

ESTUDOS DE TENDÊNCIAS E A DINÂMICA DA MODA: OBSERVAÇÕES NO CONTEXTO DA PANDEMIA

Mendes, Layla de Brito; Msc; IFRN *campus* Caicó, layla.mendes@ifrn.edu.br¹
Broega, Ana Cristina; PhD; Universidade do Minho, cbroega@det.uminho.pt²
Gomes, Nelson Pinheiro; PhD; Universidade de Lisboa, nelsonpinheiro@campus.ul.pt³

RESUMO

Idealizar o futuro é uma das características mais interessantes e desafiadoras da mente humana. A curiosidade de se saber o que está por vir leva o indivíduo a se projetar no tempo e imaginar rumos e possibilidades, como se de fato possuísse o controle de sua própria vida. A ideia de futuro pode suscitar sentimentos como ansiedade, devido à incerteza do desconhecido, mas também pode despertar esperança, que surge a partir do planejar, da oportunidade de se construir uma realidade melhor.

As hipóteses de futuro divagam entre a razão e o realismo, nas esferas filosófica, psicológica, religiosa, sociológica, antropológica, política, econômica, entre outras (Morace, 2013). Porém é importante ressaltar que, independentemente da raiz da prospecção, esta sempre parte do reflexo do passado e do presente, por serem variáveis reais. Morace (2013) ainda coloca que a relação entre memória (passado) e imaginação (futuro) é estreita e que a previsão muitas vezes não é utópica, mas que precisa ser corajosa para poder transcender a realidade do presente. A construção do futuro parte da compreensão de valores individuais e coletivos, sendo este um tópico de bastante relevância e em discussão nas sociedades contemporâneas, sobretudo no que diz respeito ao suplantar da pós-modernidade.

¹ Professora do curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Rio Grande do Norte, *campus* Caicó. Doutoranda em Design de Moda pela Universidade do Minho.

² Professora auxiliar do Departamento de Engenharia Têxtil da Universidade do Minho.

³ Professor auxiliar da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.





COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Já no contexto do capitalismo, a concepção de futuro surge em busca de possibilidades, de exploração, de encontrar a melhor interpretação das forças que movem a sociedade, e é neste ínterim que surge o conceito de “tendência”. São estudos que se aplicam a fenômenos comerciais, mas que não devem ser limitados apenas ao consumo frívolo (Erner, 2015). “Tendências” são informações que representam direção de mudança, com relação aos valores culturais vigentes de uma determinada época, guiadas por forças e se manifestam de várias maneiras, em certos grupos sociais (Dragt, 2018). São úteis a diversos negócios por se referirem às preferências de consumo (Powers, 2019), e devido a sua eficiência são amplamente utilizadas como estratégia no desenvolvimento de produtos e serviços, para aumentar a sua probabilidade de acerto. Desse modo, em consequência da rapidez com que ocorrem as mudanças nas sociedades contemporâneas e devido à própria dinâmica da moda, estes estudos são demasiado importantes para auxiliar nos direcionamentos das diferentes indústrias da cadeia (desde a produção têxtil ao varejo).

Assim sendo, este trata-se de um estudo exploratório de abordagem qualitativa, cujo objetivo é apresentar um panorama de temas/assuntos encontrados, através de revisão de literatura e análise de notícias publicadas pela mídia especializada, acerca dos estudos de tendências e sua utilização no momento atual, sobretudo pela indústria da moda.

A pandemia de COVID-19, inquestionavelmente, causou impacto severo na indústria da moda e elevou a um outro patamar a necessidade de se investir em planejamento estratégico. Fato este, então, que aqueceu o mercado de tendências: as empresas entenderam que ter acesso a essas informações, como também contar com equipes de profissionais capazes de propor soluções rápidas e adaptáveis aos mais diversos percalços, é fundamental para minimizar os efeitos negativos dos chamados *black swan events* (eventos cisne negro) – acontecimentos inesperados e imprevisíveis (Taleb, 2008). Nesse ínterim, alguns temas vieram à tona acerca dos estudos de tendências e sua utilização, entre eles a literacia do futuro e das tendências, a importância da gestão





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

de tendências e sistematização da informação, a descolonização da informação e credibilidade do conteúdo gratuito e questionamentos sobre o *cool*.

Palavras-chave: Estudos de tendências; Consumo e comportamento; Pandemia de COVID-19.

REFERÊNCIAS

DRAGT, E. **How to research trends:** move beyond trend watching to kickstart innovation. Amsterdã: BIS Publisher, 2018.

ERNER, G. **Sociologia das tendências.**, São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

MORACE, F. **O que é o futuro?.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.

POWERS, D. **On trend:** the business of forecasting the future. Urbana: University of Illinois Press, 2019.

TALEB, N. N. **A lógica do cisne negro:** o impacto do altamente improvável. Rio de Janeiro: Editora Best Seller, 2008.

