formato de painéis e textos desenvolvidos a partir de cada estudo selecionado.

7.1 A Importância dos Blogs dentro da moda

Os *blogs* estão cada vez mais sendo utilizados pelos usuários da internet, seja para a divulgação da vida pessoal, assuntos econômicos ou sobre moda, estão dominando as páginas “on-line”. A provável razão do sucesso deste fenômeno virtual deve-se às suas características efêmeras, individualistas e múltiplas que conquistaram o público em geral, devido à possibilidade da exaltação pessoal e afirmação do indivíduo.

E através deste meio, pessoas de diferentes lugares do mundo podem se comunicar e se relacionar, aumentando assim o número de chances de encontrar indivíduos que pensam e que agem da mesma forma e disseminar novos estilos, pensamentos e idéias. E, é por esta razão que os blogs são fontes de pesquisa tão ricas em informações e importantes meios de análise de uma cultura, tribo ou grupo. Esta área da internet é tão importante e basal para o projeto de pesquisa que mais da metade das pesquisas dos setores de influência (comportamento, setores de referência ou tecnologia) são examinadas a partir dos blogs.

8. Importância do Projeto

Um dos objetivos do projeto de pesquisa é a divulgação de que os termos “tendência de moda” não significam apenas a materialização das idéias construídas somente na área do vestuário e a conscientização da importância da pesquisa na área da moda e comportamento. Consoante já citado no texto, a moda é um fator social total que em um de seus segmentos vive na constante busca pelo novo e pelo o que é válido em determinada época.

1 –Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais – Projeto de Pesquisa | Centro de Artes | UDESC

2 – Profa. Dra. Sandra Regina Rech – Orientadora | Departamento de Moda

3 – Gabrielle Stockey Chinchilha – Bolsista PIVIC

4 – Prof^a. Lucina Dornbusch Lopes – Participante - Departamento de Moda | CEART | UDESC

5 – Amanda Queiróz Campos, Cora Giassi, Fabiana Struffaldi Morato, Gabrielle Stockey Chinchilha e Renata Zandomenico Perito - Acadêmicas do Bacharelado em Moda participantes

O Projeto visa atingir o público interessado no Sistema de Moda e que busca a compreensão de suas tendências através do site do projeto, que destaca as tendências de todos os meses, fruto e materialização das idéias discutidas ao longo do semestre nas reuniões. Além da página do projeto, também foi desenvolvido um *blog*, onde são postadas semanalmente informações do que é diferente e está em voga neste campo de estudo.

9.Considerações finais

Com este artigo pretende-se divulgar o trabalho de estudo e pesquisas de tendências, afim de que haja o desenvolvimento do mercado brasileiro de moda, através de profissionais capacitados e habilitados, além de criar uma consciência de que possuir uma identidade dentro de cada marca é essencial para que haja sucesso, reconhecimento e crescimento dentro do competitivo mundo da moda.

É válido considerar a importância do entendimento do conceito do que é moda e do processo de como suas tendências são desenvolvidas pelos profissionais do mercado, para que hajam marcas responsáveis e conscientizadas o suficiente para que produtos de qualidade sejam lançados e a capacidade criativa de estilistas e designers sejam cada vez mais aguçadas e inspiradas pelos acontecimentos.

REFERÊNCIAS:

CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais**: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero** - a moda e seus destinos nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

HOLLANDER, Anne. **O Sexo e as Roupas** – a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

1 –Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais – Projeto de Pesquisa | Centro de Artes | UDESC

2 – Profa. Dra. Sandra Regina Rech – Orientadora | Departamento de Moda

3 – Gabrielle Stockey Chinchilha – Bolsista PIVIC

4 – Profª. Lucina Dornbusch Lopes – Participante - Departamento de Moda | CEART | UDESC

5 – Amanda Queiróz Campos, Cora Giassi, Fabiana Struffaldi Morato, Gabrielle Stockey Chinchilha e Renata Zandomenico Perito - Acadêmicas do Bacharelado em Moda participantes