

Tendências: um estudo comparativo entre a plataforma TrendsObserver (Portugal) e o Futuro do Presente laboratório (Brasil)

Trends: a comparative study between the TrendsObserver platform (Portugal) and the Futuro do Presente laboratory (Brazil)

Rech, S.

UDESC - Universidade Federal de Santa Catarina

Retirado de: <http://convergencias.esart.ipcb.pt>

RESUMO: Este trabalho constitui-se como um caso de estudo descritivo e objetiva comparar as tendências detectadas pela plataforma TrendsObserver (Portugal) e pelo Futuro do Presente laboratório (Brasil), entre os anos de 2012 a 2016, tencionando apreender a sistematização das investigações, efetivadas nos dois países, na área dos Estudos de Tendências. O desenho metodológico compreendeu análise de conteúdo e o corpus abarcou conceitos, ramificações, imagens e cool examples apresentados em reports pela plataforma e pelo laboratório.

PALAVRAS-CHAVE: Estudos de Tendências; Tendências; Estudo Comparativo; TrendsObserver; Futuro do Presente lab.

ABSTRACT: This work constitutes a case of a descriptive study and objective to compare the trends detected by the TrendsObserver platform (Portugal) and the Futuro do Presente laboratory (Brazil), between the years of 2012 and 2016, intending to apprehend the systematization of the investigations, carried out in the two countries, in the área of Trends Studies. The methodological design comprised content analysis and the corpus encompassed concepts, ramifications, images and cool examples presented in reports by the platform and the laboratory.

KEYWORDS: Trends Studies; Trends; Comparative Study; TrendsObserver; Futuro do Presente lab.

1. Introdução

No campo do Design de Moda, os Estudos de Tendências oportunizam informações relevantes para o departamento de desenvolvimento de produtos. É um instrumento utilizado pelas empresas para ocupar-se dessa exigência, visto que o futuro que se pretende prever, insistentemente, é um futuro impreciso e susceptível de diversas interpretações. Assim sendo, o acompanhamento permanente e oblíquo das tendências – sistematicamente relacionadas aos paradigmas em que se sustentam – transforma-se em pacotes de informação estratégica e em ferramenta para a gestão de processos de inovação e branding. A aproximação entre os Estudos de Tendências e a pesquisa qualitativa resulta em conhecimento a respeito do comportamento dos atores da sociedade, com o propósito de configurar percepções, fundamentadas pelos movimentos sociais; e de reconhecer oportunidades, mediante a relação com as necessidades e desejos dos consumidores.

A partir dessas ideias, o presente trabalho tem como propósito apresentar uma análise comparativa das tendências monitoradas pelo TrendsObserver ^[1] (Universidade de Lisboa - Portugal) e pelo Futuro do Presente lab ^[2] (Universidade do Estado de Santa Catarina – Brasil), visando compreender a sistemática das pesquisas realizadas nos dois países, no âmbito dos Estudos de Tendências, entre os anos de 2012 a 2016. O TrendsObserver(TO) é integrante do C3 – Creative Cultures Consortium, uma network colaborativa na área da economia criativa, promovida por unidades da Universidade de Lisboa e uma independente plataforma de tendências e inovação, situada em Lisboa, cujo foco é o desenvolvimento científico dos Estudos de Tendências. O laboratório Futuro do Presente Lab (FPLab), com sede em Florianópolis, na Universidade do Estado de Santa Catarina, enfoca a pesquisa das tendências e suas aplicações em geral, integra projetos de pesquisa e de extensão e pertence ao grupo de pesquisa da UDESC/CNPq (Brasil) Design de Moda &Tecnologia, dentro da linha de pesquisa Gestão do Design de Moda.

O texto é dividido em três partes, além da Introdução e das Considerações Finais. O primeiro tópico detalha, brevemente, as metodologias de investigação de tendências desenvolvidas pela plataforma e pelo laboratório. Na sequência, são descritas as ferramentas empregadas para coleta e tratamento de dados para a realização deste trabalho e, no próximo ponto, as tendências são descritas e concatenadas consoante as categorias utilizadas pelo TO e pelo FPLab.

2. Métodos de Pesquisa: TO e FPLab

Os fenômenos culturais não são estáticos, mas inerentes à condição humana em sociedade. Portanto, é papel do pesquisador compreender, de forma sistemática, as ações humanas, repletas de sentido, e passíveis de serem observadas, analisadas, compreendidas e monitoradas. Campos, Sousa e Rech (2012) discorrem que a observação do comportamento é a base para a construção de métodos de pesquisa de tendências, por meio do exame crítico e exploratório dos acontecimentos na sociedade.

Normalmente, a informação é obtida por meio do raciocínio indutivo ou do raciocínio dedutivo. O primeiro tipo parte de premissas particulares para obter generalizações universais, isto é, as explicações para os fenômenos emanam exclusivamente da observação dos fatos, sendo amplamente utilizado na pesquisa acadêmica. Já o raciocínio dedutivo faz uso da dedução para conseguir concluir algo a respeito de certa premissa. O pensamento matemático é um exemplo clássico do raciocínio dedutivo. Juselius (2012) afirma que, ao lado das formas tradicionais de coleta de informações, percebe-se um aumento da utilização do raciocínio abduutivo como ferramenta, especialmente, na área do design de moda. Segundo o autor, a maneira abduitiva de obter informações enfatiza a experiência pessoal e a abordagem subjetiva, possibilitando ao pesquisador a obtenção de profunda compreensão a respeito do objeto pesquisado.

Considerando que as tendências permeiam o espaço individual de maneira física, emocional e psicológica (Raymond, 2010) e que os Estudos de Tendências investigam e monitoram dados de diferentes áreas (Feghali, 2010), é notória a associação de técnicas quantitativas/qualitativas e do raciocínio dedutivo/indutivo/abduativo na construção de esboços metodológicos de pesquisa de tendências. Assim, a plataforma TrendsObserver o laboratório Futuro do Presente lab desenvolveram métodos de análise, codificação e acompanhamento das tendências incorporando ferramentas das Ciências Humanas e das Ciências Sociais Aplicadas (Quadro 1).

Quadro 1 - Comparativo entre os Métodos TO e FPlab

	<i>TrendsObserver</i>	Futuro do Presente lab
Fundamentos do Desenho Metodológico	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Coolhunting</i> • <i>Trendspotting</i> • <i>Coolfarming</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Grounded Theory</i>
Forma de Raciocínio Utilizada	<ul style="list-style-type: none"> • Indutivo • Abduativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Indutivo • Abduativo
Categorias	<ul style="list-style-type: none"> • Paradigma • Macrotendências • Microtendências (Comportamento do Consumidor; Estilo e Gosto) 	<ul style="list-style-type: none"> • Macrotendências • Setores de Referência • Comportamento
Objeto de Pesquisa	<ul style="list-style-type: none"> • Manifestações e alterações dos padrões de comportamento e de mentalidade dos indivíduos 	<ul style="list-style-type: none"> • Manifestações de sinais emergentes • Padrões de comportamento dos indivíduos
Coleta de Dados	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Blogosfera 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Blogosfera
Instrumentos de Coleta de Dados	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Focus group</i> • Análise de documentos • Discussões com especialistas • Observação participante • Estudo de caso 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • <i>Focus group</i> • Conversação informal • Análise de documentos • Discussões com especialistas • Observação participante • Estudo de caso
Fases	<ul style="list-style-type: none"> • Primeira fase <ul style="list-style-type: none"> • <i>Cultural Analysis</i> • <i>Context</i> • <i>Scenarios</i> • Segunda fase <ul style="list-style-type: none"> • <i>Execution</i> • <i>Evaluation</i> • <i>Application</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparo para a pesquisa • Coleta de dados • Codificação dos dados <ul style="list-style-type: none"> • Codificação aberta • Codificação axial • Codificação seletiva • Delimitação de teorias
Validação das Tendências	<ul style="list-style-type: none"> • Método Delphi 	<ul style="list-style-type: none"> • Método Delphi • Mapas semânticos
Divulgação das Tendências	<ul style="list-style-type: none"> • Artigos de opinião • <i>E-books</i> • Artigos científicos • Análises de <i>cool examples</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Artigos científicos • <i>Trends-books</i>

Fonte: Elaborado pela autora.

O modelo Trends to Innovation (T2I), do TrendsObserver, é composto por seis etapas (Cultural Analysis, Context, Scenarios, Execution, Evaluation, Application) compreendendo análise cultural, mapeamento do zeitgeist e geração de insights para a inovação. O modelo também contempla três estágios: (1) Identificação dos sinais emergentes e alterações na sociedade; (2) Interpretação das tendências; (3) Implementação estratégica. Alicerçado em três pilares (Coolhunting, Trendspotting, Coolfarming), o método classifica as tendências em Paradigma, Macrotendências e Microtendências. O objeto de pesquisa compreende as manifestações e alterações dos padrões de comportamento e de mentalidade dos indivíduos e a coleta de dados é, basicamente, realizada na internet e na blogosfera. As formas indutiva e abduativa de raciocínio são utilizadas durante o processo de investigação.

O método do FPlab fundamenta-se na Grounded Theory, o que possibilita ao investigador estabelecer conexões a partir dos dados analisados e codificados, e utiliza modos indutivo e abduativo de raciocínio durante o percurso de pesquisa. É composto por quatro fases: (1) Preparo para a pesquisa; (2) Coleta de dados; (3) Análise ou codificação desses dados; (4) Delimitação de teorias. A etapa da Codificação subdivide-se em aberta, axial e seletiva. As tendências são categorizadas em Macrotendências, Setores de Referência e Comportamento. O objeto de pesquisa constitui-se das manifestações de sinais emergentes e dos padrões de comportamento dos indivíduos, verificados na internet e na blogosfera.

2.1. Coleta de Dados

O planejamento da investigação e o resultado esperado com as informações coletadas são efetivados na primeira fase dos métodos do TO e do FPlab. “O objetivo da pesquisa está, então, menos em testar aquilo que já é bem-conhecido (por exemplo, teorias já formuladas antecipadamente) e mais em descobrir o novo e desenvolver teorias empiricamente fundamentadas” (FLICK, 2009, p. 24). Tanto o laboratório quanto a plataforma utilizam a internet como principal fonte de pesquisa. O ciberespaço potencializou um fluxo contínuo e infinito de informações, além de possibilitar a comunicação entre pessoas em qualquer ponto do mundo (SANTAELLA, 2007). Rebello (2012, p. 42) ressalta que a blogosfera é “entendida como o primeiro meio global de comunicação distribuída, pública, transacional e universal, que prevê a não-separação entre vida, trabalho e ideias”.

O TO utiliza essencialmente focus group, análise de documentos, discussões com especialistas, observação participante e estudo de caso (cool example). No caso do FPlab, os instrumentos de coleta de dados são entrevistas, focus group, conversação informal, análise de documentos, discussões com especialistas, observação participante, estudo de caso, além do uso de mapas semânticos durante a investigação.

2.2. Análise dos Dados e Delimitação das Tendências

O processo de coleta dos dados ocorre de modo contínuo, utilizando instrumentos diversos, sendo que dúvidas, inconsistências ou reincidências são verificadas e/ou ratificadas durante o processo de análise dos dados. Nessa fase, as manifestações são elencadas conforme as categorias definidas pela plataforma e pelo laboratório, com base em comparações teóricas e conceituais.

Ambos definem a amostragem teórica durante o percurso investigativo, empregando a observação sistemática do comportamento humano e seu cenário. Nesse momento, é necessário concentrar-se em detalhes para que o pesquisador não faça suposições sem base ou cometa incoerências. As tendências são confirmadas e validadas por meio do Método Delphi no último momento da análise das tendências, objetivando a delimitação das tendências.

2.3. Divulgação das Tendências

O resultado dos Estudos de Tendências, normalmente, é divulgado em mapas conceituais ou em relatórios de tendências (reports). Todas as grandes plataformas apresentam suas versões, de modo mensal, semestral ou anual, que são vendidas comercialmente. A plataforma e o laboratório não possuem propósito comercial, sendo ligados à investigação acadêmica, logo, a divulgação dos trabalhos do TO consiste na publicação de artigos de opinião, dee-books, de artigos científicos e de análises de cool examples nas redes sociais e no site próprio. Artigos científicos e trends-books configuram a forma de publicação das investigações realizadas pelo FPlab, que, igualmente, são publicadas nas redes sociais e no site do laboratório.

3. Metodologia

Este trabalho constitui-se como um caso de estudo descritivo e o traçado metodológico, utilizado para analisar e compilar as tendências, foi a Análise de Conteúdo, metodologia da área das Ciências Sociais que objetiva, sob uma perspectiva quantitativa, sondar numericamente a frequência da ocorrência de alguns termos, referências e construções em certo texto. “A análise de conteúdo, sobretudo na pesquisa de tendências, não exige uma rigidez metodológica, mas uma interpretação e reconstrução quase simultânea de acordo com a percepção do pesquisador” (SILVA, 2011, p. 130). O método diferencia-se pela partilha em três categorias que impactam sobre os elementos do discurso, sobre sua forma ou sobre as relações entre os seus elementos constitutivos, a saber: (1) Análise Temática; (2) Análise Formal e (3) Análise Estrutural. Neste artigo, optou-se pela Análise Temática, pois caracteriza as representações sociais com base no exame de determinados elementos constitutivos.

Segundo Cavalcante, Calixto e Pinheiro (2014, p. 14), a “[análise de conteúdo] é composta por procedimentos sistemáticos que proporcionam o levantamento de indicadores [...] permitindo a realização de indução de conhecimentos”. O trabalho pautou-se, essencialmente, na obra de Bardin (2015), considerada referência em Análise de Conteúdo. A autora aponta três fases para a Análise Temática de Conteúdo: (1) Pré-análise; (2) Exploração do material; (3) Tratamento dos resultados e interpretação. A organização do material a ser analisado e sistematizado é realizada na primeira etapa, composta por quatro passos: (1) Leitura flutuante; (2) Escolha dos documentos; (3) Definição das hipóteses e dos objetivos; (4) Referenciação dos índices e elaboração de indicadores (MOZZATO e GRZYBOWSKI, 2011). O corpus foi composto pelos conceitos, ramificações, imagens e cool examples apresentados pelo TO e pelo FPlab.

Na sequência, a exploração do material compreendeu o sistema de codificação e o reconhecimento das unidades de registro e das unidades de contexto contidos no material, isto é, o texto foi destrinchado e classificado conforme as categorias temáticas definidas por esta investigadora: Macrotendências e Microtendências. Nesta etapa, a categoria Macrotendências englobou as tendências do TO (Paradigma e Macrotendências) e do FPlab (Macrotendências). Já a categoria Microtendências abarcou as Microtendências do TO (Consumer Behavior e Style and Taste) e as tendências de Comportamento e de Setores de Referência do FPlab. Bardin (2015) afirma que esta etapa é a mais importante, pois permite ou não a fatura de interpretações e inferências.

A terceira fase é um momento da análise crítica e reflexiva, reportando-se ao tratamento dos resultados, inferência e interpretação (BARDIN, 2015). A literatura aponta a necessária sensibilidade do pesquisador para conceder habilmente significado aos dados, percebendo todos os matizes possíveis de cada elemento analisado e descartando o que não é pertinente. Após o desmembramento dos textos, os dados foram classificados e alocados conforme as categorias estabelecidas na etapa anterior. As tendências, a cada categoria, foram sintetizadas através de uma tagcloud, com base na frequência das palavras, utilizando o máximo de cem palavras no aplicativo Wordle.

4. Resultados

4.1. Arqueologia das Tendências

Nesta parte do trabalho, visando a análise, a comparação e o agrupamento das tendências propostas pela plataforma e pelo laboratório, é elencado um resumo das tendências detectadas, e apresentadas sob o formato de trend reports, em cada categoria (Paradigmas; Macrotendências e Microtendências) pela plataforma TO (2013/ 2016) e, na sequência, as tendências categorizadas pelo FPlab (2012/2015) como Macrotendências, Comportamento e Setores de Referência.

4.1.1. Tendências TrendsObserver

Figura 1 - Cool-examples da Macrotendência (StyleandTaste) Beautiful People



Fonte: http://www.glamourparis.com/uploads/images/201506/a3/avant_apr_s_nathalie_croquet_rejoue_des_publicit_s_c_l_bres_6710.jpg - Acesso em: 04 jun 2017.

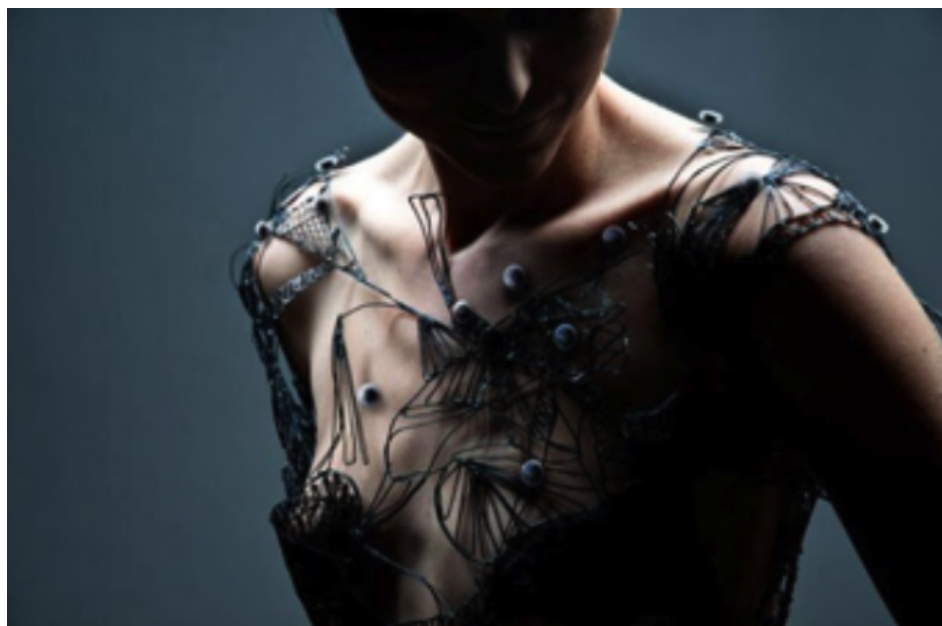
OTrendsObserver propõe as seguintes Macrotendências: Wonderland, Experience & Stories; EmpowerMe; Wellthy, Relaxed& Spiritual; Connection, Convergence & Ergonomics; EcoSustainability; From Revolution To Action And Demand; The Beautiful People; Unrestricted Human.

As Microtendências subdividem-se em: Consumer Behavior e Style and Taste. As microtendências Consumer Behavior são: Rational Consumer; H to H; Excess Therapy; Crowd Everything; Secrecy; Emergent; Live The City; Gamification; From Augmented To Distorted Reality; Cool Irreverence; Meaningful Compassion; Empowered Education. As Microtendências Style and Taste são: A Taste Of Luxury; Beautiful Authority (Figura 1); Cool Digitalization; Beyond Design; Diy; From Geek To Cool; Hiperbolic Minimalism; Multijumping; Popnography; Reuse and Be Responsible; Revivalism; Structuralism; Symbolic Personalisation; Divergent.

Ao analisar as Microtendências, percebe-se que duas tendências (Neo Male e Divergent) abarcam duas categorias: Consumer Behavior e Style and Taste, sendo que a leitura das Microtendências é a mesma, somente as abordagens são diferentes, dependendo da aplicação no produto final. Finalizando a leitura das tendências investigadas pelo TO, percebe-se as ligações existentes, e as derivações das Macrotendências para as Microtendências, tendo como eixo principal o Paradigma, intitulado Liquid Hypermodernity. Desta maneira, verifica-se como as tendências de amplo espectro podem ser inputs para determinar Microtendências.

4.1.2. Tendências FPlab

Figura 2 - Cool-exemplada Macrotendência Ultra Humano



skins.html - Acesso em: 04 jun 2017.

Fonte: <http://futuro-do-presente.blogspot.pt/2013/10/hybrid->

Ostrend reports do FPlab apontam as seguintes Macrotendências: Autopreservação; Design como Extensão do Eu; Assemblage; Reversible Cyborg; Ativismo: da rede para a rua; Ultra-humano (Figura 2); Flow Brasileiro; Saturação Tecnológica; Questão de Gênero e Old is the New Black.

As tendências de Comportamento são as seguintes: Eco Eu; Personas Ambulantes; A Evolução do Eu Robô; Emito, logo, Existo; A Revolução Humana; Power to the People; Movimento Saturação; Creative Economy Revolutione Detox Life.

TRENDSOBSERVER	FUTURO DO PRESENTE
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Wonderland, Experience & Stories</i> ● Macrotendência 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Experience the Products</i> ● Setores de Referência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Empower Me</i> ● Macrotendência 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Ativismo: da rede para a rua</i> ● Macrotendências
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Wellthy, Relaxed & Spiritual</i> ● Macrotendência 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Detox Life</i> ● Comportamento
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Connection, Convergence & Ergonomics</i> ● Macrotendência 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Do you "mind"? Corpo-Mente-Ação-Ultra-Humano</i> ● Setores de Referência ● <i>A Evolução do Eu Robô</i> ● Comportamento ● <i>Reversible Cyborg</i> ● Macrotendência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Eco Sustainability</i> ● Macrotendência 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Eco Eu</i> ● Comportamento
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>From Revolution To Action And Demand</i> ● Macrotendência 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>A Revolução Humana</i> ● Comportamento
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Unrestricted Human</i> ● Macrotendência 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Questão de Gênero</i> ● Macrotendência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Excess Therapy</i> ● Microtendência <i>Consumer Behavior</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Emito, logo, Existo</i> ● Comportamento
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Crowd Everything</i> ● Microtendência <i>Consumer Behavior</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Personas ambulantes</i> ● Comportamento
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Secrecy</i> ● Microtendência <i>Consumer Behavior</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Autopreservação</i> ● Macrotendência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Emergent</i> ● Microtendência <i>Consumer Behavior</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Existo, logo, Interaço</i> ● Setores de Referência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Live The City</i> ● Microtendência <i>Consumer Behavior</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Power to the People</i> ● Comportamento
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>From Augmented To Distorted Reality</i> ● Microtendência <i>Consumer Behavior</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Design como Extensão do Eu</i> ● Macrotendência ● <i>Paranoid</i> ● Setores de Referência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Cool Irreverence</i> ● Microtendência <i>Consumer Behavior</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Movimento Saturação</i> ● Comportamento ● <i>Saturação Tecnológica</i> ● Macrotendências
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Cool Digitalization</i> ● Microtendência <i>Style and Taste</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Ultra-humano</i> ● Macrotendências ● <i>Customized Gears</i> ● Setores de Referência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Beyond Design</i> ● Microtendência <i>Style and Taste</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Saturação Mercadológica</i> ● Setores de Referência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>DIY</i> ● Microtendência <i>Style and Taste</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Creative Economy Revolution</i> ● Comportamento
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Poptography</i> ● Microtendência <i>Style and Taste</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Flow Brasileiro</i> ● Macrotendência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Reuse and Be Responsible</i> ● Microtendência <i>Style and Taste</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Fashion (R)evolution</i> ● Setores de Referência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Revivalism</i> ● Microtendência <i>Style and Taste</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Glocais</i> ● Setores de Referência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Symbolic Personnalisation</i> ● Microtendência <i>Style and Taste</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Eu Maker</i> ● Setores de Referência
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Divergent</i> ● Microtendência 	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Assemblage</i> ● Macrotendência

Fonte: Elaborado pela autora.

No caso das Microtendências, associou-se as categorias Microtendências (Consumer Behavior e Style and Taste) do TO e as tendências de Comportamento e de Setores de Referência do FPlab. As Macrotendências foram sintetizadas através de uma tagcloud, com base na frequência das palavras, utilizando o máximo de cem palavras no aplicativo Wordle (Figura 4).

Percebeu-se que tanto a plataforma quanto o laboratório identificaram tendências semelhantes, porém as classificaram em categorias diferentes conforme a visão da equipe de investigadores. Assim, decidiu-se também vincular as tendências próximas, independentemente da categoria, considerando que o grau de importância da tendência pode ser variável conforme o contexto da pesquisa (Brasil e Portugal). O resultado é apresentado no Quadro 2.

Algumas tendências do TO correspondem a mais de uma tendência apontada pelo FPlab. É interessante observar que não foi possível agrupar algumas tendências em função do foco abordado. O TO apresenta tendências que abarcam o empoderamento da mulher (Female Up & Rising), os prescritores de poder na moda (The Beautiful Authority), a educação como força revolucionária (Empowered Education), a masculinidade (Neo Male) e a gentrificação (Live the City) enquanto o FPlab preocupa-se com outras questões, como a felicidade na velhice (The Old is the New Black). Resumindo, as tendências do TO e do FPlab foram sintetizadas através de uma tagcloud, com base na frequência das palavras, utilizando o máximo de cem palavras no aplicativo Wordle (Figura 5). Ao analisar esta tagcloud, percebe-se que a temática do indivíduo inserido no contexto digital, bem como questões de gênero, sustentabilidade e empoderamento perpassam as tendências da plataforma e do laboratório constantemente. Isso demonstra a sincronidade das investigações em Portugal e no Brasil.

Figura 5 - Amálgama das Tendências

This paper was presented at 6th EIMAD – Meeting of Research in Music, Art and Design, and published exclusively at Convergences.

Referências bibliográficas

BARDIN, L. (2015). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

CAMPOS, A. Q.; SOUSA, R. P. L.; RECH, S. R. (2012, jul-dez). Por uma Abordagem Qualitativa dos Dados: a pesquisa de tendências embasada na Grounded Theory. *ModaPalavra e-periódico*, Florianópolis, v.5, n. 10, p. 47-70.

CAVALCANTE, R. B.; CALIXTO, P.; PINHEIRO, M. M. K. (2014, jan-abr). *Análise de Conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método*. *Informação & Sociedade: Estudos*, João Pessoa, v. 24, n. 1, p.13-18.

FEGHALI, M. K. (2010). *As Engrenagens da Moda*. 2ª ed. Rio de Janeiro: SENAC.

FLICK, U. (2009). *Desenho da Pesquisa Qualitativa*. Porto Alegre: Artmed.

JUSELIUS, P. (2012). *Exploration to Trends & Product Development: a framework to guide trend & consumer driven concept development*. Thesis (Master). Degree Programme of Applied Arts and Design, Department of Design, Aalto University, Aalto, Finland.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOWSKI, D. (2011, jul-ago). *Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: potencial e desafios*. *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, v. 15, n. 4, p.731-747.

RAYMOND, M. (2010). *Tendencias: qué son, cómo identificarlas, en qué fijarnos, cómo leerlas*. Barcelona: Promopress.

REBELLO, T.C.S. (2012). *Design e Modos de Uso: projetando experiências na cultura de consumo*. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação Stricto em Design, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, Brasil.

SANTAELLA, L. (2007). *Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade*. São Paulo: Editora Paulus.

SILVA, J. S. (2011). *A Transversalidade da Comunicação no Processo de Formação, Difusão e Investigação das Tendências de Comportamento e Consumo*. Dissertação (Mestrado). Curso de Ciências da Comunicação, Departamento de Publicidade e Relações Públicas, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

Reference According to APA Style, 5th edition:

Rech, S.; (2018) *Tendências: um estudo comparativo entre a plataforma TrendsObserver (Portugal) e o Futuro do Presente laboratório (Brasil)*. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, VOL XI (22) Retrieved from journal URL: <http://convergencias.ipcb.pt>