

PESQUISA DE TENDÊNCIAS: COMPARATIVO DO DESFILE DA GIVENCHY COM A PREVISÃO DA WGSN

*Trends research: comparative of the Givenchy fashion show with the prevision the
WGSN*

Silva, Emanoele Cristini da; Bacharel em Design de Moda; Centro Universitário
Católica de Santa Catarina, emanoelecsilva@gmail.com¹

Schneider, Thaissa; Mestre em Design; Centro Universitário Católica de Santa Catarina,
thaischneider@gmail.com²

Resumo: Este artigo tem como objetivo a realização de um comparativo entre as tendências da WGSN chamada de *Design de Emoções* com o desfile de Alta Costura 2020 da Givenchy. A pesquisa se define em descritiva e exploratória, utilizando análises dos materiais da WGSN, imagens do desfile da Givenchy e a pesquisa bibliográfica. Conclui-se que 90,2% dos *looks* da grife se encaixam nas tendências da WGSN, mostrando a relevância da observação de ambos.

Palavras chave: Moda. Pesquisa de tendências. Desfile Givenchy.

Abstract: *This article aims to carry out a comparison between WGSN trends called Design of Emotions with Givenchy Haute Couture 2020 fashion show. The research is defined as descriptive and exploratory, using analysis of WGSN materials, images from Givenchy's fashion show and bibliographical research. It is concluded that 90.2% of the brand's looks fit the WGSN trends, showing the relevance of observing both.*

Keywords: *Fashion. Trend research. Givenchy fashion show.*

Introdução

O presente artigo aborda a pesquisa de tendências de moda, comparando o que a marca Givenchy apresentou em seu desfile de primavera 2020, com as referências das previsões de tendências de moda de verão 2020 apresentadas pelo portal digital *World Global Style Network* (WGSN).

A plataforma WGSN publica suas previsões de tendências duas vezes ao ano e com dois anos de antecedência, abordando aspectos como cores, estampas, *shapes* e tecidos. A partir destes conceitos, este trabalho tem como pergunta orientadora: como os

¹ Possui Graduação em Design de Moda pelo Centro Universitário Católica de Santa Catarina em Jaraguá do Sul (2020), atualmente é assistente de estilo da Malhas Menegotti em Jaraguá do Sul. Tem experiência com a área de criação no desenvolvimento de coleção, desenho, estampas e mídias sociais.

² Mestre em Design; possui especialização em Design de Moda e em Fotografia, possui MBA em Comunicação e Marketing Digital e graduação em Moda. É docente dos cursos de Design de Moda, Design e Publicidade no Centro Universitário de Brusque-UNIFEBE, Centro Universitário Católica de Santa Catarina e no Senai Blumenau.



conceitos de tendências apresentados pelo portal WGSN são apresentados no desfile de Moda de Alta Costura da marca Givenchy?

Os conceitos de tendências e previsões são baseados em análises e observação comportamental de grupos de pessoas para identificar o que desejam consumir:

A importância da pesquisa de tendência se dá justamente neste cenário em que a inovação dos produtos de moda necessita ser guiados pelas oportunidades de mercado, pois as empresas de moda devem criar produtos que os clientes não só os desejem, mas que efetivamente os consumam. (BARROS, SANT'ANNA, 2011, p. 02).

Analisar o desfile de uma marca da Alta Costura é importante pois são disseminadoras de tendência, por isso se faz tão necessário a observação das mesmas. Segundo Barros, Sant'Anna (2011, p. 04) “Ainda hoje é importante monitorar a elite e a maneira como ela conforma (sic) sua aparência publicamente, pois se trata de um índice para a conformação (sic) de tendências”. Comparar o desfile da marca Givenchy com as tendências da WGSN ajudaram a obter informações para verificar o quanto é realmente eficaz em suas previsões, pois conforme Treptow (2013, p. 78-79) “[...] é, provavelmente, o maior banco de informações sobre tendências de moda na internet”.

Este artigo é um recorte do resultado de um Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, tem como objetivo geral verificar como as tendências apresentadas pela fonte de pesquisa WGSN se aplicam no desfile de Alta Costura de uma grife de moda selecionada, com isso explorando os seguintes objetivos específicos: pesquisar e utilizar conceitos de revisão de literatura a fim de uma melhor compreensão da teoria para embasar a análise e o comparativo; analisar as principais tendências que o WGSN divulgou; descrever as tendências apontadas nesta previsão; examinar o desfile primavera 2020 da Alta Costura para avaliar quais características se apresentaram para a formação da coleção da marca Givenchy; comparar se as tendências de previsão foram expostas no desfile.

Por meio dos objetivos explanados foram realizados os comparativos em busca de visualizar as tendências abordadas pela plataforma digital e o desfile, a fim de atingir os pontos estabelecidos. Esta pesquisa se caracteriza como descritiva e exploratória, utilizando análises documentais nos materiais da WGSN, imagens do desfile da Givenchy e a pesquisa bibliográfica.



História da pesquisa de tendências

A pesquisa de tendências é usada desde o término da Segunda Guerra Mundial, sendo iniciada comercialmente nos anos 1960 (MENDES, BROEGA, SANT'ANNA, 2016). Já o conceito de moda como conhecemos surgiu no final da Idade Média e início do Renascimento. Na época ocorriam mudanças como trocas comerciais, econômicas e socioculturais. Neste período os burgueses tentavam imitar as roupas da nobreza fazendo com que eles desejassem sempre se diferenciar das classes baixas com novas vestimentas. Esse comportamento fez a moda ganhar força e um novo ciclo de mudança (DIAS, 2010).

O surgimento da pesquisa de tendência conforme Sant'anna e Barros (2011), iniciou-se na França, com as *Maisons* de Alta Costura. Caldas (2004), explica que o estilista Charles Frédéric Worth foi o pioneiro na criação da Alta Costura em 1857. Ele trouxe a ideia de que as pessoas precisavam ser vestidas por alguém que decidisse por elas e que tivesse domínio e autoridade. Esse comportamento fez com que os demais dependessem dos costureiros franceses para saber o que seria tendência.

Em 1955 na França é criado o Comitê de Coordenação das indústrias de Moda (CIM), que cedia informações da pesquisa de tendências e fiações à mídia. Esse comitê serviu de modelo para os *birôs* ou também chamados de cadernos de tendências, que eram utilizados no desenvolvimento de coleções nas décadas de 60 e 70 (CALDAS, 2004). Após a criação desses cadernos, surgiram escritórios que realizam pesquisas de moda e tendências. A WGSN, criada em 1998 abrange áreas como a pesquisa de tendência, observação de varejos, também traz informações sobre cores, área da beleza, além de análises das semanas de moda (TREPTOW, 2013).

Pesquisa de tendência

A pesquisa de tendência no contexto da moda reflete os desejos de grupos de usuários consumidores (RECH, 2009), assim podendo descobrir futuras pretensões do mercado. “[...] a tendência só poderá existir se houver uma predisposição dos indivíduos à crença naquilo que a tendência representa” (CALDAS, 2004, p. 113), significando que para atingir sua essência necessita de adeptos que a consumam.

O ponto inicial para as previsões é a pesquisa de tendência, pois envolve a percepção de captar informações como de culturas e religiões além da economia que

também se vincula a ela (CAMPOS, 2009). Ela pode ser realizada com a observação, o estudo por meio de fornecedores como as agências *on-line* ou *birôs*, e outra maneira seria através de viagens. De acordo com Posner (2015) esses escritórios das agências *on-line* possuem profissionais em vários locais do mundo, permitindo contato com diversas culturas e acontecimentos importantes, que depois enviam informações para estes escritórios ficarem atualizados com as novas direções de tendências.

Metodologia

Realizou-se a pesquisa de tendências de moda com análises das imagens do desfile da Alta Costura da grife Givenchy, exibido em 21 de janeiro de 2020 para a estação de primavera com 41 *looks*, em Paris, na França. Esta análise aconteceu com buscas disponíveis na *internet* no *site* Vogue Runway para verificar se houve influência das tendências da plataforma *World Global Style Network* (WGSN). De acordo com a característica, a pesquisa se classifica como exploratória, descritiva, documental e bibliográfica.

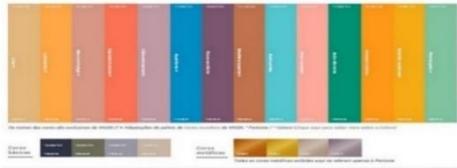
Neste comparativo, na seleção da macrotendência e a escolha do desfile analisado, foi utilizada a amostragem não probabilística, na qual a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo (OLIVEIRA, 2001). Assim, classificada como amostragem não probabilística intencional, pois houve o julgamento prévio da pesquisadora.

Resultados

A macrotendência *Design* de Emoções, previsão da WGSN para primavera/verão 2020, relata como no lado profissional é importante obter um quociente emocional alto para entender os sentimentos e saber solucionar problemas. Também aponta como as pessoas estão buscando a espiritualidade em lugares que tragam o bem-estar e em viagens para complementar a fé. Outro ponto é a inteligência artificial revelando como as máquinas estão ganhando mais humanidade e interação. Já os *designers* proporcionam experiências entre os consumidores e os produtos (WGSN, 2019). A macrotendência também traz aspectos de tendências aplicadas no vestuário, a primeira sendo cores formando uma cartela de 22 tons organizada em três famílias (figura 1) sendo na primeira fileira as de tendência.



Figura 1: Cartela de cores.



Fonte: WGSN, 2019

A segunda tendência é o Gosto duvidoso possuindo pontos como a imperfeição, promovendo a autenticidade e a inclusão. Esses fatores se apresentam nas roupas com estética de desordem, como barras mais curtas que outras e também pela extravagância. A próxima é o Espaço negativo, que expressa combinação do artesanal com o industrial, com peças de superfícies de estética 3D com relevos e texturas. O quarto tema é Formas renovadas que demonstra silhuetas com franzidos nas peças, além de volumes, pregas e drapeados. As estampas abordam dois universos, Flores envelhecidas com o floral promovendo uma reconexão com a natureza, e Tradições modernas com o xadrez para uma estética *vintage*, principalmente em peças de alfaiataria.

Essas são as tendências apontadas pela WGSN que formam o tema *Design de Emoções*. As características foram comparadas com os *looks* do desfile da Alta Costura de primavera 2020 da grife Givenchy.

O primeiro aspecto analisado do desfile são as cores, iniciando pelo bege (figura 2), presente na calça do primeiro *look*, que comparado ao da WGSN se destoa, já os amarelos são muito próximos ou iguais. Na sequência, o tom rosa é mais claro e se distancia da cor da plataforma, já o rosa da saia midi, é similar. A outra cor é o lilás, sendo mais claro e intenso quando analisado com o da WGSN. Os tons azuis também não se aproximam. O último é o roxo sendo mais intenso quando comparado ao da plataforma.

Figura 2: Looks do desfile da Alta Costura, grife Givenchy.



Fonte: Vogue, 2020

Com as cores analisadas, a primeira tendência abordada é o Gosto duvidoso, exemplificada nos quatro primeiros *looks* da figura 3. A extravagância acompanha os detalhes das mangas do primeiro *look* e no laço apresentado na composição seguinte. No terceiro *look* a alfaiataria se mostra mais alongada, já na quarta composição a desordem se apresenta nas barras que compõem as camadas do vestido. Em sequência foi abordado o Espaço negativo, no qual as duas últimas composições exemplificam esta tendência com texturas e relevos de estética industrial com perfeição nos acabamentos dos tecidos.

Figura 3: Looks do desfile da Alta Costura, grife Givenchy.



Fonte: Vogue, 2020

Formas renovadas foi a próxima tendência analisada (figura 4), vista em volumes como nas mangas do primeiro vestido e na silhueta de forma ampla do segundo *shape*. As duas últimas tendências são relacionadas às estampas, a primeira Flores envelhecidas com características *vintage*, a qual é identificada no terceiro e quarto *look*. A segunda estampa é o xadrez dentro da tendência Tradições modernas, que se apresenta na parte superior do penúltimo *look* e no último *shape* com volumes acentuados.

Figura 4: Looks do desfile da Alta Costura, grife Givenchy.



Fonte: Vogue, 2020

As tendências disseminadas pelo WGSN se apresentam em vários *looks*, sendo contabilizado no desfile da Givenchy em 37 composições. Portanto torna-se evidente como suas análises de previsões são aplicadas e apresentadas nos desfiles de grifes.

Considerações Finais

O objetivo geral foi concretizado por meio das análises do desfile de Alta Costura relacionando com a macrotendência *Design* de Emoções da WGSN, assim, foi possível perceber que as tendências disseminadas pelo *site on-line* se apresentaram em vários *looks* da grife Givenchy. Entretanto, mesmo que algumas peças não se encaixaram em uma tendência, elas acabavam se adequando a características que pertenciam a outras.

O desfile contém 41 composições, dos quais foram selecionados para exemplificar as tendências, sendo atingidos ou não por elas, resultando em 37 *looks* com as características. Portanto percebemos que as tendências expostas pelo WGSN se aplicam a vários *looks* da Givenchy, sendo em cores, modelagens, texturas e estampas, demonstrando como são aplicadas a leitura destas informações ao vestuário.

Conclui-se que a pesquisa de tendências de moda realizada por meio de análises e comparativos, proporcionam aos profissionais da moda um melhor entendimento e visualização das características que se destacam nos desfiles por meio de pesquisas prévias no WGSN. Também se torna fundamental sua prática, possibilitando que se compreenda os novos ganchos e caminhos que os consumidores estão se direcionando, permitindo observar estes novos horizontes como possíveis pontos de futuras tendências, proporcionando a criação de novos produtos que sejam efetivamente consumidos, fazendo com que a pesquisa seja imprescindível no ciclo da moda.

Referências

BARROS, André Ribeiro de. SANT'ANNA, Patricia. **Pesquisa de tendências para a moda**. Colóquio de moda. 2011. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202011/GT02/GT/GT_89679_Pesquisa_de_Tendencias_para_Moda_.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2020.

BROEGA, Ana Cristina, MENDES, Layla, SANT'ANNA, Patricia. **Sobre pesquisas de tendências de moda: aspectos teóricos e cronológicos**. Repositorium, 2016.



Disponível em:

<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/43530/2/CIMODE2016_LM_AC_B_PSA_pt.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2020.

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências.** Rio de Janeiro: SENAC-Rio, 2004.

CAMPOS, Raquel de. **Metodologia de antecipação das paletas de cor nas tendências de moda.** Repositorium. 2009. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/10815/1/tese%20MDM%20Raquel%20Campos.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2020.

DIAS, Camila Carmona. **As influências das tendências de moda.** Moda palavra, 2010. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051717009.pdf>> Acesso em: 10 abr. 2020.

OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo de. **Amostragem não Probabilística: Adequação de Situações para uso e Limitações de amostras por Conveniência, Julgamento e Quotas FEA USP.** Disponível em: <https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/veludo_-_amostragem_ao_probabilistica_adequacao_de_situacoes_para_uso_e_limitacoes_de_amostras_por_conveniencia.pdf> Acesso em: 23 abr. 2020.

POSNER, Harriet. **Marketing de moda.** São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

RECH, Sandra Regina. **Modelo conceitual para prospecção de tendências.** DAPesquisa, Florianópolis, v. 4, n. 6, p. 615-621, nov. 2018 ISSB 1808-3129. Disponível em: <<http://www.periodicos.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14234/9308>>. Acesso em: 30 mar. 2020.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção.** 2 ed. Brusque: D. Treptow, 2013.

VOGUE. **Runway: Givenchy.** Disponível em: <<https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/givenchy>>. Acesso em: 30 mar. 2020.

WGSN. **Design de Emoções: Previsão de moda feminina PV 20.** 2019. Disponível em: <<https://www.wgsn.com/en/>>. Acesso em: 01 abr. 2020.

