

16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## TENDÊNCIA DA PESQUISA DE TENDÊNCIAS – COMPLEXIDADES QUE CLAMAM POR NOVAS PRÁTICAS

*Trend of Trend Research – Complexities That Ask For New Practices*

Monçores, Aline M.; PhD; Pontifícia Universidade Católica-RJ,  
amoncores@gmail.com<sup>1</sup>

**Resumo:** Esse texto, um ensaio, procura iniciar uma reflexão sobre a necessidade de mudanças profundas no pensar e no fazer pesquisa de tendências tendo em vista o protagonismo adquirido pela atividade numa sociedade pautada pelo consumo e que hoje vive grandes transformações. Um olhar sobre as possibilidades de investigar e prever um futuro decolonizado, mais diverso, inclusivo e plural.

**Palavras chave:** Decolonização; Tendência; Método.

**Abstract:** This text, an essay, seeks to initiate a reflection on the need for deep changes in researching trends in view of the protagonism acquired by the activity in a society based on consumption and which is currently undergoing major transformations. A look at the possibilities of investigating and predicting a decolonized, more diverse, inclusive, and plural future.

**Keywords:** Decolonization; Trends; Method.

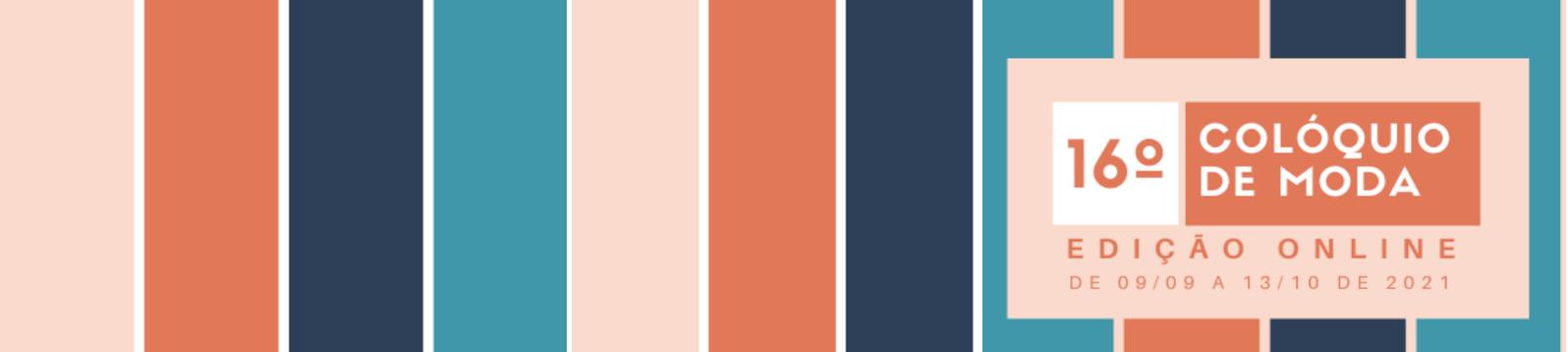
### Introdução

O mercado de moda se encontra em um momento ímpar, no qual grandes mudanças são solicitadas nos meios de produção, difusão e consumo. Porém pouco se fala sobre os meios de pensar moda. Muitas são as empresas e profissionais que atuam na consolidação desse pensar, de professores da academia que, em certa medida, moldam os novos profissionais designers que atuam e atuarão no mercado, até, na outra ponta, empresas já estabelecidas e consolidadas do mercado que, também em certa medida, fazem a manutenção de um sistema que pouco muda a fim de manter nichos conquistados.

---

<sup>1</sup> Doutora e Mestre em Design com pesquisas sobre consumo, tendências, identidade cultural e as relações com a moda.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Não há dúvidas de que o contemporâneo pandêmico expôs à todos uma dura realidade: a de que uma mudança radical se faz necessária em todos os níveis e setores da moda, e aqui consideraremos em especial, a pesquisa de tendências.

A análise a seguir versa por dois eixos complementares, no primeiro sob o aspecto da decolonização dos estudos de tendência e o segundo abordará o questionamento de movimentos que pleiteiam o fim das tendências como forma de desaceleração do consumo. Ao final, ambos serão dispostos em análise conjunta. Importante ressaltar que o texto observa especialmente o ambiente brasileiro de pesquisa.

### **Mas afinal... ainda somos colonizados?**

No início de 2021, a futurista brasileira Lidia Zuim publicou um ensaio no qual ela reflete sobre a razão dos empresários brasileiros preferirem as inovações estrangeiras.<sup>2</sup> Um questionamento interessante que coincidiu com a leitura de um artigo do britânico-paquistanês, crítico cultural e futurista, Ziauddin Sardar, no qual ele discorre sobre a colonização dos espaços intelectuais nos estudos sobre o futuro.

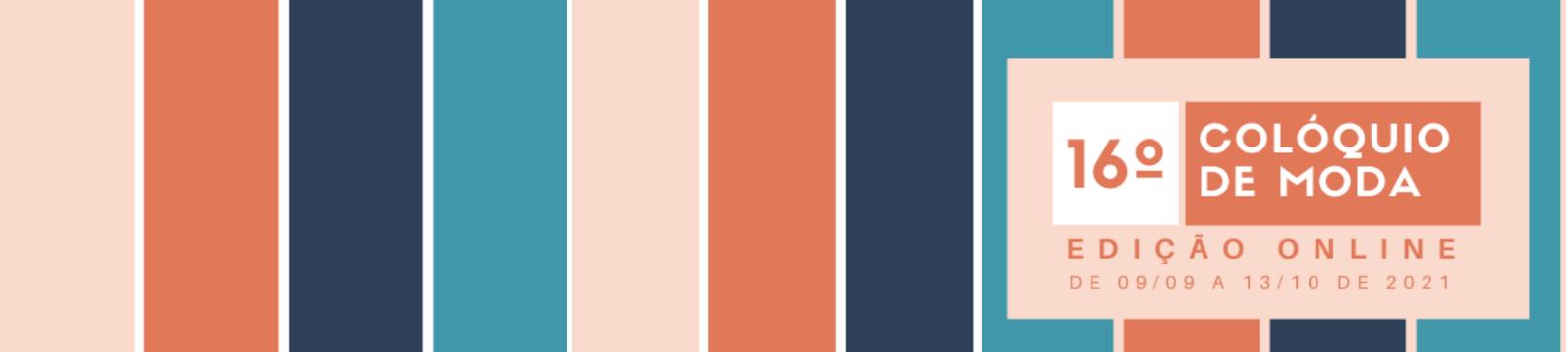
Com certeza esta não é uma simples justaposição de acasos. Pode-se dizer que é um sinal apontando para um desconforto sobre a produção de textos que falam de futuros e sobre a indústria da inovação. Algo que ganhou relevância dentro de um contexto onde o sistema de inovação passa a se reavaliar a fim de se adaptar às pautas de representatividade e reparação social, assim como questões anticoloniais que ressoam nos discursos das gerações mais jovens e nos próprios grupos antes marginalizados, hoje mais maduros e avançados na luta por sua representação social.

Em seu texto, Lídia preferiu provocar através de questionamentos e dados que revelam como os brasileiros têm investido em viagens e material internacional sobre inovação e tendências. Porém, aqui neste texto para entender esse comportamento diante da inovação, serão feitas algumas reflexões relacionadas às questões levantadas por Sardar(1993), que falam sobre o papel da educação na manutenção da hegemonia intelectual do Norte sobre o

---

<sup>2</sup> In: <https://ofuturodascoisas.com/da-boca-para-fora-por-que-brasileiro-continua-pagando-para-ver-estrangeiro-inovar/>





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Sul, no caso, a manutenção do entendimento predominante do que seja pensar sobre o futuro e quem são as referências sobre esse assunto.

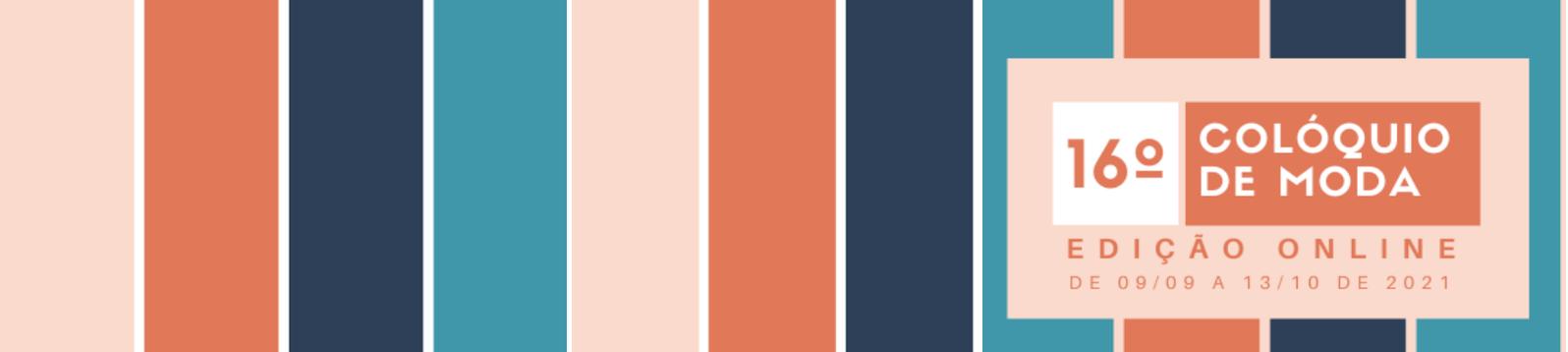
Em 1993, Ziauddin Sardar lançou uma análise sobre a área de estudos do futuro em uma perspectiva de colonização destes espaços intelectuais. Em seu texto “Colonising the future: The 'other' dimension of futures studies” Sardar descreve que a evolução deste tema está diretamente atrelada ao desenvolvimento de pautas cruciais do ocidente surgidas a partir das crises enfrentadas pelo mesmo. Ou seja, para Sardar o pensamento sobre o futuro surge enviesado por fatos do ocidente tornando difícil falar de futuro sem, necessariamente, falar de um prognóstico ocidental. Podemos dizer, mais precisamente até, do Norte ocidental.

Ao analisar a breve história da evolução dos estudos sobre o futuro o autor afirma, ainda, que os pensadores da área a dividem em três fases: A primeira, ocorre logo após a Segunda Guerra Mundial, e é tida por Masini e Cillwald (1990, APUD SARDAR, 1993) como a etapa técnica e analítica, pois as prospecções eram usadas como apoio em estratégias militares e econômicas necessárias na reconfiguração da economia e da geopolítica daquele momento. Na sequência, década de 60, inicia a segunda fase onde se expande o campo de estudos sobre futuros para a arena social a partir da preocupação de alguns indivíduos e com o início de uma crise ambiental. Nesse período, questões como poluição, urbanização, crescimento populacional ganham relevância assim como movimentos sociais em busca de liberdade individual, de gênero, além do início das lutas pela representatividade social levantadas pelo movimento negro, feminista, causas LGBT, etc. Já a terceira fase teria início na década de 70, com a disputa pelo petróleo em conjunção com a crise energética ganhando um aspecto mais organizacional, focado em analisar o futuro dentro de uma necessidade empresarial de se adaptar, ou se preparar para um determinado cenário ou momento.

A partir desse esquema Sardar salienta que a própria evolução dos estudos está estruturada em momentos de crise criados por e para o Ocidente, se mantendo dentro desse espaço limitado de atuação, e segue afirmando que os estudos sobre o futuro agem como um gerador de cenários que garantam a permanência da influência eurocêntrica no controle e dominação de culturas não ocidentais.

“Os estudos de futuros tornaram-se sinônimos com interesses ocidentais, e rapidamente se intensificaram em estruturas preocupadas em grande parte com o





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

surgimento inevitável de uma nova geração de tecnologia aparentemente preocupada em resolver todos os problemas de dominação, controle e relações humanas - tecnologias de informação e comunicação, biotecnologia, novas formas de agricultura e assim por diante” (SARDAR, 1993)

Resguardada as diferenças, podemos afirmar que os estudos de tendências no design e na moda (se analisado em separado dos estudos de futuros) percorrem caminho semelhante, cujo mercado ganha impulso após a segunda Grande Guerra, chegando aos dias atuais com forte influência direcionando produções e consumo (MONÇORES, 2013).

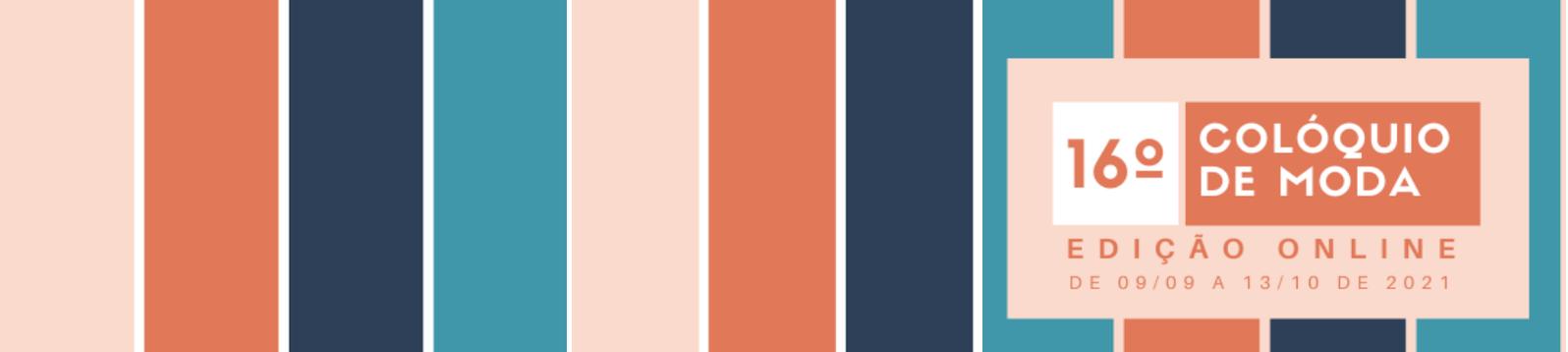
Estudos sobre o futuro como ferramenta de manutenção do poder

Continuando sua análise Sadar(1993) se volta ao modelo de co-citações ocidental como um propulsor da colonização do conhecimento. O autor afirma que o modelo acadêmico de co-citações é fundamentado num padrão estatístico para a geração de relevância, ou seja, quanto mais os estudiosos co-citam-se em seus documentos, mais forte é a relação destes com o assunto no espaço intelectual, assim como, maior é a classificação de importância destes para o desenvolvimento da área. Inclusive, descreve que é comum consultar índices de citação online onde obtêm-se estatísticas de obras co-citadas e, matematicamente, se permite medir a relevância de determinados assuntos e autores. Esses mesmos índices, são usados como base para criação de novos campos de pesquisa, bolsas de estudo, especialidades dentro da área, etc.

Contudo, o que se percebe é que essa forma de analisar a relevância das publicações permite a criação de bolhas de assuntos e autores, que surgem como mais relevantes estatisticamente, e passam a citar-se uns aos outros extensivamente, controlando pelo menos um ou dois periódicos eruditos, guardando zelosamente seu território intelectual. Essa atitude não é muito diferente do sistema utilizado por influenciadores em redes sociais como Instagram e YouTube que utilizam os tags ora como moedas de troca, ora como catalisadores de relevância fazendo uso da lógica de evidencia do algoritmo da rede.

Como exemplo, o autor aponta para algumas publicações: o Future Survey Annual , editado por Michael Marien e já tido como uma das ferramentas bibliográficas mais importantes em estudos de futuros nas décadas de 80 e 90, e o livro The Study of the Future ,





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

de Edward Cornish, presidente da World Future Society, sediada em Washington, além do livro de Richard A. Slaughter, *Future Concepts and Powerful Ideas*.

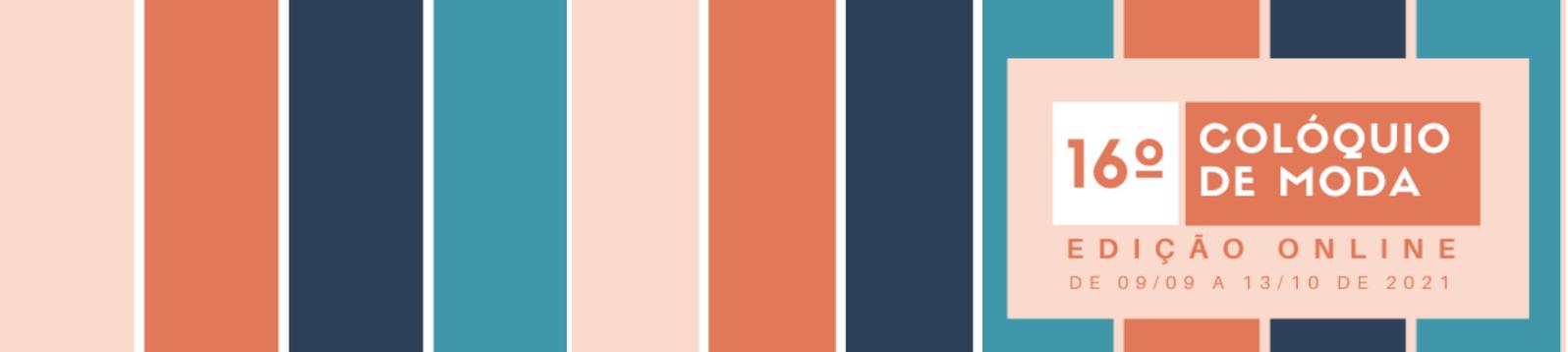
O anuário do Future Survey reúne pesquisas recentes na literatura dos estudos sobre o futuro apresentando assuntos essenciais como educação, democracia, meio ambiente, saúde e desenvolvimento, incluindo sessões especiais em parceria com organizações globais como a Unesco. De acordo com o editor, a publicação em inglês (o que, note-se, já é uma ferramenta de controle) segue critérios de: amplitude, originalidade, autoridade e importância para o interesse público. Em sua pesquisa, Sardar aponta que numa trajetória de 20 anos deste anuário, os artigos publicados são majoritariamente por autores americanos, margeada por falas de autores europeus, todos brancos e homens, e insignificamente pincelada por ora uma entrelinha ou outra, ora um estudo de caso ou outro, de autores fora do eixo americano e europeu.

A presença dominante dos autores americanos nas pesquisas de estudos sobre o futuro também foi constatada por Sardar no uso do livro *The Study of the Future*, de Edward Cornish. Esta publicação é tida como base para os iniciantes na arte e ciência de estudos sobre o futuro e, além de apresentar metodologias e pesquisas de homens, brancos e ocidentais, com exceção de Margaret Mead, única mulher citada, como mestres no assunto.

Ou seja, se os próprios livros didáticos de estudos sobre o futuro ignoram a existência de pesquisadores não ocidentais, como podemos esperar uma visão sobre o futuro que inclua métodos, casos e vozes dos países tidos como marginais?

E se, mais uma vez, compararmos com o estudo de tendências dando foco ao campo do design e moda o cenário ainda traz um agravante... Além dos autores e empresas serem maciçamente europeias e americanas (WGSN/London, Union Trend/Amsterdã-NY, Promostyl/Paris, Brain Reserve/NY, Future Concecept Lab/Milão...), muitas delas abrem suas filiais com seus representantes em países tidos como periféricos ou à margem (Brasil, Colombia, África do Sul, Argentina...) produzindo relatórios que usam o manancial cultural do lugar sem autonomia. Por autonomia aqui, definisse o trabalho no qual dados, imagens, relatórios entre outros, são produzidos nos países periféricos e enviados para a sede e somente após a “revisão” e filtro das empresas sede poderão ser (ou não) publicados.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Curiosamente, o livro de Richard A. Slaughter, *Future Concepts and Powerful Ideas*, de 1991, se arrisca em trazer uma certa consciência cultural para a área, porém patina na falta de exemplos não ocidentais. Além de, numa sessão intitulada de Mapas de Conhecimento, classifica os saberes não ocidentais como uma “cultura de sabedoria”, uma não-ciência, onde qualidades como “uso racional da intuição e da sabedoria”, “tecnologia como meio de transcender e não substituir”, ou “entendimento profundo de humanidade” são apontadas mas sem se dizer exatamente de onde tais qualidades vieram ou qualquer referência de autor não-ocidental sobre tais preceitos mapeados.

“Apesar do fato de que em qualquer um dos campos de ‘paz’, ‘cultura’, ‘meio ambiente’ há material suficiente de ‘amplitude, originalidade, autoridade e importância para o interesse público’ proveniente apenas da Índia para preencher vários volumes de Scan.” (SARDAR, 1993)

### **E o presente?**

Tais publicações têm grande alcance no espaço intelectual de estudos sobre futuros ainda hoje, é a partir deste tipo de publicação que se disseminam agendas de assuntos relevantes que vão pautar outras revistas especializadas e movimentar o mercado.

O futuro é realmente uma preocupação ocidental e uma oportunidade para ocidentais, apenas. As culturas não ocidentais são simplesmente uma bagagem cultural (nos livros didáticos sobre estudos de futuros) (SARDAR, 1993)

No caso dos livros de base, o efeito é ainda pior, pois já demarca uma geopolítica da educação sobre essa ciência para àqueles que buscam acessá-la. Uma estratégia de manutenção dos espaços intelectuais através do esquema de co-citação, além da disseminação de livros de base e guias de estudo que privilegiam apenas os estudos de e para a cultura ocidental, e muitas somente do Norte Ocidental. Delimitando, assim, os limites de desenvolvimento de uma ciência que ainda está em formação e validação, porém de alta demanda no campo empresarial e institucional.

No Brasil, apesar da constante progressão no número de palestras, relatórios, projetos e cursos voltados para o mercado empresarial ainda são poucas as publicações sobre o tema. Apesar do foco desse texto ser a produção de conhecimento para estudos sobre futuros, é





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

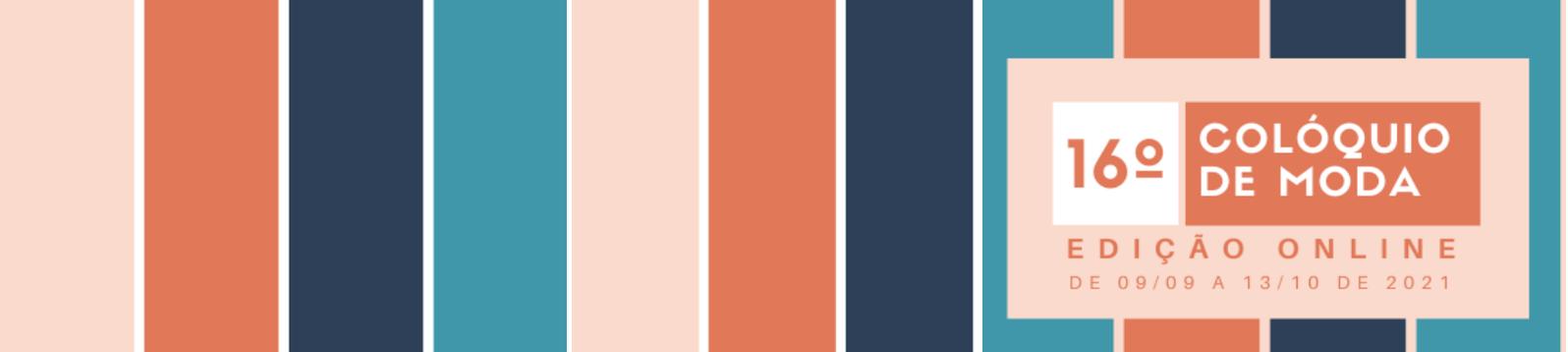
importante incluir aqui também os pesquisadores de tendências que, apesar de não projetarem futuros de longo prazo, transitam por metodologias em comum.

No artigo “Futurismo: tendências da tecnologia no empreendedorismo”, escrito por Christiane Rattton Sanchez e Liriane Soares Araújo (FATEQT-SP), que mencionam alguns profissionais dessa área que se destacam no país como Jaqueline Weigel, Rosa Alegria, Tiago Mattos, Mariana Ferreira Aulu, Daniela Klaiman, Lala DeHeinzelin e Marcos Formiga. Podemos incluir também a primeira citada nesse texto, Lúcia Zuim. Destes, com participação em artigos científicos e publicações estão Zuim, Alegria, Formiga, Weigel e DeHeinzelin. No grupo dos pesquisadores de tendência podemos destacar uma quantidade maior de nomes, entretanto, considerando um recorte no campo acadêmico podemos apontar: Aline Monçores, Dario Caldas, Sandra Regina Rech, Cidda Siqueira, Patrícia Sant’Anna, Isleide A. Fontenele, Janiene dos Santos e Silva, Suzana Back e Amanda Campos.

Apesar de ainda tímido, o movimento atual no Brasil nos mostra que estas áreas estão sendo desbravadas por mulheres, majoritariamente. Dentre estes profissionais que trabalham na área, em especial no setor de consultorias, é comum um histórico de aprendizagem em institutos internacionais diversos, que são utilizados como selos de garantia e diferenciação no mercado interno (à exceção de DeHeinzelin).

Além disso, diante da escassez de instituições de ensino nacionais que ensinem estudos sobre futuros, ainda é comum sair do país para adquirir conhecimento na área para, em seguida, ministrarem cursos em seu país de origem. Um movimento, que, aliás, foi previsto pelo próprio Sardar ao falar que a narrativa colonial disseminada pelos livros de base termina por contaminar os estudantes de países marginalizados que, conseqüentemente, levam esse conhecimento para suas regiões e reproduzem as dinâmicas de poder colonial nos estudos sobre o futuro realizados em seus países. Afinal, quando a educação é um instrumento de molde para a manutenção de poderes e estruturas (e não de amplificação e troca de conhecimento) é difícil estabelecer novas formas de pensar e, conseqüentemente, agir. E, assim como tantas outras ciências já validadas, o que vemos é os estudos sobre futuros se tornarem outro instrumento acadêmico e intelectual para a colonização do não-ocidente, agora sobre a sua percepção de futuros. Ou seja, o fluxo de empresários e criativos brasileiros





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

seguindo em caravanas para verem o que é inovação em países estrangeiros pois é assim que ainda se entende que deve ser, que será lá nesses territórios que a inovação poderá ser encontrada.

Por outro lado, enquanto nos conscientizamos do predomínio de um discurso e visão nos estudos de tendências e de futuro, um movimento contrário de repulsa à própria inovação constante ao consumo parece se tornar mais expressivo a cada dia, levando à uma rejeição nestes países disseminadores da noção e entendimento comum de tendências ou futurismos.

### **O fim das tendências é uma tendência?**

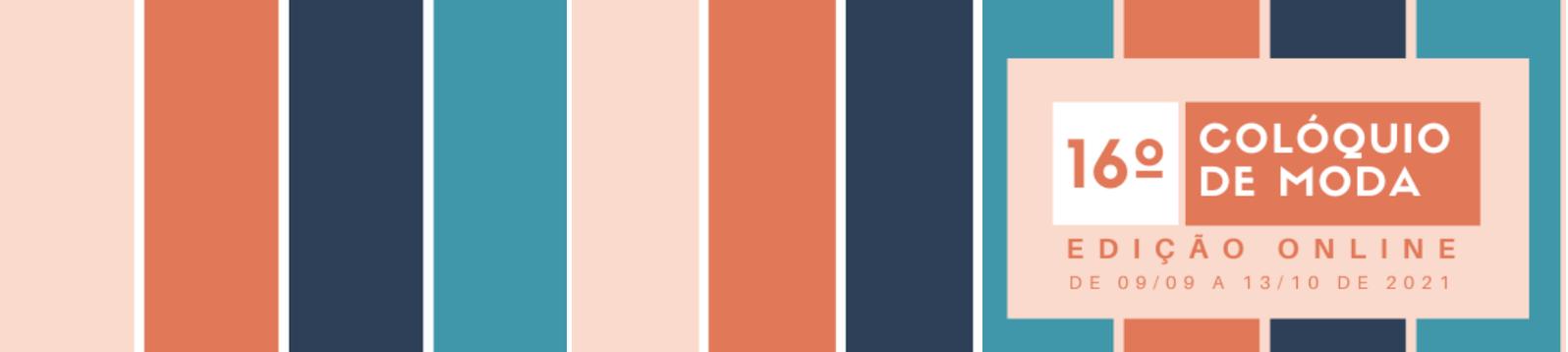
Em dezembro de 2020, a pesquisadora de tendências do Trend Atelier, Geraldine Wharry<sup>3</sup>, escreveu um texto que traz à tona a responsabilidade da pesquisa de tendências neste conturbado presente. Sob o título “Tendências são suas amigas”, que faz oposição a um cartaz de protesto, a futurista franco-inglesa discorre sobre o papel dos relatórios de tendências na indústria da moda, numa tentativa de questionar conflitos que surgiram em redes sociais e em protestos ambientalistas anti-moda que declaram a “morte da indústria da moda” e das tendências. A área, assim como tantas diretamente ligadas ao sistema de produção baseado na inovação, tem suas práticas e métodos postos em cheque. Um momento crítico onde o que está sendo questionado não é a moda propriamente ou as tendências em si, mas suas representações dentro de um sistema em transição.

Desde os anos 2000 as próprias agências de pesquisa de tendências começaram a sinalizar para rupturas no sistema da moda através dos relatórios que comercializam, essas empresas já apontavam sinais que foram ganhando força. O que pouco se percebe entre as agências de pesquisa é a identificação da sua responsabilidade na produção e distribuição destes relatórios. Ou seja, são poucas as agências que trazem a responsabilidade para si assumindo um papel de agente transformador, adotando e praticando as tendências que elas mesmas prescrevem.

---

<sup>3</sup> <https://www.geraldinewharry.com/getinspired/fashion-trend-forecasting-dilemma>





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

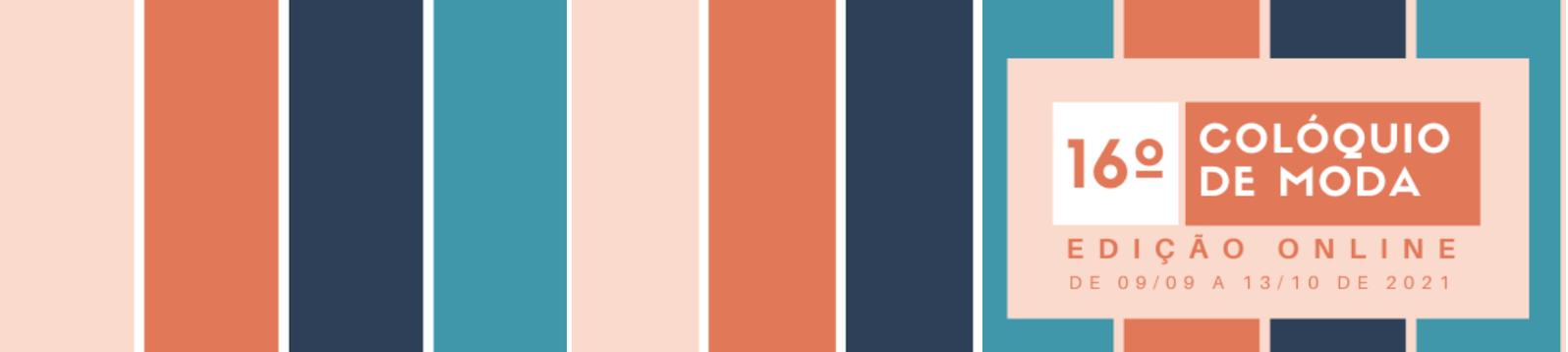
Durante as palestras do Rio Ethical Fashion 2020, a pesquisadora de tendências Renata Abranchs resumiu bem um questionamento sobre a morte das tendências apontado por um dos participantes, que perguntou se então a nova tendência seria a não tendência. Abranchs, rapidamente esclareceu as classificações de tendência. É relevante apontar que talvez haja uma compreensão difusa sobre o tema colocando moda e tendência como equivalentes, uma confusão semântica iniciada ainda em meados do século XX quando manifestações estéticas ganharam grande visibilidade e o termo passa a ser tão utilizado ao ponto de banalizar e esvaziar seu sentido original (MONÇORES, 2013).

Atualmente quando pesquisadores que atuam com a abordagem social apontam algo como uma tendência em geral, se refere a um movimento em ascensão num certo tempo e local — seja um comportamento, um produto, um estilo musical ou um tipo de serviço. Ou seja, uma tendência aponta para algo que pode vir a se tornar uma moda, um estilo, uma prática social ou pode simplesmente desaparecer, pode contemplar moda ou não em um determinado período e contexto/lugar. Já a moda é um sistema disseminado e concretizado dentro de sociedades, movimentando uma indústria, ligada aos aspectos culturais, a mídia e pode ser faceta de uma tendência ou não. E a missão dos profissionais que trabalham com a pesquisa de tendências consiste (ou deveria consistir) na percepção desses movimentos, na leitura destas “narrativas grávidas de sentido” (LIPOVETSKY, 1989).

Então, ao falar que as tendências estão mortas, ou mesmo que é preciso acabar com elas, se percebe a confusão de terminologias que existe e acaba minando algo que na sua essência é uma forma de observar e interpretar a cultura para perceber suas transformações. E não é isso que precisa ter um fim, afinal, observar, interpretar e narrar a cultura é algo que está inerente à nossa existência. O que precisa acabar é o incentivo disseminado ao consumo e produção baseado na aceleração e crescimento contínuo das “novidades do momento”.

Ou seja, diante de uma tendência na qual o sistema da moda se apropria e age como um produtor desenfreado de novidades nos levando à depreciação ambiental e social, qual é o papel das agências que monitoram esses sinais?





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Num artigo escrito por Fran Sheldon na Fashion Roundtable<sup>4</sup> sobre as agências de pesquisa de tendência de moda, são identificados dois elementos importantes: o tempo na distribuição das pesquisas e a incoerência das informações fornecidas pelas agências.

O tempo está diretamente relacionado à própria estrutura que dialoga diretamente com o sistema de moda *fast-fashion*. Para alimentar a demanda por constante mudança de estilos necessária esse segmento, empresas como a WGSN, Promostyl, Trendstop, chegam a disponibilizar em suas plataformas até oito novos relatórios sobre novas cores, materiais, formas e estilos em diferentes segmentos, aproximadamente. Esse tempo acelerado na produção de informação é composto por uma miscelânea de dados que se configuram em um sistema de produção em massa da informação, se contrapondo ao conteúdo desses relatórios dos quais muitos sugerem o “*slow fashion*” como tendência. Essa sobreposição de discursos incoerentes formam um grande supermercado de propostas que anunciam o fim de um sistema ao mesmo tempo que alimentam a continuidade do mesmo. Tal ritmo evidencia a manutenção de controle e poder exercido por essas agências, pois um posicionamento mais crítico, responsável, ético implica numa reformulação total na produção e distribuição das pesquisas, o que pode ocasionar custos, perdas e instabilidade ao negócio.

Parece extremamente oportuno, então, falarmos da descentralização, decolonização e responsabilidade da pesquisa de tendências. A crise é a oportunidade.

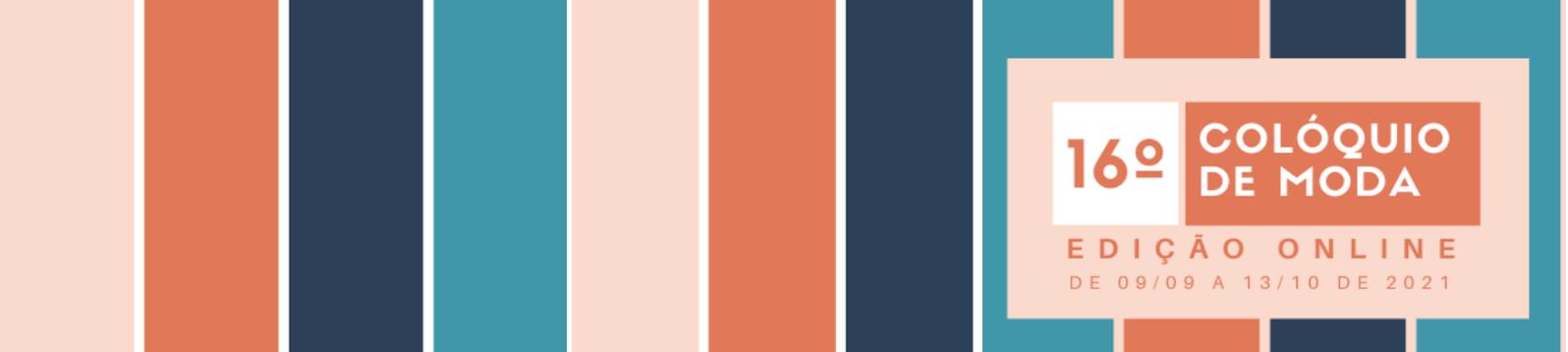
### **Conclusões: Decolonizando e reaprendendo**

No Brasil, já existem empresas que estão afinando os discursos para um sistema de produção em transformação, como a Mandalah de Lourenzo Bustani. Em 2006, a empresa já falava em inovação consciente e da necessidade de alinhar valores humanistas à propósitos de responsabilidade social e que o lucro não poderia ser o maior fim. Uma abordagem bastante inovadora para aquele momento, mas que garantiu contas como a Nike, Natura, HSBC e Petrobrás. Com o foco no design e moda a pesquisadora Li Edelkoort escreveu seu manifesto Anti-Fashion, que apresentou crítica e pontos que necessitavam de mudanças. O documento

---

<sup>4</sup> <https://www.fashionroundtable.co.uk/news/trend-forecasting-sustainability?rq=fran%20she>





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

reverberou no mercado mundial e rendeu ampla mídia, porém essas visões altruístas só poderiam ser lidas na sua completude depois do pagamento de alguns euros para a leitura. O manifesto, por fim, rendeu mais como estratégia de marketing colaborando para posicionar Edeekort e sua empresa como ícones da pesquisa de tendência do que propriamente alterou o sistema de moda.

Recentemente, Geraldine Wharry apontou que não existem respostas imediatas ou fáceis para transformar o sistema de pesquisa de tendências da moda, mas afirma que o primeiro passo é estar disposto a aprender a desaprender. Para a pesquisadora é preciso repensar o ritmo de produção de relatórios e manter um código de ética sustentável, e até mesmo considerar novas concepções do que seja lucro empresarial. Indo ainda mais além, a jornalista Fran Sheldon aponta que da mesma forma que as marcas já sofrem judicialmente por suas ações anti-éticas e anti-ambientais, não seria importante que as empresas de pesquisa de tendência também fossem responsabilizadas pelo que disseminam e como o fazem?

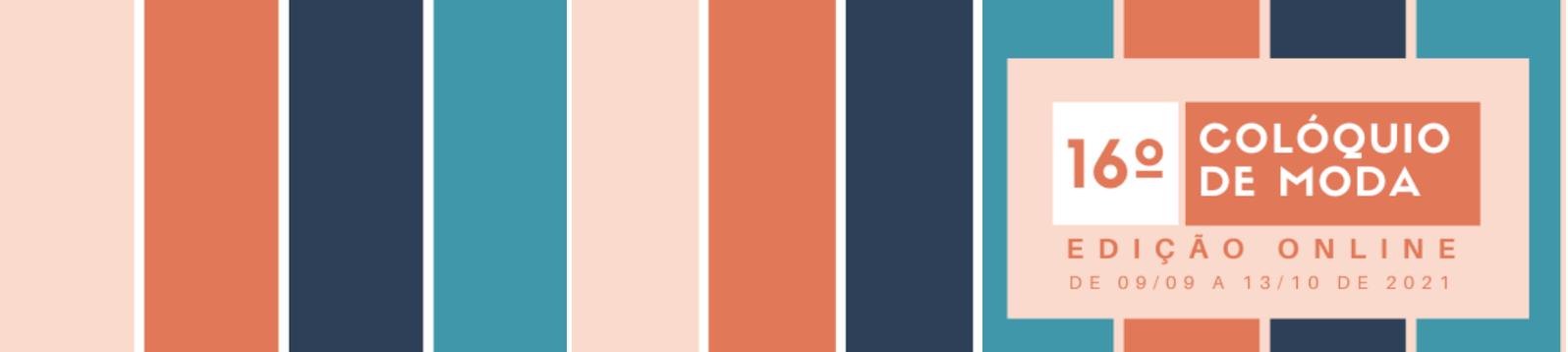
A empresa de pesquisa de mercado McKinsey projeta no seu relatório “The State of Fashion 2021” uma queda no desempenho da indústria global da moda de até 5% , na visão otimista, e vários são os motivos. Segundo a empresa os consumidores estão mais críticos e atentos nas entrevistas realizados dois terços dos respondentes deixariam de comprar ou reduziriam significativamente o volume de compras de marcas que maltratassem seus empregados ou fornecedores. Outros 55% esperam que as empresas cuidem da saúde dos seus funcionários em tempos de crise, sendo mais humanitárias. Outra questão é o crescimento da preocupação com a origem e produção dos artigos, tornando o consumidor mais seletivo. Esses dados evidenciam um ambiente de negócios hostil, mas o relatório também afirma que são esperadas movimentações importantes e o surgimento de novos formatos. O que já está acontecendo...

O projeto Imagining Africa Futures (IAF) é um laboratório de futuros que acontece em vários países do continente africano, é composto por agentes locais e busca desenvolver um pensamento sobre o futuro junto as comunidades e tem o apoio da UNESCO<sup>5</sup>. O IAF

---

<sup>5</sup> <https://en.unesco.org/futuresliteracy/about>





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

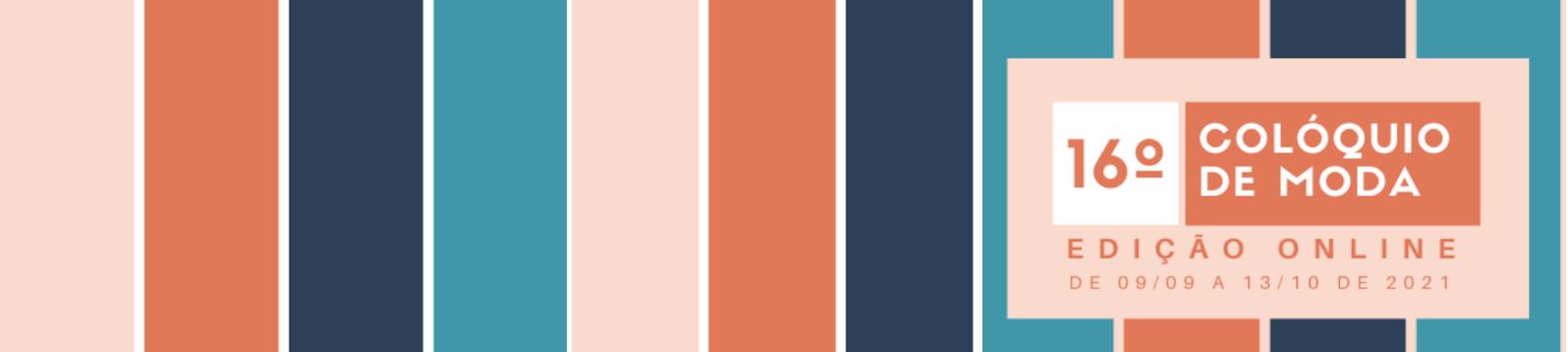
EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

coordena a Alfabetização de Futuros (FL), que, segundo o site da UNESCO, é dar condições ao participante de desenvolver suas habilidades de imaginar o futuro e assim, poder projetar, organizar, se preparar para ele. Segundo o projeto como o futuro é algo que não existe ele pode ser imaginado, e a imaginação é uma capacidade humana inerente a todos. Assim possibilitar uma alfabetização sobre o futuro é poder “compreender melhor o que veem e o que fazem” fortalecendo a imaginação, se preparando, se recuperando e inventando conforme as mudanças ocorrem. Entre os métodos são organizados uma série de workshops nos quais os participantes podem testar coletivamente uma gama de hipóteses e propor novas soluções para melhorar suas localidades.

Outro exemplo, agora brasileiro e de menor amplitude, porém similar, é o Coolhunting Favela, um Laboratório de tendências, situado no Rio de Janeiro, cujo campo de pesquisa está nas periferias da cidade. O laboratório explora a inovação desenvolvida pela juventude periférica brasileira para sua produção de visões de futuro e une à pesquisa uma função política que busca fortalecer a produção simbólica destes grupos. Nesta linha, porém com enfoque maior na metodologia, está Pupul Bisht, pesquisadora indiana e fundadora da Decolonizing Futures Initiative - um projeto global criado em 2018 que visa envolver comunidades na imaginação de seus futuros para propor e inspirar políticas inclusivas. Pupul inovou ao usar um método de previsão e futuros que se inspira na tradição de contação de histórias folclóricas conhecida como Kaavad, do Rajastão, Índia. Esse é um pioneiro e, talvez, único método de previsão diretamente derivado de uma tradição não ocidental. Sem dúvida o trabalho de Pupul demonstra a viabilidade de olhares e experiências diversas na construção de uma nova perspectiva de trabalho para a pesquisa de tendências decolonizada, descentralizada, plural e mais coerente com suas próprias previsões.

Outro ponto importante para se pensar (e aprofundar em um próximo texto) é sobre o ensino da pesquisa nas universidades e cursos de moda. É preciso rever o material didático, as referências e os exercícios que aplicamos para que esses sejam igualmente plurais. Na academia formamos a prática e também o pensamento de uma área, se a área está em mudança nossa forma de ensinar também deve mudar. E mudamos como?





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Este é o primeiro texto, e foi construído em parceria com a pesquisadora Flávia Mendonça e a partir de suas reflexões, mas muitos questionamentos ainda permanecem em aberto e são muitas as mudanças necessárias. Esperamos poder incentivar o interesse pelo tema e colaborar para aprofundar as discussões, pois a transformação precisa ser coletiva, e está só começando.

## Referências

ARAÚJO Liriane S.; SANCHEZ, Christiane R. **FUTURISMO tendências da tecnologia no empreendedorismo**. V. 16 N. 1 (2019): Revista Interface Tecnológica. São Paulo: FAETEC, 2019. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/586>

LARSEN, Nicklas. **Decolonising Futures**. Nova York: Medium, 2020. Disponível em: <https://medium.com/copenhagen-institute-for-futures-studies/decolonising-futures-with-pupul-bisht-b1245ac416ff>

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. Companhia das Letras: São Paulo, 1989

MONÇORES, Aline. **Tendências: o novo constante**. 2013. 177f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Design Departamento de Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

SARDAR, Z. **Colonising the future**: The 'other' dimension of futures studies, Futures Volume 25, Issue 2, March 1993, Pages 179-187. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/001632879390163N>  
acesso em 18/03/2021

SHELDOW, Fran. **Always Trending**: Why Trend Forecasters Must Be Held Accountable For Wasteful Fashion. London: Fashion Roundtable, 2020. Disponível em: <https://www.fashionroundtable.co.uk/news/trend-forecasting-sustainability?rq=fran%20she>

WHARRY, Geraldine. **Fashion trend forecasting's dilemma**. London: Geraldine Wharry, 2020. Disponível em: <https://www.geraldinewharry.com/getinspired/fashion-trend-forecasting-dilemma>

ZUIM, Lidia. **Da boca pra fora** – por que brasileiros continua pagando para ver estrangeiro inovar. O Futuro das Coisas. Disponível em: <https://ofuturodascoisas.com/da-boca-pra-fora-por-que-brasileiro-continua-pagando-para-ver-estrangeiro-inovar/>

