

# 033 FUTURO DO PRESENTE: PORQUE E COMO PESQUISAR TENDÊNCIAS

Amanda Queiróz Campos; Sandra Regina Rech

## Resumo

O entendimento das mudanças, tão constantes ao Sistema de Moda, cada vez ocupa lugar nas agendas de pesquisadores, criadores e gestores de marcas. A pesquisa de tendências culturais e sociais mostra-se necessária e eficiente para aqueles que buscam estudar o futuro como modo de minimizar os riscos em relação ao tempo desconhecido. O projeto de pesquisa *Futuro do presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais*, através do uso de um método específico para o estudo de sinais emergentes busca identificar sinais do espírito do tempo e traduzi-los, então, em tendências de curto e médio prazo para o segmento Moda.

**Palavras Chave:** Análise e pesquisa de tendências, Moda.

## 1. Introdução

A utilização de artifícios como as tendências de Moda, que reverberam o espírito de seu tempo, aparece como estratégia utilizada por empresas, que buscam interpretar e prever aspirações dos consumidores e as qualidades do mercado comercial num futuro determinado. “As atividades de monitoramento de Moda ou a pesquisa de Moda, analisam a informação de áreas distintas como economia, política, sociologia, ciência e tecnologia, até chegar à formulação de prognósticos na forma de tendências” (FEGHALI, 2001, p. 13).

Cada vez mais, as empresas na área do Design e da Moda, através da pesquisa de sinais emergentes, em suas diversas faces, garantem o conhecimento de informações relevantes para os departamentos de marketing e de desenvolvimento de produto, investindo lucros numa espécie de seguro contra o fracasso. A captação e interpretação de pulsos no espírito do tempo devem ser entendidas como a tradução de uma linguagem cultural em um momento específico, um relatório do investigador sobre os tempos ainda por vir.

## 2. Compreendendo a complexidade do sistema de Moda

O sistema de Moda bombardeia informações, imagens, idéias, tendências todos os dias; e, segundo Erner (2005) torna-se parte integrante do nosso processo de construção das identidades e modo de comunicação. A lógica de consumo, que está ancorada nos pilares estruturais do *ethos* Moda, é cada vez mais bem aceita, sendo que, segundo Lipovestky (1997), a dominação do indivíduo pela sociedade é infinitamente maior do que nunca.

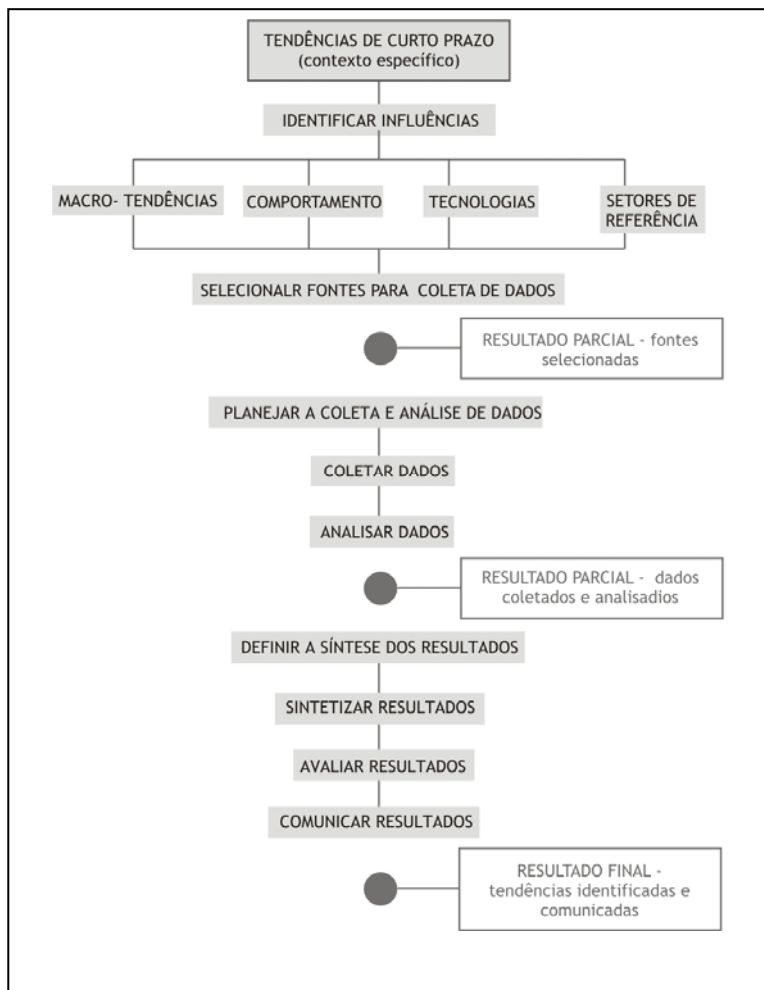
Os desejos dos seres humanos dentro da cultura capitalista são aguçados através do apelo da mídia e da indústria cultural. Segundo Bliss (1916) *apud* Lynch (2007), um dos motivos primordiais do uso de peças de roupa é o de endereçar um sentimento fundamental de incompletude. A partir dessa premissa, indústrias buscam prever as aspirações e anseios dos consumidores, visando sempre a hegemonia do Sistema de Moda.

Assim, as idéias de sedução e inovação tomaram frente da sociedade moderna. A Moda conecta os prazeres de ver e ser visto, virando palco para a reprodução perfeita do narcisismo. A partir das idéias de Kawamura (2005), entende-se, então, que a Moda não é apenas uma peça de roupa, mas trata-se de elementos invisíveis por ela representados e que os seres humanos agregaram naquele pedaço de tecido. Conseqüentemente, o Sistema de Moda, que compõe-se de engrenagens complexas que interligam lógicas sociais, antropológicas, sociologias, históricas e econômicas, passa longe de ser um campo de estudo fútil ou superficial.

### **2.1. A importância das tendências como forças motoras para o Sistema de Moda**

Partindo de uma explicação econômica para o fenômeno das mudanças de Moda, há quem crê que a moda é o resultado de uma conspiração apenas dos criadores com as empresas do setor, fazendo assim com que os consumidores sejam sempre atingidos com novos desejos buscando então saciar tais faltas através do consumo.

As influências observadas e analisadas pelos pesquisadores de tendências funcionam como espécie de espelho do futuro da modernidade, sendo assim expressões do espírito do tempo anunciando traços póstumos. Através do estudo e análise de fenômenos sociais provenientes das ruas e disseminados por meios de comunicação em geral, torna-se possível a prospecção de tendências sociais, as quais, posteriormente, serão traduzidas em tendências de Moda para a indústria.



**Figura 1:** método de pesquisa de sinais para tendências de curto prazo

**Fonte:** Adaptado de Back (2008)

Estudar o futuro como modo de minimizar os riscos em relação ao tempo desconhecido não é novidade em nossa sociedade. É válido ressaltar que apesar da prospecção de sinais emergentes apontarem geralmente direções definidas, nada pode assegurar que tais direcionamentos serão atingidos. A idéia de incerteza com relação a tais prospecções exemplifica muito bem as inseguranças com que o mercado de criação e o pesquisador lidam.

### 3. Modelo referência para a prospecção de sinais emergentes

Vê-se que a observação, análise e interpretação de signos é o que orienta os grandes setores sobre os desejos e anseios da população consumidora. Entretanto, para analisá-los é necessário criar certo distanciamento, a fim de ver tais práticas de modo como elas realmente se apresentam. Para isso faz-se imperativo o uso de um método estruturado visando organização, validade e suposta imparcialidade das informações coletadas.

Seguindo o método proposto por Back (2008), efetua-se o uso da identificação das influências para a prospecção de tendências de curto prazo (até 2 anos) para o segmento Moda. No projeto de pesquisa 'Futuro do presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais' considera-se relevante, então, a realização de análises específicas dentro dos seguintes segmentos de influência: macro-tendências, comportamento, tecnologias e setores de referência (figura 1).

### **3.1. Análise de dados**

Após a coleta dos dados, as informações prospectivas são arquivadas em um caderno de idéias, *sketch-book*. Segundo Gomes (2001), o caderno de idéias serve também como álbum de recortes, reportagens, textos, esquemas e ilustrações, que mais tarde irão servir como biblioteca de sinais organizada cronologicamente e através da qual será possível determinar e analisar o espírito do tempo em relação à influência em questão.

Após o acúmulo de informações, os sinais relevantes são filtrados através da crítica genética, fazendo uso da sensibilidade do investigador e tendo como objetivo apresentar um conteúdo mais organizado e claro para o restante do grupo de pesquisadores. Ao final de cada mês um texto é elaborado com fim de comunicar as idéias captadas e traduzidas, enfim, em tendências.

Como fonte comunicativa auxiliar ao texto, são elaborados painéis imagéticos a fim de ilustrar conceitos e tendências captados, filtrados, analisados e interpretados (figura 2).



**Figura 2:** painel imagético criado a partir das micro-tendências apontadas pelos Setores de Referência para verão 2009/2010

**Fonte:** Da autora.

O material é apresentado primeiramente para os outros integrantes do grupo, sofrerá modificações, se necessário, e será posteriormente divulgado através do *website* do projeto de pesquisa (figura 3).

**FUTURO DO PRESENTE**

Projeto | Influências | Mapa da Mina | Glossário | Trends info | Contato

**Setores de Referência - Maio de 2008**

Uma das principais tendências que o zeitgeist nos aponta é a nostalgia e a influência da memória através dos objetos, que fazem exaltar emoções de tempos e lugares outrora esquecidos.

Uma viagem cujos destinos são locais enriquecidos pela saudade, pelas memórias infantis e geografia com ares de homeland. Tudo remete a tempos passados, que não voltam mais. O reencontro com tais paisagens promove redescobertas. A experiência de estar em contato com o passado é revigorante.

Horizontes ao ar livre, o contato com a natureza e os confortos do que costumou ser um lar vem sendo explorados cada vez mais pelas grandes empresas tanto da área da Moda, quanto de outros setores de consumo.

A partir de pesquisas dentro dos chamados 'Setores de Referência' notamos como a memória e a construção de nossas identidades são fatores que reverberam em nossas atitudes como consumidores.

A influência vem sendo traduzida nos produtos de moda através da inserção de elementos étnicos, geográficos e que remetem à terra natal, tanto através do uso de novos materiais e tratamentos de superfície, quanto nos grafismos e nos detalhes de acabamento. Acrescenta-se bom-humor com a presença de elementos singelos do dia-a-dia apresentados literalmente como fonte inventiva. Seja em estamparias ou formas, a inspiração literal mostra-se como grande tendência a ser seguida, principalmente, no segmento sportwear.

Principais elementos das tendências de curto prazo:

- § étnico;
- § nostálgico/infantilidade.

**Figura 3:** Website do projeto de pesquisa – <http://www.ceart.udesc.br/futurodo presente>

**Fonte:** Arquivo do Futuro do Presente

#### 4. Considerações finais

O projeto de pesquisa em sua continuidade, busca comunicar a um público cada vez maior as tendências de Moda, focando seu alvo nas micro e pequenas empresas buscando semear a idéia de como a presença de um profissional de pesquisa de tendências é relevante para a empresa, que por sua vez mostrar-se-á mais competitiva em relação às empresas de mesmo ou maior porte.

Logo, exibe-se a importância de profissionais com formação acadêmica voltada para o segmento Moda no setor de desenvolvimento de produtos, mirando não apenas a abertura de mercado local para os futuros bacharéis em Moda, mas igualmente o crescimento do mercado têxtil regional como um todo em relação à qualidade de criação e processo criativo dirigido.

## **5. Referências**

BACK, S. **Pesquisa de Tendências – um modelo de referência para pesquisa prospectiva**. 2008. 138f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

ERNER, G. **Vítimas da moda?** como a criamos e por que a seguimos? São Paulo: Editora Senac, 2005.

FEGHALI, M. K. **As Engrenagens da Moda**. Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2001.

GOMES, L. V. de N. **Criatividade**: Projeto, desenho, produto. Santa Maria: sCHDs, 2001.

KAWAMURA, Y. **Fashion-ology** – na introduction to fashion studies. NY: Berg, 2005.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

LYNCH, A.; STRAUSS, M. **Changing Fashion: a critical introduction to trend analysis and meaning**. New York/Oxford: Berg, 2007.

***Abstract***

*Understanding the changes, so frequent in the Fashion System pulse, more and more takes up space at researchers', designers' and marketers' agendas. The research of social and cultural trends presents itself as a very efficient manner to study the future as a way of minimizing risks related to the unknown time. The research project 'The future of the present: space of observation, analysis and interpretation of signs' , uses an specific method of studying emerging signs and aims to identify the spirit of times (zeitgeist) and translate it, then, into short and medium period trends for the Fashion industry.*

**Keywords:** *trends analysis and research, Fashion.*