

FRAMEWORK E MÉTODOS PROSPECTIVOS¹

Janielly Paula Correia Barbosa², Sandra Regina Rech³

¹ Vinculado ao projeto “INFINITAS INTERCONEXÕES: coolhunting, trendspotting e triangulação cultural”

² Acadêmico (a) do Curso de Moda – CEART – Bolsista PROBIC/UDESC

³ Orientador, Departamento de Moda – CEART – sandra.rech@udesc.br

⁴ Acadêmico do Curso de Moda – CEART

Não há um acordo universal quanto ao que constitui um framework. Embora, de fato, pesquisadores fazem uso desse termo como meio de representar problemas complexos, inclusive pode ser definido como um conjunto de fatos, ideias, a partir do qual mais ideias são desenvolvidas, outrossim, servindo para auxiliar no processo de tomada de decisão, pode ser exemplificado graficamente ou em forma narrativa. Um framework auxilia a compreensão e comunicação de estruturas e das relações dentro de um sistema para um propósito definido, para expor situações, problemas e analisar para alcançar um objetivo, e o ato de explicar uma situação para melhor compreensão. O enfoque deste trabalho foi abordar e entender os diferentes significados possíveis do que vem a ser um framework e analisar os métodos prospectivos como por exemplo o prospectivo ergonomia, que tem como objetivo detectar as necessidades humanas atuais e antecipar ou construir as gerações futuras, a fim de projetar futuros produtos, serviços ou processos que irão satisfazer estas necessidades. A partir desta época, o papel dos ergonomistas expandiu-se a atividades de prospecção, criação e inovação e não se limita mais aos que eram usados para fazer correção e design.

A metodologia utilizada foi a qualitativa, por meio da leitura e do fichamento de artigos e livros sobre o tema, bem como a discussão junto a orientadora, mestrando e bolsistas, ademais, foi desenvolvido revisão sistemática, análise de dados e análise bibliográfica.

O framework conjuntamente às prospecções, tem como desenlace auxiliar as empresas na captação das tendências do mercado, pois na época atual o ambiente mercadológico está em constante mudança e as empresas que não se atentam aos cenários futuros podem desenvolver diversos prejuízos que vão diminuir suas margens de lucro. Portanto, se torna evidente a necessidade de sistematizar as informações a partir de uma metodologia prospectiva. Existem duas categorias de análise desse método, a evolutiva e a revolucionária. Na primeira é realizado um acompanhamento contínuo dos dados de um produto que está sendo vendido (carro-chefe da empresa) essa observação parte do presente, buscando encontrar a dinâmica de compra e venda dessa mercadoria. Na segunda, busca-se uma grande ruptura com os padrões de mercado mais recentes, sendo necessário encontrar novas oportunidades dentro dessa organização ou descobrir nichos inéditos para aumentar as vendas e como consequência explorar as últimas tendências.

A pesquisa foi pautada na junção do método de ideias que simplificam problemas e dos procedimentos que visam avaliar as situações presentes, para desenvolver uma melhor dinâmica futura. Estes podem agilizar os processos internos de uma instituição, dessa forma, iniciando a flexibilização da produção para torná-la diversificada, sucede a automatização dos processos e o tempo passa a ser otimizado, visto que cada peça aparece no momento adequado na organização.

Portanto, tem-se que cada coisa é utilizada no instante apropriado, criando-se assim um sistema, no qual, é possível acompanhar as deficiências do processo produtivo, neste ponto, como conseguinte, pode ser desenvolvido um grupo de controle de qualidade a partir dos dados e informações que a ligação entre as duas ferramentas anteriormente citadas propiciam.

Palavras-chave: Prospectivas. Tendências. Comportamento.