



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

MODA E CIÊNCIAS SOCIAIS: O USO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS COMO FONTE DE PESQUISA

*Fashion and social sciences: the use of
Digital social media as a source of research*

Martins, Carla Cristina Siqueira, IFSC, carlasiq10@gmail.com¹

Martins, Ana Caroline Siqueira, Doutora, IFSUL de Minas, ana.caroline@ifsuldeminas.edu.br²

Gomes da Costa, Ana Carla Figueiredo, Mestra, IFSC, anacarlafigueiredo.contato@gmail.com³

Resumo: No campo da pesquisa acadêmica, Moda e Ciências Sociais estão intimamente relacionadas, em processos interdisciplinares, tendo muitas vezes a imagem como fonte de pesquisa o que, fonte de pesquisa que até a década de 1970 foi visto como insatisfatória. O objetivo desse trabalho foi de elucidar acerca do uso das imagens veiculadas em site de redes sociais como fonte de pesquisa e análise das narrativas vestimentares, bem como técnicas e métodos para seu uso de forma científica.

Palavras-chave: Moda; Cienciassociais; redessociais.

Abstract: R In the field of academic research, fashion and social sciences are closely interrelated, engaging in interdisciplinary processes, often using images as a research source—a source that was considered unsatisfactory until the 1970s. The objective of this work was to elucidate the use of images posted on social media sites as a source for research and analysis of clothing narratives, as well as techniques and methods for their scientific application.

Keywords: Fashion; Cienciassociais; social media.

¹ Atua há 20 anos na área da moda. Docente na graduação de Moda do IFSC e em pós-graduações na Belas Artes, Positivo e Universidade Estadual de Londrina. Doutora pela Universidade Estadual de Maringá – UEM. Pesquisadora nas áreas de comportamento de consumo, produto e comunicação de moda.

² Possui experiência de 20 anos no mercado de moda, com expertise em consumo, branding e cultura de moda. Doutora em História pela Universidade Estadual de Maringá – ênfase em moda e consumo. Atualmente é professoras dos cursos de Tecnologia em Design de Moda, Produção de moda e da Pós-graduação em Modelagem do vestuário do IFSULDEMINAS.

³ Docente na graduação de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC. Mestra em Design de Vestuário e Moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC. Pesquisadora nas áreas de Design e tecnologia, estudos de tendência.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES

11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Introdução

No campo da pesquisa acadêmica, Moda e Ciências Sociais estão intimamente relacionadas, em processos interdisciplinares, tendo muitas vezes a imagem como fonte de pesquisa. O que, por muito tempo, foi visto como insatisfatória. O reconhecimento dessa fonte como necessária para analisar de maneira mais aprofundada o objeto de estudo, se deu, sobretudo, na década de 1970, o que culminou na ascensão de pesquisas com novos temas, objetos, metodologias e abordagens.

Pesavento (2008), explica que a aplicação de imagem na pesquisa acadêmica perpassa conceitos como representação e imaginário. A imagem, desde pinturas rupestres, ilustrações e quadros até as midiáticas em sites de redes sociais carregam intencionalidades. Sendo assim, a percepção do pesquisador(a) precisa estar voltada acerca da realidade vivenciada no período em que a imagem foi realizada, vislumbrando a própria paisagem social, e conseqüentemente, narrando um dado contexto.

Com os avanços tecnológicos, as formas de exposição e comunicação do sujeito expandiram-se. Ir além das fontes tradicionais, dispor de novos documentos de investigação e de manifestações socioculturais e históricas possibilita maior concretude à pesquisa. O objetivo desse trabalho foi de elucidar acerca do uso das imagens veiculadas em site de redes sociais como fonte de análise das narrativas vestimentares e de moda, em especial de personagens midiáticas: artistas de diferentes âmbitos, representativos e reconhecidos nacional e internacionalmente. O eixo metodológico foi pesquisa bibliográfica e a abordagem da pesquisa teve como enfoque compreender as práticas de pesquisa com uso de fontes tradicionais juntamente com as tidas como inovadoras, podendo ser estas imagens virtuais, vídeos e entrevistas exclusivas da plataforma digital, vislumbrando esse meio como instrumento para acessar dados e informações agregadoras às pesquisas na área da moda.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Moda, imagem e redes sociais: Métodos para pesquisa em moda

A mudança de fontes e temas nos estudos em Moda deu-se concomitante ao *zeigeist*⁴ da década de 1970, em que novas relações e formas de comunicação e consumo também emergiram e /ou intensificaram, possibilitadas pela expansão das tecnologias e meios de comunicação, que trouxeram à tona, de maneira singular, a importância da imagem e do “ser visto” para a sociedade; uma sociedade imagética que propaga a midiaticização do sujeito. Se até os anos de 1970, como informa Lipovetsky e Serroy (2011), os bens adquiridos e os símbolos de consumo eram prioritariamente familiares, como carro e televisão, atualmente, no século XXI, os equipamentos tornaram-se essencialmente do indivíduo, como notebook e *smartphone*, ou seja, objetos que mudaram a maneira de viver e comportar-se, e, pelas tecnologias neles implantadas, como câmera fotográfica digital, proporcionaram mudança significativa na cultura e conseqüentemente a possibilidade de espetacularização do sujeito comum; que encontrou um novo meio de expressar-se socialmente para um maior número de pessoas:

O cultural se difrata no mundo material, que empenha em criar bens impregnados de sentido, de estilo, de moda, de criatividade, através das marcas e da comunicação. A remobilização das memórias, das reivindicações particularistas, transformações que permitiram falar de um novo regime da cultura, o da hipernovidade, consentiram que os sistemas e valores tradicionais, que perduraram anteriormente, não fossem mais estruturantes (LIPOVETSKY E SERROY, 2011, p.10).

Segundo os autores (2009), a atual conjuntura social pode ser denominada como “Era telânica”, em que o mundo é mediado por telas. O mundo material é retratado e expandido no virtual, um está impregnado do outro. O pensamento científico, então, carece caminhar não apenas para a discussão de quanto à sociedade, os costumes e a cultura estão sendo orientados pelo ambiente digital, mas em diagnosticar mudanças ocorridas por meio deles, em diferentes estruturas. Para Lévy (1998), a escrita, a leitura, a escuta, bem como a visão e a elaboração das

⁴ Termo alemão, quem em tradução livre para o português significa espírito do tempo, relacionado aos costumes e cultura de uma determinada época (AUTORIA PRÓPRIA).



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

imagens, a concepção, a perícia, o ensino e o aprendizado foram reestruturados e estão ingressando em novas configurações sociais.

Castells (1999), complementa:

Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo da nossa cultura. Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, às próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos, são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico, e o serão ainda mais com o passar do tempo (CASTELLS, 1999, p. 414).

A moda e as mídias são engrenagens que se retroalimentam, pelo fato de ambas terem como cerne a utilização e propagação da cultura da imagem. A moda como artifício que incorpora movimentos sociais e políticos, em níveis e articulações distintos, serve, muitas vezes para materializar e concretizar narrativas e discursos de um tempo.

Sabe-se que a moda é um sistema de convenções, imbuída de valores sociais, morais e éticos; e que, muitas vezes, define as relações entre pessoas. Em si, como material meramente têxtil é pouco interessante, é ao interrogá-la e operacionalizá-la como artefato cultural e social, impregnada de narrativas e significados, é que se faz representativa. O valor da moda está essencialmente em seu significado, pois faz parte, influencia e declara costumes, representações, práticas e ideias de um indivíduo e de uma sociedade. Não é simplesmente dizer que o que nós vestimos mostra o que nós somos, mas como nós vestimos e em que contexto:

Sem o significado social a peça de roupa perde o valor. O argumento publicitário da personalização é fundamental, pois, ao personalizar os objetos, a sociedade se comunica e, assim, se integra. A relação não é com o objeto, mas com o mundo mediante o uso dos objetos (MIRANDA, 2008, p.109).

Os novos meios de comunicação e mídias online privilegiam a exposição de imagens, e desse modo, também colabora para a investigação de assuntos relacionados à moda e as Ciências Sociais em suas construções no contemporâneo. Os espaços públicos urbanos, que antes eram locais para exposição e representação visual de grupos e indivíduos, foram desalojados para e pela mídia eletrônica. O espaço *online*, a *internet*, se tornou um novo meio de exposição de imagem, de busca por notoriedade, responsável por uma mudança na maneira como as pessoas se relacionam, se informam, consomem e utilizam moda. O ciberespaço é, conforme aponta Lopes



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

(2011), meio frutífero na disseminação de repertórios compartilhados, pois a interatividade virtual se tornou o modo de comunicação mais coletivamente mobilizado.

Como mencionado, em pesquisa de moda é indispensável o uso de fontes imagéticas, uma vez que têm papel social fundamental na construção da cultura visual e na análise dos artefatos vestimentares. As imagens fotográficas, juntamente com os textos verbais e não verbais compõem textualidades. James Laver, um dos maiores pesquisadores na área da moda de todos os tempos, já utilizava, como afirma Fausto (2017), desde o século XIX, a imagem como fonte indispensável para análise da moda: gravuras, pinturas, ilustrações, revistas e peças de museu foram suas maiores fontes de estudo.

Seguindo os ensinamentos de Ricoeur (1997), podemos assinalar, de maneira breve, três propriedades da imagem: visual, mental e evocativa, sendo esta última a que criamos mesmo sem o referente em nossa mente. Dentre as questões sensoriais que a imagem revela, a visão é privilegiada, uma vez que conduz a mente a contemplar sentidos, mesmo não tendo acesso a imagem de maneira física. Como construção visual e mental, as imagens seriam portadoras de um imaginário de sentido, através dos tempos e de seu consumo, atendendo aspectos receptivos de cada época. Há três fases essenciais para a leitura de uma imagem: pré configuração, momento em que se analisa o contexto que a imagem foi realizada; configuração, fase de análise da feitura da imagem, desde a escolha de materiais até os elementos que a constitui, quais, como e porque foram inseridos; e a fase de pós configuração, destinada a considerar as leituras que os consumidores (as) fazem sobre a imagem, bem como as conexões internas e externas.

Os estudos em Moda feitos pela perspectiva das Ciências Sociais na contemporaneidade, utilizando de novos meios de comunicação como os sites de redes sociais, requer métodos específicos, visto que estes sites trouxeram possibilidades e desafios para a pesquisa acadêmica. Debord (1997), denomina a sociedade contemporânea como a Sociedade do Espetáculo. Podemos parafraseá-lo utilizando de um termo voltado as redes sociais, e nomeá-la como “Sociedade instagramada”, em que há a necessidade de expor a vida cotidiana para o maior número de pessoas possível via meio digital; muitas vezes, os contatos e seguidores virtuais nem se conhecem pessoalmente. Nesse ambiente, a moda manifestada em vestuário, maquiagem, corpo, cabelo, atitude e pose, torna-se ainda mais importante.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES

11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Há a preocupação com o que estará utilizando e comunicando na imagem postada, e ainda, o receio de repetir algum item. Pesquisadores (as) podem utilizar dessa hiper exibição, tão própria do tempo atual, analisando e problematizando as imagens publicadas, de modo a compreender o que revelam, escondem, repetem, promovem sobre moda, suas narrativas e o contexto que foi publicada. A imagem faz interlocuções sobre a moda e esta faz interlocuções sobre a imagem através da estrutura vestível, e também sinaliza mudança de padrões estéticos, políticos, econômicos e sociais. O ambiente online, principalmente as mídias sociais, estão, conforme relata Zanini (2016), carregadas de sistemas simbólicos, rituais, novas normas, modos de comportamento, identidades, papéis sociais e linguagens específicas. Os arquivos midiáticos virtuais, divulgados em sites de redes sociais, em que personagens expõem imagens e textos, possibilitam detectar indícios para pesquisar inúmeras proposições, em diferentes abordagens. Usar dessas fontes, aplicar e criar metodologias de abordagem para a moda, em seus diálogos com a Ciências Sociais, são aspectos essenciais para sistematizar informações, tecer críticas analíticas e chegar a uma avaliação satisfatória. Definir problemática, objetivos, período e fontes que serão utilizadas na pesquisa são ações primárias, assim como se será quantitativa e/ou qualitativa e quais serão os procedimentos de coleta, amostragem e análise dos dados, ou seja, desenvolver um mapa descritivo do estudo almejado.

Ainda, como requisito básico de orientação da pesquisa, carece entendimento de quão representativo é a plataforma escolhida para o estudo e para/nas midiatizações do sujeito pesquisado, bem como qual forma os dados são inseridos. Se for mais de um site de rede social, recomenda-se avaliar se seus sistemas convergem e como isso acontece, se há a possibilidade de operacionalizá-los de maneira comparável, por exemplo. No Brasil, o site de rede social Instagram é o mais popular, considerando número de usuários e interação, o que pode ser sinalizado como um dos fatores de escolha dessa fonte.

São plataformas de compartilhamento de imagem e texto que privilegiam a interação. O engajamento do público observador pode ser levado em consideração em cada imagem selecionada, agregando categorias de análise. Avaliar o número de curtidas, compartilhamentos, quantidade e teor das reações, linguagens utilizadas nos comentários, pode oferecer maior compreensão do público e dos assuntos que motivam as conversações em torno do objeto de estudo. Há ainda que observar se existem publicações da personagem que foram de alguma



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

forma, promovidas pelo site, seja por utilização de sistema de patrocínio monetário ou segmentação de público, pois esses são mecanismos que interferem na democracia digital e impactam a análise.

Outro aspecto interessante nesses sites é a circulação de imagens por 24 horas, denominadas de “*histories*”, em que imagens e/ou vídeos após esse período são removidos automaticamente pela própria rede. O pesquisador (a) precisa estar atento para monitorar esse conteúdo que circula de maneira provisória, a fim de conseguir capturá-los, arquivá-los, e posteriormente analisá-los com maior precisão. Nesses sites há também o recurso de busca, em que permite pesquisar através de nomes e *hashtags* postagens relacionadas à personagem(s) estudada.

Ao empregar imagens em estudo na área das Ciências Sociais e da Moda, Lima e Carvalho (2009), explicam que o pesquisador (a) não pode se restringir apenas a uma imagem, mas utilizar várias, a fim de identificar, por meio de recorrências estruturais nas imagens selecionadas, elementos que constituem padrões visuais. É preciso avaliá-las dentro de uma perspectiva plural, relacionando-as umas com as outras, em um exercício composto primeiramente por análise morfológica, que diz respeito aos atributos formais da fotografia, como por exemplo, e considerando aqui o ambiente virtual, qualidade da imagem, repetição de poses e ambientação. Logo depois, avaliar o contexto de produção e reprodução de cada fotografia, que envolve aspectos motivacionais de quem a tirou, composição, cortes, até os desdobramentos da circulação e reprodução, que implicam ressignificações para a imagem. A utilização de um número considerável de documentos e de diferentes meios e veículos são eficazes justamente, como acrescenta Duranti (1994), pelas relações contidas entre documentos e as transações das quais são resultantes, que estabelecem o axioma de que um único documento não pode constituir-se em testemunho suficiente do curso de fatos e atos: os documentos são interdependentes no que toca seu significado e capacidade comprobatória.

Esses processos são táticas de leitura de imagens, percurso no qual requer conduta mental construtiva, que integre elementos e informações de modo a formular conceitos e aspectos representativos do objeto estudado. Em uma pesquisa de moda, em que se faz uso de imagens de uma personagem ou personagens, por exemplo, identificar se há padrões recorrentes na composição de looks, temas, símbolos, ocasiões de uso e interesses, sejam eles individuais, profissionais e/ou de terceiros, como marcas de moda e acessórios citadas na própria publicação;



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

verificar como é evidenciado e qual a função de cada elemento de moda nesses registros se faz oportuno, uma vez que as escolhas feitas pela personagem são narrativas visuais. O pesquisador(a) é quem questiona o porquê de cada escolha e as representações contidas nas pessoas, objetos e cenários que compõem a imagem; o que querem transmitir, bem como o que pode ter sido excluído e quais são as significações explícitas e implícitas em cada imagem. “Uma boa leitura de imagem recusa-se a literalidade daquilo que é exibido, vai além dos recursos da própria imagem” (PESAVENTO, 2008, p. 114).

O uso de fontes digitais, como já sabido, é possível somente às pesquisas que tratam de períodos mais atuais. A forma de arquivamento de documentos e da memória digital é uma preocupação latente, já que as informações registradas no meio online ainda não têm uma normativa que estabeleça sua permanência e manutenção na rede. O IIPC –Consórcio Internacional de Preservação da Internet - vem discutindo, por meio de congressos internacionais, medidas acerca da questão. Vint Cerf, vice-presidente do Google, sublinha que a internet não foi pensada para guardar dados, e que embora esteja em discussão e tende a ocorrer mudanças nesse sentido, ainda corre-se o risco de perda de informações sobre a história recente, devido principalmente a inconsistência e falta de regulamentação na preservação dos documentos existentes na internet e na manutenção de alguns softwares. Em poucos países, como a França, a preservação digital está prevista em lei, em que o próprio governo instituiu que a Biblioteca Nacional do país fizesse cópia de todo conteúdo veiculado em território francês (ENTINI, 2018).

É possível recorrer a ferramentas e softwares que capturam e fazem varreduras de conteúdos digitais, inclusive há programas voltados especificamente para a pesquisa acadêmica. No entanto, ainda não são acessíveis financeiramente ao grande público, nem totalmente confiáveis e efetivos, principalmente se utilizados para análise de imagens:

Não há alternativa gratuita disponível que realize todas as etapas de forma rápida e eficiente. Em geral, cada software tem uma função específica e cumpre uma tarefa determinada. O NodeXL Pro é uma das ferramentas mais poderosas atualmente, posto que incorpora as funções de coleta, tratamento, análise e visualização de dados de fan-pages. O Netlytic também integra coleta e as análises de redes e a textual em sua plataforma (ALVES, 2016, p. 73).



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

No que cerne as redes sociais como o Instagram, as práticas, métricas e ferramentas de monitoramento de dados existentes nesses próprios sites podem ser válidas, mas exigirá conhecimento e tempo dos pesquisadores (as), além de investigação mais profunda das subjetividades contidas nas informações coletadas. Sendo assim, o pesquisador (a), de certo modo, torna-se responsável pela análise e também pela preservação das informações oriundas de documentos digitais, que poderiam ser perdidos em caráter definitivo. Quanto a condição de incerteza à preservação dos documentos virtuais, o (a) mesmo (a) precisa estar atento (a), pois é um fator que poderá dificultar o andamento da pesquisa, caso sejam tirados da rede, não permitindo certificação dos dados e conseqüentemente da pesquisa. Um recurso viável para o armazenamento da documentação, conforme foi citado em capítulo anterior, se dá pelo salvamento dos arquivos imagéticos pela forma convencional ou via *printscreen*. Podem ser arquivados também em formato PDF e / ou ainda anexado uma cópia em DVD na versão final do trabalho.

Alguns procedimentos específicos podem ser adicionados como: averiguar a propriedade da documentação digital, que é justamente cumprir a exigência mínima que a pesquisa científica de qualquer natureza exige; priorizar por fontes digitais oficiais da personagem pesquisada; atentar para as inter-relações entre documentação imagética e textual; apurar a confiabilidade, cruzar dados e examinar se há discrepâncias. Outros ainda se fazem convenientes: Organizar as imagens em pastas e logo em seguida em planilhas, instituindo categorias analíticas a partir dos dados, a fim de conceituar e produzir coesão aos mesmos; e criar mecanismos de busca, como por exemplo: nomear cada imagem com informações relevantes, data que foi postada, em qual site, qual fator de análise está sendo analisado. Todos esses processos possibilitarão coerência discursiva, e se, caso houver alguma incoerência nas informações, a imediata constatação. Ademais, possibilita a observação holística do corpus selecionado, que poderá ampliar o campo de análise, por detecção de nuances ainda não consideradas.

A teorização e a observação empírica precisam andar juntas. O processo metodológico descrito acima é pautado, de certo modo, na Teoria Fundamentada dos Dados, de Glaser e Strauss (1967), em que o emergir nos dados promove e valoriza a interpretação e a investigação do pesquisador (a). Propõe que esse vá a campo livre de hipóteses e conceitos, e a partir da vivência e do método utilizado, elaborar conjecturas e preceitos teóricos.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Esse procedimento envolve conceituar e reduzir dados; elaborar categorias em termos de suas propriedades e dimensões; e relacionar as categorias por meio de hipóteses ou de declarações de relações, utilizando para isso processos de codificação aberta, axial e seletiva, para a partir disso, alcançar a capacidade de reprodutibilidade, precisão, rigor, verificação, significação e compatibilidade entre teoria e observação.

Tal teoria almeja, conforme aponta Chenitz e Swanson (1986) descobrir um modelo conceitual que explique o fenômeno investigado, que possibilite ao pesquisador (a) desenvolver e relacionar conceitos, a fim de compreender o fenômeno estudado conforme ele emerge dos dados, construindo teoria com base nos dados organizados em categorias conceituais. Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p.110), complementam, ao articularem que a Teoria Fundamentada de dados, como método de pesquisa para e na internet, de maneira especial no monitoramento de mídias sociais “proporciona uma forma única de perceber a emergência da teoria a partir dos dados, sendo especialmente adequada para quem estuda temáticas novas e com poucas fontes bibliográficas”.

Há de se ter em mente que as mensagens transmitidas por diferentes meios de comunicação são consumidas diferentemente, de acordo com o contexto e reputação do veículo. A seleção e análise de imagens de uma personagem podem ainda serem apoiadas em reportagens, editoriais, desfiles, vídeos, mídia impressa e online, incluindo revistas de moda e entretenimento, aparições dela em diversos canais midiáticos, com engajamentos (orgânicos e numéricos) e prestígio distintos. Pelo fato de o meio on line estar tão bem incorporado no cotidiano “off line” de grande parte dos indivíduos, aconselha-se combinar as percepções analíticas de cada canal, pois na medida em que a Internet se incorporou na existência cotidiana, e o entrelaçamento de práticas materiais e digitais se aprofundaram, o potencial de campos de estudo diversificou-se e as conexões multiplicaram-se.

Para mais, por se tratar de uma pesquisa, que por conta das fontes e meios, estabelece-se no tempo presente, a realização de entrevista pessoal ou por meio digital com o sujeito pesquisado, e o acesso ao acervo do figurino e das peças analisadas nas imagens, trarão maior credibilidade, legitimidade e profundidade aos resultados, favorecendo interpretações contundentes.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES

11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Considerações

Métodos de análise por meio de fontes digitais foram postas a fim de fazer entender que documento é o registro de uma informação, independente da natureza da plataforma que esteja, pois é conteúdo que importa. O meio digital é suporte significativo para a memória, para a Ciências Sociais e para a Moda contemporânea. A proeminência das redes sociais para a pesquisa acadêmica foi discutida nesse capítulo em diversas facetas: desde a abundância de dados, uso de ferramentas específicas até os desafios metodológicos. Há ainda a ideia equivocada que métodos e pesquisas predominantemente qualitativas não necessitam ou não utilizam do rigor acadêmico, o que contraria a realidade, já que existe grande aparato teórico metodológico a ser consultado, e por que não, desenvolvido. O uso de fonte imagética aliada a texto – verbal e oral - é uma tática relevante às análises interpretativas, que como vimos demanda procedimentos e cuidados específicos, porém fundamentados nos princípios básicos já comumente utilizados em pesquisa científica, passíveis de verificação e certificação.

A imagem, por conta de sua capacidade de comunicação, tem caráter universal maior que o texto verbal. Exercitar e expandir o entendimento sobre as possibilidades que tal fonte detém, suas narrativas e capacidade de problematizações, promovendo perspectiva interdisciplinar, com uso de fontes transversais que propicie diálogos com outras áreas do conhecimento como Comunicação, Artes, História, Ciências Sociais, Antropologia e Psicologia corroboram na execução de uma pesquisa que esmera pela cientificidade.

Foi feito aqui uma teorização prática de métodos, em linguagem direta, a partir de uma perspectiva crítica de estratégias metodológicas que buscam aperfeiçoar a coleta e análise de dados, a fim de ser didático e de ampliar a visão do uso dos sites de redes sociais. Cada objeto, problemática e objetivo de pesquisa nortearão a forma de conduzi-la metodologicamente. Não existem fórmulas prontas para fazer pesquisa: cada uma deve ser encarada como uma construção única, que pode servir de ensinamento e inspiração, mas nunca como uma fórmula a ser seguida. Enfatiza não somente a busca de caminhos para alcançar resultados eficientes, mas, sobretudo, a abertura de possibilidades investigativas que precisam ser buscadas, uma vez que a perspectiva de diálogo entre as



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

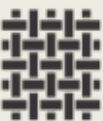
diferentes correntes e modos de abordagens de um objeto enriquece e conduz avanços na pesquisa acadêmica, de maneira geral.

Por fim, o que se torna imprescindível ao utilizar de imagens virtuais provenientes de sites de redes sociais são as relações existentes entre a produção e a veiculação das imagens, sua repercussão, aspectos visuais, culturais e sociais que as constituem, para assim designar pontos significativos das narrativas e produções de sentido que promovem, e, que por consequência, poderá elucidar a problemática e objetivos pretendidos na pesquisa. Subjetividades semióticas podem ser reveladas a cada imagem, assim como tensões e mudanças de mentalidade de uma época. Podem ainda, desvendar subversões e novos referenciais de e para a moda.

Referências

- ALMEIDA, Fábio Chang de. **O historiador e as fontes digitais: uma visão acerca da internet como fonte primária para pesquisas históricas.** Revista Aedos. ISSN 1984- 5634. vol. 3. 2011. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/aedos/article/download/16776/11939>. Acesso em abril, 2025.
- ALVES, Marcelo. **Abordagens da coleta de dados nas mídias sociais.** In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.
- BURKE, Peter. **O que é História Cultural?** Tradução de Sérgio Goes de Paula, 2a ed, Rio de Janeiro, Zahar, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GLASER, Barney.; STRAUSS, Anselm. **The discovery of grounded theory: strategies for research qualitative.** New York: Aldine de Gruyter, 1967.
- CHENITZ, Carole; Swanson Janice. **From Practice to Grounded Theory: qualitative research in nursing.** California: Addison-Wesley, 1986.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.



20º  COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

DURANTI, Luciana. **Registros documentais contemporâneos como provas de ação**. Revista Estudos Históricos, vol. 7, n. 13. Rio de Janeiro: FGV, 1994.

ENTINI, Carlos Eduardo. **O IIPC trabalha para salvar a memória da Internet**. Estadão. 2018. Disponível em <<https://acervo.estadao.com.br/noticias/acervo,iipc-trabalha-para-salvar-a-memoria-da-internet,11039,0.htm>>. Acesso em maio de 2025.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

KARNAL, Leandro; TATSCH, Flávia Galli. **Documento e História. A memória evanescente**. In: PINSKY, Carla Bassanezi; LUCA, Tania Regina de (orgs.). O historiador e suas fontes. São Paulo: Contexto, 2009.

FEBVRE, Lucien. Combates pela história. 2ª ed. Lisboa, Presença, 1989.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. Edições Loyola. São Paulo, 1998.

LIMA, Solange Ferraz de.; CARVALHO, Vânia Carneiro de. Fotografia: Usos sociais e historiográficos. In: PINSKY, Carla Bassanezi; LUCA, Tania Regina de (orgs.). **O historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo: Respostas a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011,

_____. **A Tela Global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Brasil: **Caminhos da ficção entre velhos e novos meios**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; OROZCO GÓMEZ, Guillermo (Orgs.). OBITEL 2011: Qualidade na ficção televisiva e participação transmidiática das audiências. São Paulo: Globo, 2011.

MIRANDA, Ana Paula. **Consumo de moda: A relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das letras, 2008.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **O mundo da imagem: território da história cultural**. In PESAVENTO, Sandra Jatahy, SANTOS, Nádia Maria Weber & ROSSINI, Miriam de Souza. **Narrativas, imagens e práticas sociais: percursos em história cultural**. Porto Alegre, RS: Asterisco, 2008.

PAES, Marilena Leite. **Arquivo: teoria e prática**. 3. ed. Rev. Ampl. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa**. Tomo III. Campinas, SP: Papius, 1997.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

SILVA, Marcos Antonio. **Ensino de História hoje: errâncias, conquistas e perdas.** Revista Brasileira de história, v. 31. São Paulo, 2010.