

# MONITORIA DE PESQUISA DE TENDÊNCIAS EM DESIGN DE MODA PARA ORIENTAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS.

*Katia Elizabeth Justiniano Grillo*<sup>1</sup>

*Natalie Rodrigues Alves Ferreira de Andrade*<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Faculdade de Tecnologia de Franca “Dr. Thomaz Novelino”  
katia.grillo@fatec.sp.gov.br<sup>1</sup>; natalie.andrade@fatec.sp.gov.br<sup>2</sup>

## Introdução

As tendências, na contemporaneidade, afetam os indivíduos, as empresas e a sociedade em geral, portanto, destaca-se a importância de entender seu conceito e aplicá-lo nas pesquisas e desenvolvimento de produtos e serviços no polo industrial da região de Franca, interior do Estado de São Paulo.

O projeto da Monitoria de Iniciação Científica em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (MIDTI) da FATEC Franca tem como objetivo compreender sobre o conceito de tendências e sua aplicação visando orientar empresas para desenvolvimento de produtos da indústria local (calçados, vestuário, lingerie e acessórios) para empresas e varejos de Franca e região. A princípio, a primeira etapa da monitoria busca oferecer para a comunidade e acadêmicos, Reports de Tendências comportamentais e design de moda.

As ferramentas que têm por finalidade desenvolver as pesquisas de tendências são importantes instrumentos para o entendimento de possíveis padrões de consumo, visando oferecer suporte às construções de cenários futuros para materializações de produtos e serviços inovadores. Para uma articulação entre as ferramentas de construção de cenários prospectivos e o meio acadêmico, justificam-se os estudos correspondentes às pesquisas e de tendências em design de moda. Tais observações ganham o formato de reports de tendências, possibilitando o planejamento e reduzindo incertezas no mercado da moda.

## 2. Metodologia

A metodologia utilizada foi a de estudos de referencial literário sobre os conceitos de tendências, macro e microtendências baseado em autores como CALDAS [1], CAMPOS et.al [2] e RECH et.al [3].

Também foi elaborada uma pesquisa documental de tendências de comportamento e mercado, macro e microtendências em design de moda, com antecipação de 2 anos, apontando cenários futuros para os anos de 2024 e 2025. Por meio de referencial webgráfico e iconográfico de sites especializados como Vogue.com e birôs de tendências como TENDERE e WGSN foi possível desenvolver reports do presente trabalho.

## 3. Resultados e Discussões

A partir das pesquisas, foram levantados os cenários futuros da economia, cultura e consumo internacional e nacional. Posteriormente, foram abordadas as macrotendências que foram divididas em: Tecnológico, Consciência, Tradicional.

A partir das tendências de comportamento de consumo baseada em autores como MORACE [4], TENDERE e WGSN foram divididos os seguintes perfis de consumidor para os cenários futuros de 2024 e 2025: realistas, idealistas, multidimensionais e revolucionários contemporâneos.

Das tendências e microtendências em design de moda pesquisadas em Vogue.com, TENDERE e WGSN, foram definidas e selecionadas as seguintes temáticas de tendências de design de moda: Festa, Tecnológico, Tradições, Consciente e Sofisticados.

Posteriormente foi elaborado o material iconográfico para apresentação das pesquisas e seleção de principais cores, materiais, texturas, estampas, estilos e modelos focadas nos segmentos do polo de Franca, como calçados, acessórios, lingerie e fitness. O material visa fomentar, por meio de pesquisas a consultoria para o desenvolvimento de produtos (coleções) inovadores.

## 4. Conclusões

O material de Pesquisa das Tendências de 2024/25 será apresentado na FATEC Franca no 1º semestre de 2023. Dessa forma é possível articulações entre as propostas de pesquisas de tendências em design de moda e atividades de ensino, conforme demandas de disciplinas como Design, Moda e Produto I e II e Projetos Integradores.

Dessa forma, o trabalho elaborado pela monitoria na presente faculdade, pretende contribuir para o planejamento e desenvolvimento de produtos inovadores e competitivos no mercado regional de Franca, assim como construir um maior relacionamento entre instituição FATEC e comunidade.

## 5. Referências

- [1] CALDAS, D. Observatório de Sinais, 2015.
- [2] CAMPOS, A; WOLF. Moda Palavra e-periódico, vol. 11, núm. 22, 2018, p. 11-30.
- [3] RECH, S.DAPesquisa, vol.4, núm 6, 2018, p.637-648.
- [4] MORACE, F. Consumo Autoral, 2018.

## Agradecimentos

À instituição Fatec Franca pela oportunidade de pesquisa e trabalhos utilizando equipamentos da instituição.