

# A INTERNET COMO CAMPO DE PESQUISA DE TENDÊNCIAS DE MODA

## The Internet as Research Field on Fashion Trends

Campos, Amanda Queiróz<sup>1</sup>; Bacharel; Universidade Federal de Santa Catarina.  
amandaqc88@gmail.com

Perassi, Richard<sup>2</sup>; Doutor; Federal de Santa Catarina. perassi@uol.com.br

Rech, Sandra Regina<sup>3</sup>; Doutora. Universidade do Estado de Santa Catarina.  
sandrareginarech@gmail.com

### Resumo

O artigo compreende a moda como fenômeno social cujo modo operante influencia todos os setores sócio-culturais. Isso é assinalado pelo interesse contemporâneo em antecipar tendências. O processo metodológico criado para a pesquisa prospectiva apresenta a internet como fonte de coleta de dados, visto o mapeamento de aspectos da vida contemporânea de que o ambiente permite.

**Palavras Chave:** Informação de Moda; Cultura Digital; Metodologia de Pesquisa.

### Abstract

This paper comprehends fashion as a social fact which conceives that its operational system has spread to all fields in our culture and society. That is emphasized by the contemporary's interest of trends anticipation. The methodological process created to the prospective research uses the internet as source of data collection, justified by the possibility of analysis of areas of the contemporary life allowed by the environment.

**Keywords:** Fashion Information; Digital Culture; Trends Forecasts Methodology.

---

<sup>1</sup> Graduada em Moda com habilitação em Estilismo pela Universidade do Estado de Santa Catarina; mestranda do Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica – Departamento de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Professor do Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica – Departamento de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

<sup>3</sup> Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora do Departamento de Moda – Centro de Artes - da Universidade do Estado de Santa Catarina.

## **Moda e Ciências Sociais**

Os estudos conceituais e metodológicos para o desenvolvimento de um projeto acadêmico sobre tendências da moda assinalaram a configuração da área de Moda no contexto de Ciências Sociais. Como todo sintoma cultural, as expressões da moda: formas, cores, texturas, e padronagens da ocasião revelam também implicações mais profundas no campo econômico-político-social. Isso foi reforçado nos estudos de revisão teórico-conceitual sobre a cultura e a moda. Assim, considera-se superficial e ingênua a mera focalização sobre os aspectos visuais das tendências da moda, havendo necessidade de relacioná-los ao contexto cultural do qual emergiram e estão inseridos.

A moda envolve questões mais profundas, configurando-se como fato social total. Isso “significa que o seu modo de funcionamento alastrou-se para todas as esferas da sociedade e da cultura” (CALDAS, 2006, p. 43). Em concordância com Lipovetsky (1989), como outros sintomas culturais, considera-se a moda como “espelho da sociedade”. Por isso, é possível estudá-la em diferentes campos de pesquisa, como as ruas das cidades ou os ambientes virtuais da internet.

Em todos os lugares, “nós manifestamos uma visão de mundo e na maior parte do tempo, não nos damos conta dos signos que vamos emitindo” (PRECIOSA, 2005, p.29). A partir de uma perspectiva antropológica, os modos de vestir e existir são significativos e revelam o sistema cultural em que estão integrados. Assim, as pessoas expressam a si mesmas e também sua cultura na maneira como se apresentam ao mundo (LYNCH e STRAUSS, 2007).

A aproximação da área de Moda com Ciências Sociais, especialmente Sociologia e Antropologia, requer a estruturação e a utilização de uma metodologia complexa. Pois, essa deve possibilitar a identificação, a coleta e o exame dos sinais sociais, combinando-os de maneira sistemática para configurar informações relevantes acerca de aspectos e características futuras do público-foco e do mercado.

A pesquisa de tendências visa minimizar erros de predição e melhorar a prospecção de dados confiáveis para um relatório do amanhã. Os termos propostos por Caldas (2004, p.120) são: “repertoriar, mapear, classificar” e

“identificar, descrever e acompanhar as mutações das tendências de fundo, dos valores e dos comportamentos”. Tudo isso para conferir sentido à diversidade e complexidade dos sinais na cultura contemporânea.

Há necessidade de um constante mapeamento transversal de diversos aspectos da vida contemporânea, visando a construção de cenários e a prospecção de tendências. Tradicionalmente, a ciência convencional ou outras perspectivas interpretativas compõem sistemas lineares, buscando as recorrências óbvias e aproximando comportamentos para estruturar esquemas simples e coerentes. Todavia, no estudo de tendências isso empobrece a prospecção, portanto, deve-se considerar que a lógica linear não é a única possível (PRECIOSA, 2005). Assim, o estudo complexo dos modos de interação aparece como mais eficiente no estudo sociológico das tendências da moda.

### **Teoria Fundamentada nos Dados**

A “Teoria Fundamentada nos Dados” (GLASER, 1978; STRAUSS e CORBIN, 1990), estrutura um tipo de pesquisa interpretativa situada como uma variante dentro do conceito de “interacionismo simbólico” (BLUMER in: MOTERSEN, 1980). A ideia interacionista baseia-se em três premissas, sendo que: (1) a primeira prevê que os seres humanos atuam no mundo a partir de significados que a cultura lhes oferece; (2) a segunda premissa considera que esses significados são informados e desenvolvidos no processo de interação social, e (3) a terceira premissa propõe que esses significados são manipulados no processo interpretativo, que é desenvolvido pelas pessoas em contato com os objetos do mundo e com outras pessoas.

Estruturada e proposta a partir da teoria, a pesquisa é voltada para o reconhecimento do significado que determinada situação ou objeto tem para o outro. Assim, concebe a “sociedade” como uma entidade composta de indivíduos e de grupos de interação dispostos ao compartilhamento de sentidos ou significados, com base na compreensão e expectativas comuns. A partir dessa premissa metodológica, o investigador procura reconhecer os processos que

estão acontecendo na cena social, partindo de uma série de hipóteses que, quando consideradas umas em relação às outras, podem explicar o fenômeno.

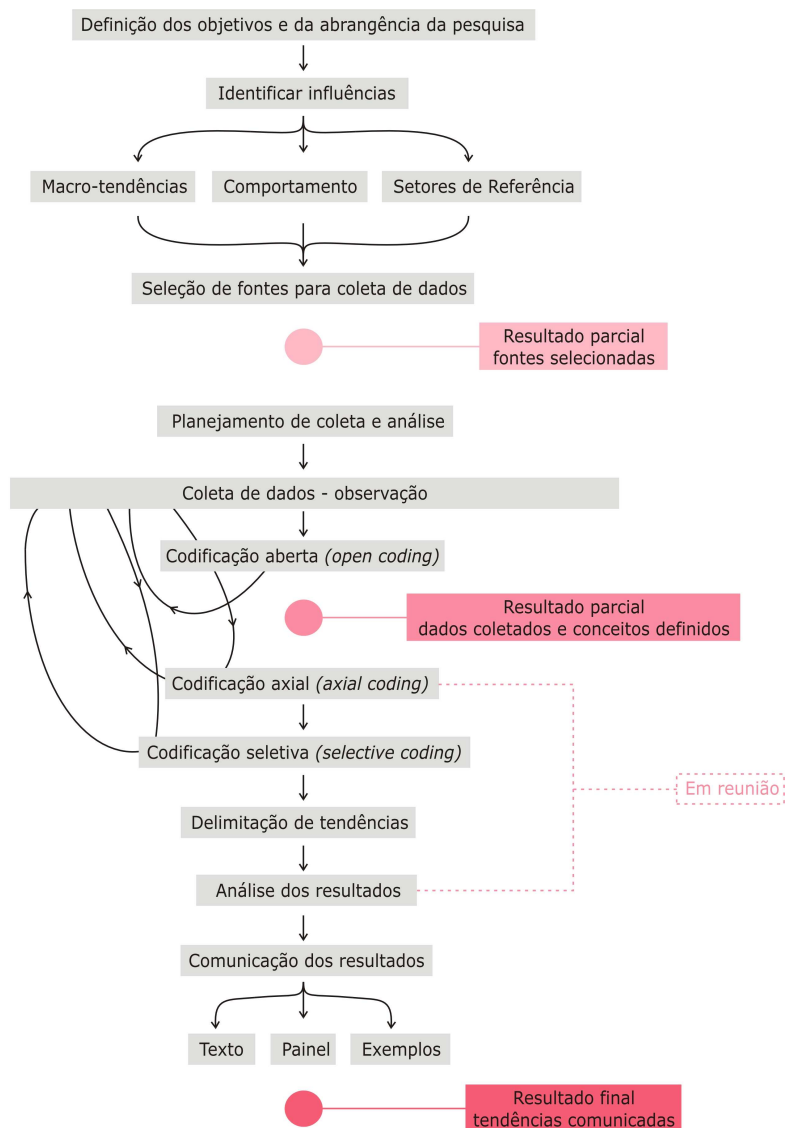
Ao ajustar abordagens indutivas e dedutivas, configura-se um método de comparação constante, no qual o investigador recolhe, codifica e analisa os dados de forma simultânea (SONEIRA, 2007). O método científico, em suas diversas vertentes, considera a classificação dos fatos de qualquer natureza de acordo com suas relações e propõe descrever suas sequências (MANN, 1979).

### **Metodologia para Prospecção de Tendências da Moda**

Para interpretar os sinais que evidenciam e orientam os grandes setores produtivos sobre desejos ou anseios do público consumidor, é necessário que se estabeleça um distanciamento, para se obter alguma isenção no modo de perceber as práticas sociais, evitando-se a contaminação demasiada do objeto de estudo. Isso estabelece o caráter mediador do método, no sentido de organizar sistematicamente a percepção do objeto e os procedimentos de pesquisa, evitando o contato direto do universo do pesquisador com o mundo pesquisado. Assim, delimita-se a imparcialidade possível no processo de coleta e interpretação das informações de campo.

Como outros processos de pesquisa, a pesquisa de tendências exige que o pesquisador se mantenha em constante questionamento, estabelecendo rumos e vetores que indicam a preparação do tempo que ainda está por vir. O estudo de tendências permite identificar as forças que estão emergindo para assumir seu espaço no contexto cultural. O processo metodológico toma por base a “Teoria da Complexidade” e a “Teoria Fundamentada nos Dados”, já que essa última também propõe a abordagem complexa. Isso insere a pesquisa de tendências sociais no campo do conhecimento científico. O objetivo é compor etnografias contemporâneas desta sociedade de consumo ou de mercado. Isso requer a compreensão de aspectos e valores da cultura de mercado, que sustenta o interacionismo simbólico, possibilitando a configuração de cenários futuros razoavelmente confiáveis.

O modelo conceitual prospectivo que orienta o método é desenvolvido a partir das premissas da *Grounded Theory* (CAMPOS, 2010), sendo graficamente representado a seguir:



Fonte: CAMPOS (2010, p. 51).

Neste estudo, considera-se a internet como campo de pesquisa ou fonte para a coleta de dados e o método proposto prevê o desenvolvimento da pesquisa em três níveis de influências: (1) as macro-tendências; (2) comportamento; e (3) setores de referência (indústria). Considerados esses três níveis, parte-se para as

seguintes etapas investigativas: (1) o preparo para a pesquisa, (2) a coleta de dados, (3) a análise ou codificação desses dados e (4) a delimitação de teorias:

1. O preparo da pesquisa envolve questões de delimitação, tais como: (a) definição dos objetivos da pesquisa; (b) definição da equipe de trabalho; (c) verificação da viabilidade da pesquisa e (d) a definição da abrangência da pesquisa, com macrotendências ou tendências de curto prazo.
2. Para a coleta de dados, a “Teoria Fundamentada nos Dados” propõe prioritariamente a realização de entrevistas. Mas, isso não exclui outros recursos (SONEIRA, 2007). No caso específico da pesquisa de tendências, o necessário é a observação de sinais. “Todos nós observamos, porém raramente observamos sistematicamente” (MANN, 1979, p.23). Ao desenvolver a observação sistemática é necessário atenção e concentração em todos os detalhes, para se evitar observações falhas ou precipitadas.
3. Na análise de dados, cada uma das fontes propõe dados qualitativos, quantitativos ou dos dois tipos, dependendo do interesse e do método utilizado. O método proposto enfoca os aspectos qualitativos, com base na *Grounded Theory*, utilizando-se das etapas de codificação de dados de acordo com os seguintes processos:
  - Codificação aberta, que consiste em destrinchar os conceitos mais relevantes a partir da análise do material coletado (Soneira, 2007). É necessário ler e reler o material coletado, para entender os desejos e impulsos escondidos em cada informação. Esse resultado propõe nome, exemplos e embasamento para o investigador justificar suas conclusões. Os conceitos interpretados neste momento auxiliam os participantes da pesquisa na etapa de redação do texto e na construção dos painéis, servindo de explicação para as influências percebidas.
  - Codificação axial é realizada em grupo. Pois, durante essa etapa, os investigadores reorganizam as informações coletadas em uma nova forma. Assim, de acordo com as relações estabelecidas entre os conceitos apreendidos, é produzido um painel textual de conceitos. O painel apresenta os conceitos relacionados às diversas influências, considerando suas relações, a força de ligação e a ordem de relevância.

- Codificação seletiva é o procedimento usado para eleger uma categoria central. A partir disso, todos os conceitos restantes são relacionados à categoria central. A principal questão é organizar e analisar os conceitos, visando gerar proposições e hipóteses. Pois, isso oferece recursos para a construção de uma teoria plausível de prospecção de cenários futuros (Soneira, 2007).
4. A delimitação da teoria propõe o julgamento das hipóteses, por meio de procedimentos comparativos de similaridades e diferenças entre os conceitos coletados. Pode-se também reduzir as categorias que podem ser abrigadas ou representadas sob um conceito mais central, que foi encontrado com maior frequência.

Durante o processo de pesquisa, deve-se focar na coesão e na lógica com relação à realidade dos acontecimentos observados e analisados. Para Bandeira-de-Mello (2006), uma boa teoria apresenta clareza na representação da visão de mundo dos sujeitos da pesquisa, com base em um método de pesquisa detalhado por constantes comparações. A experiência investigativa dos participantes minimiza as falhas e os pequenos erros, conduzindo a trajetória em direção ao conhecimento e ao amadurecimento no campo da pesquisa científica.

### ***Coolhunting* na Internet**

A pesquisa de tendências evoluiu radicalmente nos últimos cinco anos, principalmente em decorrência dos avanços da mídia digital e da disponibilidade de informações *online*. Segundo o Coelho (2003), além do crescente interesse pela pesquisa de tendências, é possível a aplicação de metodologias e técnicas de *coolhunting*<sup>4</sup>(caçando tendências) de maneira ainda mais produtiva. Elas são passíveis de serem adaptadas a diferentes objetivos específicos, restrições orçamentárias e temporais.

Nesta última década, a Internet foi campo de pesquisas ou prospecção de tendências. Pois, devido às suas características de mídia-suporte de informação virtual e de instrumento de busca, ao mesmo tempo, a internet é campo e ferramenta de pesquisa, inclusive, de pesquisa de tendências (BACK, 2008).

---

<sup>4</sup> Literalmente o termo indica o ato de “caçar” tendências, no sentido de pesquisar, identificar e interpretar sinais que determinam significações e comportamentos futuros.

Assim, aponta-se a Internet como fonte de dados sobre moda e campo de observação de diversas tendências, inclusive das tendências da moda relacionadas aos aspectos culturais, sócio-econômicos, políticos, que interferem ou são aplicados em produtos e serviços.

A internet é fértil manancial de sinais emergentes, porque potencializa, agiliza e democratiza a troca de informações. A internet é a porta de entrada e a via de trânsito no ciberespaço, como campo de expressão da cibercultura. Essa cultura digital é estruturada em diversos níveis e esferas. Assim, sustentada por plataformas eletrônico-digitais, que permitiram a composição de interfaces interativas ou *blogs*, como ambientes midiáticos a serviço das manifestações dos usuários, surgiu a *blogosfera*.

Por meio dos *blogs*, a comunicação em rede divulga em tempo real, na internet, os comportamentos e as novidades que emergem das ruas para a cibercultura. Isso promove um campo de expressão cultural a disposição de pesquisadores, criadores e outros interessados, como os próprios consumidores. Assim, a *internet* é campo de prospecção de tendências, com informações nos sítios específicos de moda, nos *blogs* de profissionais ou amadores, nas páginas pessoais ou nos veículos digitais de notícias. As informações fluem com rapidez, agilizando a pesquisa de tendências.

Para que a pesquisa da internet seja produtiva também é preciso ter cautela, porque as informações que circulam na rede são originárias de diversas fontes, sendo algumas confiáveis e outras não. Portanto, os pesquisadores devem desenvolver e utilizar recursos para julgar a relevância e a confiabilidade do material coletado, identificando as fontes seguras e adotando métodos sistemáticos de pesquisa.

### **Considerações finais**

O campo de emergência dos estudos da área de Moda é a grande área de Ciências Sociais, porque a moda é um fenômeno cultural, sócio-antropológico, que caracteriza a história individual e social dos seres humanos, influenciando todos os setores da sociedade. As instituições sociais são reflexos das sociedades



das quais emergiram e a rede de computadores, que é acessada através da internet, caracteriza-se como uma instituição global, influenciando e refletindo em tempo real a cultura contemporânea da qual participa.

O método apresentado tomou por base a Teoria da Complexidade e o conceito de Interacionismo Simbólico, sendo diretamente apoiado na Teoria Fundamentada nos Dados e estruturado de acordo com a *Grounded Theory*. Assim, uma tendência se configura por meio de conceitos definidos a partir dos dados coletados na pesquisa. Esses conceitos são credenciados por recorrências terminológicas encontradas na pesquisa de campo, sendo também organizados em relação a uma categoria central. Os conceitos propostos costumam representar outros conceitos similares ou complementares. Pois, por afinidade simbólica, alguns outros conceitos podem ser reduzidos e abrigados no conceito proposto. Todos esses conceitos são identificados a partir de dados sócio-culturais coletados via internet.

Apesar do princípio metodológico priorizar as entrevistas, considera-se que os hipertextos digitais expõem diversos pontos de vista, através de escrituras, depoimentos audiovisuais e de outras manifestações sonoras ou visuais disponíveis na internet. Os meios digitais de busca e seleção de informações possibilitam o monitoramento de sítios e de *blogs* de diferentes tipos, os quais manifestam novos comportamentos e outras inovações culturais.

A partir da interpretação dos dados pesquisados é possível prospectar indícios para se projetar os rumos dos desejos e dos anseios do público consumidor, em diferentes níveis ou setores sociais. Pois, o contexto observado via internet é a vida cotidiana em sociedade. Os sinais inovadores são identificados ou captados em pessoas (*innovators*) ou em produtos. Para tanto, utilizam-se diferentes recursos, inclusive, a vivência sócio-cultural dos pesquisadores. Pois, esses se dedicam à observação participante, como membros integrantes da cultura digital que se expressa na internet.

## **Referências:**

BACK, Suzana. **Pesquisa de Tendências** – um modelo de referência para pesquisa prospectiva. 2008. 138f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

BLUMER, Herbert. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN, C.D. **Teoria da comunicação: textos básicos**. São Paulo: Mosaico, 1980, pp. 119-138.

CALDAS, D. **Observatório de Sinais** – teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac, 2004.

\_\_\_\_\_. Evoluções recentes na imagem da moda no Brasil. In: CASTILHO, Kathia; OLIVEIRA, Ana Claudia (org). **Corpo e Moda: por uma compreensão do contemporâneo**. Barueri – SP: Estação das letras e Cores Editora, 2008. pp. 231 – 237.

COELHO, G.M. Prospecção tecnológica: metodologias e experiências nacionais e internacionais. **Projeto CTPetro Tendências Tecnológicas: Nota Técnica 14**. Instituto Nacional de Tecnologia. 2003

CORBIN, J.; STRAUSS, A. **Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques**. London: Sage, 1990.

GIALDINO, Irene; CHERNOBILSKY, Lília; BÉLIVEAU, Verônica. **Estrategias de investigación cualitativa**. Buenos Aires: Gedisa Editorial, 2007.

GLASER, Barney; STRAUSS, Anselm. **The discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research**. USA/UK: Aldine Transaction, 1999.

BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; GODOI, Christiane Kleinübing; SILVA, Anielson Barbosa da. **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

LYNCH, Annette. STRAUSS, Mitchell. **Changing Fashion: A critical introduction to trend analysis and meaning**. New York/Oxford: Berg, 2007.

MANN, Peter H. **Métodos de Investigação Sociológica**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores: 1979.

PRECIOSA, Rosane. **Produção Estética: Notas sobre Roupas, Sujeitos e Modos de Vida**. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2005.

SONEIRA, Abelardo Jorge. La “Teoria fundamentada em los datos” (Grounded Theory) de Glaser y Strauss. In: GIALDINO, Irene (coord). **Estrategias de investigación cualitativa**. Buenos Aires: Gedisa Editorial, 2007. pp. 153 – 173.