

IDENTIFICAÇÃO DE TENDÊNCIAS EM DESFILES DE MODA POR GRADUANDOS EM DESIGN DE MODA

Dantas, Ítalo José de Medeiros; Mestre; Instituto Federal do Rio Grande do
Norte, italodantasdesign@hotmail.com

Soares Júnior, Glauber; Mestre; Universidade Feevale,
glaubersoares196@hotmail.com

Batista, Fabiano Eloy Atílio; Mestre; Universidade Federal de Viçosa,
fabiano.batista@ufv.br

Holanda, Poincyana Sonaly Bessa de; Mestre; Instituto Federal do Rio Grande
do Norte, cyanabessa@gmail.com

Solino, Livia Juliana Silva Solino; Mestre; Instituto Federal do Rio Grande do
Norte, livia.solino@ifrn.edu.br

Área temática: (X) Design de Moda e Comunicação

Resumo: A identificação de tendências a partir de desfiles serve como uma forma de direcionar o processo de criação de uma marca, servindo produtos que atendam ao que os consumidores irão querer posteriormente. Tendo isso em mente, este artigo tem como objetivo refletir sobre a identificação de tendências por 8 graduandos em design de moda, considerando a análise de dois desfiles da estação *spring/summer 2022*.

Palavras-chave: Aprendizagem significativa; Estudo de Tendências; Desfiles de Moda.

1 INTRODUÇÃO

É sabido que o processo de planejamento, criação e desenvolvimento de coleções e/ou produtos de moda, é composto por uma série de etapas. Uma das fases primárias deste processo é o estudo de tendências. Buscando por uma teorização do se se entende por tendência, apoia-se em Treptow (2013), pois para a autora, as propensões comportamentais – as macrotendências – são interpretadas por comitês setoriais – sociólogos, psicólogos, economistas, entre

outros profissionais – que estudam comportamentos sociais, e a partir disso, traçam previsões de consumo baseadas nos hábitos cotidianos dos indivíduos.

Ainda para a autora, depois de feita essa interpretação, o material fundamentado é repassado para designers e estilistas, especialmente, por meio de feiras de fios e tecidos. Dessa forma, escritórios de previsões de tendências buscam por codificar as necessidades e os desejos de consumidores em forma de cores e texturas, identificando e monitorando lançamentos e confeccionando cadernos, revistas e vídeos para a internet, que posteriormente servirão como fontes de inspiração para designers de moda produzirem suas coleções. Para mais, as grandes tendências são observadas em desfiles e coleções de renomadas marcas e estilistas, sendo estes um complemento para que as ideias difundidas cheguem ao mercado consumidor.

Embora o teor autoral seja relevante para a produção de artefatos de vestuário, o estudo, acompanhamento e aplicação de tendências é igualmente importante, tendo em vista que essas refletem os anseios do mercado. Através desses estudos, podem ser identificados elementos de estilo – aspectos mais percebidos e que mais se repetem entre as tendências identificadas – e dentre os variados materiais que podem ser utilizados como fonte de referência, as imagens e fotografias são das mais importantes, pois com um conjunto de imagens podem ser produzidos painéis de inspiração (TREPTOW, 2013), os painéis semânticos.

Esses painéis são utilizados por estilistas e designers como uma forma facilitada de agrupar informações e ideias no formato visual. Por meio desses painéis, serão percebidos os elementos de estilo que posteriormente servirão como inspiração para a escolha do tema da coleção e para o processo de criação dos produtos de moda (TREPTOW, 2013).

No campo da moda, as reflexões acerca dos estudos de tendências vêm sendo destacadas, englobando tanto o campo industrial e mercadológico quanto o acadêmico e científico. De forma sintética, esses estudos buscam por elucidar maneiras de engendrar nos artefatos aspectos socioeconômicos, culturais e

políticos, ou seja, as vivências humanas cotidianas. Entre as vantagens de estudar tendências comportamentais está a competitividade do mercado: assimilar tendências faz com que sejam compreendidas indicações subjetivas dos consumidores e de movimentos coletivos em relação as suas necessidades e nas mudanças comportamentais que são refletidas na maneira com que consomem (ALVES; GUEDES; GOMEZ, 2015). De forma geral,

A conotação contemporânea associa tendências a mudanças e transformações que envolvem diferentes aspectos socioculturais e econômicos. Já as tendências de moda são compreendidas como expressões das tendências socioculturais em características visuais e táteis de produtos de moda (QUEIROZ CAMPOS; WOLF, 2018, p. 12).

Mesmo que no campo da moda o estudo de tendências seja um aspecto considerado de grande relevância para o processo de criação, Alves, Guedes e Gomez (2015) apontavam que muitos cursos de graduação desta área não possuíam conteúdo específicos teórico-práticos a respeito desta temática.

Então, esses breves apontamentos acerca do estudo de tendências no segmento da moda desvela a importância desse elemento para essa cadeia produtiva. Em tal contexto, o processo de ensino-aprendizagem para assimilação e aplicação de tendências no desenvolvimento de coleções de vestuário é uma temática relevante, sobretudo, pela ótica das práticas pedagógicas que são utilizadas em cursos de graduação deste campo.

Este artigo expõe resultados oriundos de uma experimentação pedagógica conduzida junto ao planejamento da disciplina ‘Pesquisa de Criação’ do curso superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Rio Grande do Norte – *Campus Caicó*. Durante atividades de tal disciplina, o docente responsável buscou por estimular os alunos a identificarem tendências por meio de desfiles de moda. Os discentes foram convidados a assistirem três desfiles e identificarem as principais tendências utilizadas pelos designers na configuração das roupas apresentadas nas coleções.

Partindo do pressuposto da importância das tendências para o desenvolvimento de procedimentos que sejam mercadologicamente orientados,

o objetivo desta pesquisa foi refletir acerca de como os estudantes do curso identificam tendências a partir de desfiles de moda.

2 METODOLOGIA (MATERIAIS E MÉTODOS)

Em termos metodológicos, apoiando-se em Prodanov e Freitas (2013), salienta-se que se trata de uma pesquisa de natureza aplicada na medida em que visa gerar conhecimentos para aplicação prática em relação a uma problemática específica; é do tipo qualitativa ao considerar as subjetividades dos indivíduos em sua relação com o mundo, não podendo traduzir esses aspectos em números, atribuindo significados na interpretação do fenômeno escolhido como objeto de investigação. No que tange ao objetivo, é um estudo descritivo ao registrar e descrever o que se conseguiu observar.

A forma como este estudo se aplica se aproxima com a teoria da aprendizagem significativa. Ao estudarmos essa teorização pela ótica de David Ausubel – teórico, psicólogo e desenvolvedor de uma perspectiva cognitiva da psicologia no campo da educação –, Pelizzari *et al.* (2002) destacam que as noções prévias dos estudantes precisam ser reconhecidas e valorizadas para que estes sejam capazes de desenvolver arcabouços mentais, que os possibilitaram detectar e relocalizar outros conhecimentos, fazendo com que o processo de ensino-aprendizagem seja mais eficaz. Então, de maneira objetiva, a “[...] aprendizagem significativa é aquela em que ideias expressas simbolicamente interagem de maneira substantiva e não-arbitrária com aquilo que o aprendiz já sabe [...]” (MOREIRA, 2012, p. 2).

Por esses pressupostos, 8 estudantes do 5º período do CST em Design de Moda envolvidos na experimentação pedagógica foram incentivados a alocarem os seus conhecimentos em relação a tendências de moda, buscando por identificá-las nos desfiles de moda apresentados.

Em se tratando dos procedimentos metodológicos, estes indivíduos foram orientados a assistirem, por completo, o vídeo dos desfiles de duas

coleções de moda da estação *spring/summer* 2022 e expressaram as principais tendências que estes conseguiam identificar na conformação das peças. As marcas envolvidas no processo foram Malne¹ e Marcos Luengo². Os resultados desta experiência serão apresentados na seção seguinte.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A experimentação pedagógica teve início com a apresentação da atividade para os grupos de alunos. Durante esse estágio, não houve orientação quanto ao tipo de tendência que se pretendia que fosse analisada, deixando o discente aberto para suas possibilidades de interpretação, de modo a observar os pontos em que seu olhar estivesse mais centrado.

O primeiro desfile analisado se tratou do *spring/summer* 2022 da marca Malne, desfilado na *Madrid Fashion Week*. Sobre esse desfile, os alunos identificaram oito grupos de tendências: I) Elementos da forma (Modelagens); II) Tecidos; III) Adereços tridimensionais; IV) Cores; V) Detalhes na forma; VI) Mensagens visuais; VII) Tipologias artesanais; VIII) Acessórios (Figura 1).

Figura 1: Grupos de tendências identificadas na coleção *spring/summer* 2022 da marca Malne



Fonte: <https://kendam.com/photos/album/toynjldzigvqx>, 2021

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=5rvxSAKXqPA> (Acesso em 29 set. 2022).

² <https://www.youtube.com/watch?v=icalLnL9sB8> (Acesso em 29 set. 2022).

No primeiro grupo (*Elementos da forma (Modelagens)*), as tendências observadas pelos discentes se referem aos diferentes tipos de configurações formais de peças presentes na coleção, desde sua modelagem ao estilo de imagem que comunica a partir de sua forma. Dentre alguns dos mencionados, encontra-se calça de cintura baixa, estilo *jogger*, ombros marcados, roupas largas, camisetas de manga larga e silhuetas retas. No segundo grupo (*Tecidos*), observou-se o material empregado na materialização das peças; os discentes mencionaram utilização de couro, napa, tule, tecido cru, natural e linho.

Ainda, o terceiro grupo (*Adereços tridimensionais*), apresenta elementos como flores, feitas de maneira manual e plumas. O quarto grupo (*Cores*), acabou sendo um dos grupos mais mencionados entre os discentes, ficando apenas atrás das formas/modelagens, possivelmente influência da cor como um dos primeiros elementos visuais percebidos pelos observadores (JONES; 2005; SORGER; UDALE, 2009). Neste grupo foram apresentadas referências extensamente duais, tendo em vista a cartela de cores da coleção, ressaltando a grande presença de uma composição cromática com alta variabilidade (frias e quentes; laranja, azul, rosa, entre outros), mas também com grande presença de elementos acromáticos, ênfase ao preto (Quadro 1).

O quinto grupo (*Detalhes na forma*), traz atributos relacionados aos tecidos, como transparência brilho, paetê e *strass*. O sexto grupo (*Mensagens visuais*) aborda os possíveis sentidos suscitados pela coleção aos observadores, onde os discentes envolvidos na experimentação observaram a sensualidade, feminilidade, fluidez e o mistério. O sétimo e oitavo grupo referem-se à menção de apenas um dos discentes, sendo as tipologias artesanais e os acessórios na coleção, com ênfase ao *Handmade* e as bolsas grandes e bisacos, respectivamente.

Quadro 1: Grupos de tendências identificadas na coleção *spring/summer* 2022 da marca Malne

N	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
1	Calça cintura baixa estilo jogger Roupa larga Estilo kilt com saias Camiseta de manga larga Gola aberta	Couro Tule Napa	-	-	-	-	-	-
2	Ombros marcados	-	Flores	Muitas cores Tons neutros Preto	Transparência Brilho Strass	Sensualidade	-	-
3	Silhueta reta	-	Flores	Tons terrosos Cores vivas	Brilho Transparência	Sensualidade Fluidez Feminilidade Mistério	-	-
4	Calças Camisaria	-	-	Preto Multicores	Transparência Brilho Recortes	-	-	-
5	Alfaiataria Ternos Blazer Modelagem fluída e reta	Cru Natural Linho	Flore Plumas	Preto Cores neutras Quentes	Transparência Brilho Paetê	Fluidez	Handmade	Bolsas grandes e bisacos
6	Calça cintura alta Camisas abertas com gola levantada Decote cavado	-	Flores	-	Brilho Transparência	-	-	-
7	-	-	Flores	Monocromático	Paetês Transparência	-	-	-
8	Terno Calça pantalone	-	Flores	Tons terrosos Cortes forte Black C	Brilho Transparência	Fluidez	-	-

Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com os dados da pesquisa, 2022

O segundo desfile analisado compreendeu o *spring/summer* 2022, da marca Marcos Luengo, também apresentado na *Madrid Fashion Week*. Sobre esse desfile, os alunos identificaram cinco grupos de tendências: I) Elementos da forma (Modelagens); II) Cores; III) Detalhes na forma; IV) Mensagens visuais; V) Acessórios (Figura 1).

Como dito anteriormente, no primeiro grupo (*Elementos da forma* (*Modelagens*)), apresenta-se atributos de tipologia de produtos. Nesse

segmento, os alunos identificaram, dentre outras coisas, a presença de camisaria e jaquetão, calça pantalon, blazer reto, gola aberta, cintura baixa, silhueta reta e modelagem larga. Observa-se com isso alguns elementos também encontrados na primeira coleção, corroborando com a difusão de tendências. No segundo grupo (*Cores*), os alunos identificaram a utilização de elementos multicoloridos, especialmente o azul e o emprego de acorde de cores complementares (Figura 2).

Figura 2: Grupos de tendências identificadas na coleção *spring/summer* 2022 da marca Marcos Luengo



Fonte: <https://www.marcosluengo.com/colecciones/fukuoka>, 2021

O terceiro grupo (*Detalhes na forma*) compreende atributos que alteram visualmente a forma. Sobre tal, os alunos mencionaram recortes nas peças, o uso de estampas e pedrarias. No quarto grupo (*Mensagens visuais*), os alunos apontaram tendências como fluidez, conforto visual, anos 60, Grécia e simetria.

No quinto e último grupo identificado (*Acessórios*), observou-se uma ampla presença na coleção, em especial para suscitar a mensagem de conforto, pretendida pelos designers. Os discentes envolvidos na experimentação pedagógica apontaram acessórios como cintos, bolsas e meias.

Quadro 2: Grupos de tendências identificadas na coleção *spring/summer* 2022 da marca
Marcos Luengo

N	I	II	III	IV	V
1	Jaqueta aberta Saías Tunicas Calças largas	-	Cortes retos	Leveza Anos 60 Grécia	-
2	-	Cor vinho	-	Fluidez Conforto Elegância	Meia Cinto Capacete
3	Silhueta reta Amplitude	Cores fortes	-	Conforto Fluidez	Cinto Meia Chinelo Capacete
4	Modelagem larga Minishorts Calça larga	Cores diversas	Recortes	Fluidez	-
5	Roupas folgadas	Cores frias e quentes Combinações monocromáticas, complementares e análogas	-	Simetria Conforto	Bolsas grandes Chinelo
6	Roupas largas Jaquetas abertas Ombros caídos	-	Estampas localizadas Pedrarias	-	-
7	-	Monocromático	-	Fluidez	-
8	Sobretudo Casaco Vestido	Cores fortes e neutras	-	Fluidez	-

Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com os dados da pesquisa, 2022

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O emprego de tendências na elaboração de produtos de Moda é um elemento indispensável para alguns tipos de sistemas produtivos, tendo em mente a necessidade da orientação ao mercado. Pensando nisso, este artigo apresenta um relato de experimentação pedagógica, com alunos do 5º período do CST em Design de Moda, envolvendo o processo de identificação de tendências a partir de dois desfiles de Moda. Portanto, a relevância desta investigação se centra na democratização de informação, centrada na criatividade, à medida que este é um dos meios mais acessíveis para designers

de moda de pequenas empresas ou ateliês, mas especialmente graduandos na área, obter tais prospecções mercadológicas.

Observou-se elementos em comuns entre as coleções, em especial sobre as cores (laranja e azul), percebida na composição das duas. Além disso, também se observou apontamentos de atributos como fluidez e silhuetas em comum.

Com isso, pôde-se observar que a atividade foi de grande construção para o processo de ensino-aprendizagem dos alunos, em especial no auxílio da construção conceitual de suas coleções de conclusão. De tal forma, os graduandos puderam observar a convergência de algumas tendências na coleção. Para pesquisas futuras, é importante explorar o que identificado pelos alunos com o apontado por empresas de pesquisas de tendências.

REFERÊNCIAS

ALVES, C. M; GUEDES, I. L; GOMEZ, L. S. R. O ensino de tendências no design de moda: um estudo aplicado sobre entender a anatomia de uma tendência por meio de sua desconstrução. **Educação Gráfica**, Bauru, v. 19, n. 1, p. 105-116, 2015. Disponível em: http://www.educacaografica.inf.br/wp-content/uploads/2015/06/010_O-ENSINO-DE-TENDE-NCIAS_104_116.pdf. Acesso em: 27 set. 2022.

JONES, S. J. **Fashion design**: manual do estilista: São Paulo, BR: Cosac Naify, 2005

MOREIRA, M. A. **O que é afinal Aprendizagem Significativa?** 2012. Disponível em: <http://moreira.if.ufrgs.br/oqueeafinal.pdf>. Acesso em: 27 set. 2022.

PELIZZARI, Adriana et al. Teoria da aprendizagem significativa segundo Ausubel. **Revista Pec**, Curitiba, v. 2, n. 1, p. 37-42, jul. 2022. Disponível em: <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/materiais/0000012381.pdf>. Acesso em: 27 set. 2022.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do Trabalho Científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 6. Ed., Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

QUEIROZ CAMPOS, A.; WOLF, B. O Conceito de Tendência na Moda: significado, histórico, conotação. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 11,

n. 22, p. 011-48, 2018. DOI: 10.5965/1982615x11222018011. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/11754>. Acesso em: 27 set. 2022.

SORGER, R.; UDALE, J. **Fundamentos de design de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**: planejamento de coleção. São Paulo: Edição da autora, 2013.