



ModaPalavra e-periódico

E-ISSN: 1982-615X

modapalavra@gmail.com

Universidade do Estado de Santa
Catarina
Brasil

Queiroz, Amanda; Perassi Luiz de Souza, Richard; Rech, Sandra Regina
Por uma abordagem qualitativa dos dados: A pesquisa de tendências embasada na
Grounded Theory
ModaPalavra e-periódico, núm. 10, julho-diciembre, 2012, pp. 47-70
Universidade do Estado de Santa Catarina
Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051627005>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc



Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

ModaPalavra E-periódico

Por uma abordagem qualitativa dos dados: A pesquisa de tendências embasada na *Grounded Theory*

Amanda Queiroz

Mestranda em Gestão Estratégica do Design Gráfico no programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica da Universidade Federal de Santa Catarina.

amandaqc88@gmail.com

Richard Perassi Luiz de Souza

Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Mestre em Educação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

richard.perassi@uol.com.br

Sandra Regina Rech

Possui Licenciatura em Educação Artística pela Universidade de Caxias do Sul, Mestrado e Doutorado em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina.

sandrareginarech@gmail.com

Resumo

Este trabalho considera a necessidade da compreensão das tendências de moda através de uma abordagem das ciências sociais. Para tal, realizou-se levantamento textual teórico acerca de bases das ciências sociais, considerando principalmente termos como pesquisa qualitativa, complexidade e fator humano. A aproximação com as ciências sociais deu-se ao fato da necessidade da utilização de uma metodologia de pesquisa qualitativa que está embasada em um procedimento de comparação de modos de conduta e ação constantes. Após a pesquisa textual, desenvolveu-se uma metodologia conceitual de trabalho própria, tendo seus alicerces na Teoria Fundamentada nos Dados de Glaser (1978) e Strauss e Corbin (1990). O modelo conceitual metodológico proposto envolve três principais fases: coletada, análise de dados e delimitação de teorias.

Palavras-chave: Grounded Theory, tendências, pesquisa qualitativa.

Abstract: *Este trabalho visa considerar a necessidade da compreensão das tendências de moda através de uma abordagem das ciências sociais. Para tal, realizou-se levantamento textual teórico acerca de bases das ciências sociais, considerando principalmente termos como pesquisa qualitativa, complexidade e fator humano. A aproximação com as ciências sociais deu-se ao fato da necessidade da utilização de uma metodologia de pesquisa qualitativa que está embasada em um procedimento de comparação de modos de conduta e ação constantes. Após a pesquisa textual, desenvolveu-se uma metodologia conceitual de trabalho própria, tendo seus alicerces na Teoria Fundamentada nos Dados de Glaser (1978) e Strauss e Corbin (1990). O modelo conceitual metodológico proposto envolve três principais fases. As fases são: coletada, análise de dados e delimitação de teorias.*

Key words: *Grounded Theory, trends, qualitative research.*

1. Moda

Muitas são as significações que se podem atribuir à palavra moda. Por vezes o termo assume abordagens coloquiais. Por vezes é conceituado por correntes teóricas das mais diversas naturezas. O estudo da moda que se pretende ao iniciar este estudo tem como objetivo evidenciar o caráter plural e multidisciplinar assumido por sua natureza, que ganhou e ainda ganha crescente notoriedade e interesse em diversas áreas do saber que percorrem divergentes trilhas, afim de explicar e compreender os múltiplos possíveis modos da moda.

Para pesquisadores e profissionais das áreas da Administração e Engenharia de Produção, a moda não é considerada puramente uma peça do vestuário, fenômeno ou parte integrante de engrenagens sociais e culturais, mas através de uma perspectiva operacional e produtiva. Autores concebem a moda como um sentido de variável das modificações sazonais das roupas e compreende toda a cadeia industrial têxtil e de confecção. Para Rech (2002, p. 29), a moda “compreende mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas intrínsecas à arquitetura, às artes visuais, à música, à religião, à política, à literatura, à perspectiva filosófica, à decoração e ao vestuário”. A partir de tal visão, o fenômeno moda

é entendido através da velocidade e periodicidade das suas transformações estéticas e formais, também delineado por estratégias de obsolescência planejada e desgaste de valor percebido, e relaciona suas lógicas a modos produtivos e operantes.

O sentido coloquial de moda está ligado a variações constantes no vestuário, produtos de vestir com obsolescência planejada. De acordo com Castilho e Martins (2005), a moda, expressa por meio do vestuário, veste os corpos e, através deles, comunica. Através da moda os indivíduos significam seus corpos e com isso constroem suas identidades e subjetividades. Cidreira (2006) aponta que a singularidade da moda é encontrada para além do poder do culto ao individualismo e da estética. O mecanismo de egocentrismo e mimetismo da moda é reencontrado em diversos níveis, mas é no vestuário em que ele é identificado com mais clareza e vigor. A moda e o vestuário, mesmo intrinsecamente ligados não devem ser confundidos. Os trajes permitem o exercício da moda, que opera no palco do imaginário e é integrante da cultura.

Kawamura (2005) crê que a moda não é apenas uma peça de roupa, mas trata-se de elementos invisíveis por ela representados e que os seres humanos agregaram naquela materialidade. A partir de abordagens sociológicas, a moda apresenta-se enquanto *fato social total*. “Desde os anos 1970, a *forma moda* foi identificada por outros autores como um *fato social total*, o que significa que o seu modo de funcionamento alastrou-se para todas as esferas da sociedade e da cultura” (Caldas, 2006, p. 43). O principal teórico da sociologia a inserir a ideia de *fato social* foi Èmile Durkheim (1858 – 1917). Para o autor, fatos sociais são fenômenos coletivos. Esses acontecimentos são irreduzíveis a indivíduos particulares, ou seja, referenciam-se a partir de uma lógica de grupo – assim como fé compartilhada e padrões de conduta. Bauman e May (2010, p. 272) asseveram que:

Os fatos sociais parecem, aos indivíduos, uma realidade inelutável, inflexível, independente de sua vontade, não necessariamente reconhecível num mundo rejeitável. Nessa medida, eles replicam as características do mundo físico [...]. Ignorá-los é como imaginar que se pode deixar de lado a gravidade.

A partir de abordagens que concebem a moda e a pesquisa de tendências através de tratamentos mais flexíveis é permitida a captação mais intensa e prolixa das dinâmicas das mudanças, que se atualizam permanentemente num presente contínuo marcado pelo

funcionamento e operação de um Sistema de Moda. A observação de comportamento e interpretação de sinais é alicerce de modelos e métodos de pesquisa e de estudos da prospecção de tendências através de sintomas perceptíveis por meio da análise crítica e exploratória dos acontecimentos e significação de tais experiências feitas pela sociedade.

Sendo assim, tal sistema, composto de engrenagens complexas que integram lógicas sociais, antropológicas, sociologias, históricas e econômicas quando analisado de modo mais profundo e menos preconceituoso, de modo a ultrapassar barreiras superficiais, implica uma atividade teórica respeitável. Consequentemente, conclui-se que a moda compõe um campo de estudo frutífero, produtivo e profundo. A moda, despida de suas conotações de “fantasmas suntuosos e levianos”, de “manifestações teatrais e frívolas”, baseia-se em “precisos parâmetros de gostos e consumos, em sofisticados procedimentos e estratégias empresariais, comerciais e de imagem, em profundo conhecimento das transformações e das tendências culturais e sociais em curso” (SORCINELLI, 2008, p. 13).

2. Tendências

A moda absorve e reflete os pulsos do tempo e do mundo. Segundo Cristiane Mesquita (2004, p. 97), ela “capta acontecimentos, vivências subjetivas, fatores econômicos, sociais, políticos e culturais”. A percepção dos fluxos do tempo a serem refletidos na moda, dá-se devido às pesquisas de comportamento que visam captar macrotendências de consumo especialmente fortes. Para Caldas, em entrevista à Dornelles (2010), as macrotendências são grandes movimentos ou correntes socioculturais, que influenciam as sociedades, a cultura, o consumo, por períodos de tempo mais longos.

Ainda segundo Caldas (2004, p. 22) “o conceito de tendência que se generalizou na sociedade contemporânea foi construído com base nas ideias de movimento, mudança, representação de futuro, evolução, e sobre critérios quantitativos”. Para Back (2008), pesquisar tendências é perceber influências exercidas sobre um contexto e ler sua evolução buscando compreender suas futuras conseqüências. A palavra origina-se do latim *tendentia*, cujo significado abrange “tender para”, assim, as tendências nada mais são que direcionamentos possíveis para um determinado tempo póstumo. Neste sentido, funcionam como um espelho do futuro da contemporaneidade. Espelho, no qual signos atuais emergentes dos modos de vida refletem em projeções apontadas para um futuro específico.

Érica Palomino (2003) considera que as tendências o “denominador comum da moda”. Para a autora elas surgirem na ponta inicial da cadeia têxtil, nas indústrias produtoras de fios e fibras para o mercado do vestuário. Ela acredita que as tendências do vestir são específicas e determinadas através de cores e formas específicas a serem seguidas (ou não) pelos criadores. Para o site de pesquisa *Trendwatching*, tendência é manifestação de algo que inovadoramente está desencadeando ou servindo necessidades, desejos e valores dos consumidores. O grupo assevera que nossos desejos profundos mantêm-se os mesmos, todavia os comportamentos e as formas de saciá-los estão em constante movimento.

Muitas são as teorias de adoção de tendências. O limitado espaço do presente artigo não possibilita que o assunto seja abordado consistentemente, tendo em vista outros objetivos do trabalho, mas se sabe que cada vez mais a moda parece ser mais elaborada a partir de várias influências, algumas das quais não provêm das porções mais favorecidas da sociedade. Baldini (2006, p. 56) atesta que “os estilistas já não são mais os historiadores do futuro da moda, mas apenas seus cartomantes”. A moda, atualmente, configura-se como uma colcha de retalhos de estilos e tendências diversas e contraditórias. É múltipla, pluriforme, policêntrica, plural. Polhemus *apud* Mesquita (2007, p. 95), alerta que, a partir da segunda metade do século XX,

A moda se inspira nas subculturas e vem transformando seus códigos industrialmente, fazendo com que estes se tornem rapidamente comerciais. Este fenômeno joga no mercado produtos de origens e culturas esteticamente diversas e polifonias, formando assim, uma mistura de elementos de referências singulares.

Presentemente, os ‘seguidores’ da moda não são peregrinos, não seguem uma meta estética bem delineada. São nômades, sem metas e sem caminhos únicos, que seguem no mundo da moda, ziguezagueando por entre uma diversidade de possibilidades e escolhendo as que mais os agrada (BALDINI, 2006).

As grandes tendências de moda seguidas nas décadas de 1990 e 2000 foram empreendidas a partir de observações da sociedade e dos acontecimentos marcantes do mundo. Com isso, nota-se o lugar de destaque ocupado pelas ruas e subculturas no processo de criação. A partir da década de 1950, as subculturas ganham espaço tornando-se

referências de moda, reformulando assim a pesquisa de tendências e o espaço urbano como seu foco.

A partir de então, e cada vez mais, os criadores [...] vão ter um olho nas ruas, não só como fonte de inspiração para a moda, mas também com o desejo de que a moda ‘apareça’ de fato, nos corpos das pessoas ‘comuns’, no dia-a-dia. Esse é só o começo da inversão dos referenciais de Moda. Tudo isso vai significar um processo de *democratização* da moda (MESQUITA, 2007, p. 30).

Dario Caldas (2004) compreende que as tendências carregam consigo um caráter de imprevisibilidade. Não se podem assegurar direcionamentos ou delimitar quais as definitivas implicações de determinados acontecimentos sociais, culturais ou políticos. A premissa abre a porta para a ideia de que, com certo resguardo, é possível a previsão do futuro através de tendências, ao considerar suas características instabilidades. A pesquisa de tendências que se mostra mais relevante na atualidade diz respeito a observações e ponderações acerca da sociedade consumidora, principalmente nos novos núcleos e nichos de consumo. Profissionais da pesquisa prospectiva mapeiam diversas áreas de predomínio atualmente em cena e avaliam suas principais implicações para o futuro.

Para o desenvolvimento e aplicação do modelo conceitual a ser explanado a seguir, postulou-se compreender as tendências não são apenas informações sobre cores, formas e materiais fornecidas por bureaux para a aplicação industrial em produtos de moda. Acima de tudo, as tendências são sintomas observados que apontam direcionamentos para um futuro em questionamento.

Não se deve eliminar a relevância de profissionais especializados no *metier* de direcionamento das tendências para produtos, responsáveis pelo destrinchar de informações de mudanças sociais e comportamentais em dados como formas, cores, texturas e até novos produtos. Mas conceber as tendências de moda apenas como essas informações limitadas é ignorar toda a complexidade enriquecedora que envolve e compõe o cenário em que os dados específicos em que tais cores, formas e texturas. É ignorar aquilo de mais encantador e fértil referente ao fenômeno das tendências de moda.

3. Moda e Ciências Sociais

As tendências de moda ultrapassam os sentidos do vestir, e apresentam relações com os meios de comunicação e a indústria cultural que podem ser abordados através de uma diversidade de perspectivas - históricas, econômicas, do ponto de vista do marketing, ou da engenharia de produção, da psicologia ou até através de abordagens artísticas. O diálogo com as ciências sócias, porém, parece imprescindível. A busca da comunicação com tal área do conhecimento reflete na própria metodologia da pesquisa prospectiva, que consiste, a princípio, na observação dos signos emitidos por sujeitos comuns em situações comuns.

“Todos nós manifestamos uma visão de mundo e na maior parte do tempo, não nos damos conta dos signos que vamos emitindo” aponta Preciosa (2005, p. 29).

Por uma perspectiva antropológica, o vestir e a aparência, e as tendências de moda em particular, são incorporações visíveis dos significados e sistemas culturais. Como nos construímos expressa nossa visão de mundo e um sistema de valores que são a chave para a compreensão de um ambiente social distinto e um período temporal determinado (LYNCH; STRAUSS, 2007, p.39).¹

A aproximação com a sociologia e a antropologia consiste, como explicitado, na utilização de uma metodologia pré-definida e complexa, que torna possível a captação e análise dos signos emitidos pela sociedade contemporânea de modo a minimizar erros e falhas nesse relatório do amanhã. “Repertoriar, mapear, classificar. (...) Identificar, descrever e acompanhar as mutações das tendências de fundo, dos valores e dos comportamentos, torna-se uma das formas de conferir sentido e de abarcar a complexidade da cultura contemporânea” (CALDAS, 2004, p. 120).

O acompanhamento constante e transversal de todos os setores da vida contemporânea para um mapeamento da atualidade e a prospecção de tendências não é simples. Preciosa (2005) alerta que é comum direcionarmos a modos descomplicados e simplificados de existir, que disfarçam os incômodos, mas que só servem para empobrecer os sentidos. Deve se entender de que a lógica linear não é a única possível. Mesquita (2004)

¹ Tradução realizada pelos autores, o texto original em inglês é “From an anthropological perspective, dress and appearance, and fashion trends in particular, are visible embodiments of cultural systems and meanings. How we construct ourselves expresses a world view and a value system that are key to understanding withing a distinct milieu and time period”.

propõe que a subjetividade varia seus modelos dominantes, a partir da oscilação das forças que estão compondo e recompondo seus contornos.

Assim como a natureza, a cultura, expressa através dos fatos sociais, torna-se intrínseca a condição humana em sociedade. Os fenômenos culturais, entretanto, não são estáticos. Cabe ao pesquisador compreender de forma sistêmica as ações passíveis de observação externa, que poderiam parecer iguais, mas que estão enriquecidas pelo *sentido*. Com isso, nota-se imperativa a concepção complexa dos estudos sociológicos ao perceber que as ações humanas precisam, mais do que serem explicadas, serem entendidas. Sendo assim, o estudo complexo dos modos de interações parece mais plausível para o estudo sociológico.

4. Moda e Complexidade

A pesquisa prospectiva, assim como a pesquisa sociológica, busca entender as lógicas organizacionais construídas pelas sociedades humanas em seus contextos e conjuntos. Esse tipo de pesquisa qualitativa envolve uma forma de pensamento eminentemente complexa, um desafio intelectual ainda a ser enfrentado. Na verdade, é necessário que se aprenda a pensar de modo complexo. O aceite da complexidade enquanto premissa teórica e social amplia nossos horizontes de compreensão, permite a inclusão de um leque de possibilidades, acontecimentos e modos de vida.

Um dos principais teóricos da complexidade é o francês Edgar Morin. Sua obra *La Méthode* caracteriza-se como uma das mais profundas e relevantes contribuições ao crescimento de um paradigma e pensamento complexo. Segundo Vieira e Boeira (2006, p. 40), “a abordagem de Morin beneficia-se de uma longa história de pesquisas sobre múltiplos autores, vinculados a diversas áreas do conhecimento especializado (física quântica, teoria dos sistemas, química, biologia, astrofísica, cibernética, teoria da comunicação, antropossociologia e outras)”. As premissas da complexidade tratam de um ir e vir constantes, das relações entre o separável e o inseparável, o elementar e o global. O intento não postula um abandono dos princípios de ordem e da lógica, mas os integra a uma percepção mais abrangente e fortuita.

O retalhamento das disciplinas no atual sistema de educacional faz impossível o aprendizado de “o que é o tecido junto”. Durante nossa formação escolar nos acostumamos a segmentar o conhecimento, isolando as mais diversas áreas do saber, e tudo isso torna hoje, mais difícil o entendimento da vida e do universo de modo complexo. Para Morin (2006, p. 17):

a história do mundo e do pensamento ocidentais foi comandada por um paradigma de disjunção, de separação. Separou-se o espírito da matéria, a filosofia da ciência, separou-se o conhecimento particular que vem da literatura e da música, do conhecimento que vem da pesquisa científica.

Petter Mann (1979), no clássico *Métodos de Investigação Sociológica*, aponta que “o problema do sociólogo é ter que trabalhar com dados tendentes a remexer com a consciência de uma forma eminentemente complexa”. Com isso, a relação da pesquisa sociológica, nos seus estudos das interações e inter-relações humanas e suas conseqüências, implica o pensamento sistêmico e complexo, proposto por Morin.

A complexidade é a qualidade do complexo, seu significado constitui ‘aquilo que abrange muitos elementos ou várias partes’. A teoria da complexidade sustenta que o todo é uma unidade complexa, já que não se reduz à simples soma dos elementos que constituem as partes. “É mais do que isso, pois cada parte apresenta sua especificidade e, em contato com as outras, modificam as partes e também o todo” (PETRAGLIA 1995, p. 48)

Não apenas o sistema da moda, bem como toda a natureza, exhibe uma ordem com padrão não-linear. Uma atração que interliga certos padrões ou pontos de instabilidade no sistema significa que mesmo uma pequena dinâmica pode ter grandes conseqüências. É, portanto, um conjunto complexo de elementos, onde muitos agentes independentes interagem um com os outros de vários modos. O resultado esperado do estudo de perspectivas de tendências através da adaptação da Teoria da Complexidade não é ratificar que somente uma direção a seguir é a correta, mas, de forma oposta, proporcionar um leque de opções possíveis em relação ao porvir.

O objetivo deste trabalho residiu sobre o ajuste do pensamento sistêmico para o universo teórico da moda e das tendências através da adequação dos alicerces metodológicos e paradigmáticos ao exercício de pesquisa prospectiva de sintomas

emergentes dos modos de vida. A pesquisa elaborada enfocou a elaboração de um modelo referência para a captação, interpretação e análise de sintomas provenientes dos modos de vida e da cultura, para posterior prospecção de tendências aplicadas ao design dentro do contexto da compreensão do porquê e como se manifestam.

Em concordância com Gilles Lipovetsky (1989), concebe-se a moda enquanto espelho da sociedade, sendo assim, torna-se possível pesquisá-la em diversos lugares, tanto nas ruas, na internet, em uma exposição de arte, em reportagens diversas ou nos costumes e hábitos de uma cultura. Como todo objeto social, a moda apresenta padrões não lineares; é, portanto, um conjunto complexo de elementos, onde muitos agentes independentes interagem um com os outros de vários modos.

5. A Grounded Theory (Teoria Fundamentada nos Dados)

Segundo Bandeira-de-Mello e Cunha (2006), a Teoria Fundamentada nos Dados, ou *Grounded Theory*, pode ser caracterizada como método de pesquisa, como uma metodologia em si mesma, segundo Strauss e Corbin (1990), como um estilo ou abordagem ou mesmo como estratégia de pesquisa, segundo Wells (1995). A abordagem aparece como opção fascinante para pesquisas de base qualitativa que busca tecer compreensões sobre a sociedade, através de experiências individuais e grupais que apresentam a expectativa comum como base.

A Teoria Fundamentada nos Dados, como foi formulada, pressupõe a convergência de tradições acadêmicas e intelectuais diferentes da sociologia norte-americana. De um lado, a de Barney Glaser do departamento de sociologia da Universidade de Columbia, que recorre à influência da metodologia quantitativa de Paul Lazarsfeld e a proposta de teorias de alcance médio de Robert Merton. Do outro lado estava Anselm Strauss, do departamento de sociologia da Universidade de Chicago, seguidor intelectual de Robert Park, que por sua vez reconhece a influência de George Simmel e do interacionismo simbólico de Herbert Blumer (SONEIRA, 2007).

Ambos os intelectuais (Glaser e Strauss) defendiam que todas as teorias, contemporâneas a eles, eram extremamente abstratas e pouco desenvolvidas para a realização de testes. Sendo assim, propuseram um método de pesquisa qualitativa no qual a tarefa da identificação dos elementos da teoria sociológica, imprescindíveis para explicar a

interação social, fosse facilitada (BANDEIRA-DE-MELLO; CUNHA, 2006). Pode-se afirmar que ambas as tradições intelectuais se conjugam, dando origem, assim, a uma síntese que pode definir-se como “uma metodologia geral para desenvolver teorias que estão enraizadas (*grounded*) em informações sistematicamente recolhidas e analisadas” (SONEIRA, 2007. p.153).

É um tipo de pesquisa interpretativa voltada para o conhecimento da percepção do significado que determinada situação ou objeto tem para o outro. Essa perspectiva teórica envolve como pontos principais:

as concepções de sociedade enquanto processo, do indivíduo e da sociedade como estreitamente inter-relacionados e do aspecto subjetivos do comportamento humano como uma parte necessária no processo de formação e manutenção dinâmica do *self* social e do grupo social (HAGUETTE, 2001, p. 71).

A abordagem concebe a sociedade como uma entidade composta de indivíduo e de grupos de introdução, tendo como base o compartilhar de sentidos ou significados sob a forma de compreensão e expectativas comuns. Dentro dessa premissa metodológica o investigador procura processos que estão acontecendo na cena social, partindo de uma série de hipóteses, que, unidas uma às outras, podem explicar o fenômeno.

Combinando aspectos investigativos indutivos e dedutivos, consiste em um método de comparação constante no qual o investigador recolhe, codifica e analisa os dados de forma simultânea. “Isso implica em dizer que essas tarefas não realizam-se de forma sucessiva, mas simultânea, e não objetivam a verificação de teorias, apenas demonstrar suas plausibilidades” (Soneira, 2007, p. 155)². O procedimento abrange a coleta de dados, codificação e posterior delimitação teorias para a comunicação dos resultados. Para Mann (1979), o homem que classifica fatos, percebe suas mútuas relações e descreve suas seqüências, está aplicando o método científico.

A aplicação de procedimento investigativo científico e teoricamente embasado evita cair em armadilhas durante o processo de captação e análise de dados. Um dos principais riscos é permitir que a seletividade de observação variará de acordo com aquilo

² Tradução realizada pelos autores. O trecho original em espanhol é: “Es decir, estas tareas no se realizan em forma sucessiva sino simultânea, y no están dirigidas a verificar teorias, sino solo a demostrar que son plausibles”.

que pessoalmente se julga mais relevante para o interesse em particular do pesquisador no momento, ignorando variáveis e conceitos importantes para a pesquisa dentro de seu contexto complexo. Outro erro recorrente em pesquisas qualitativas realizadas isentas de método pode ser tomar as próprias opiniões como conclusões e realizar captação de sinais altamente seletiva, buscando somente sinais favoráveis apoiando seus valores e ignorando outros sinais que indicariam direções divergentes. A delimitação da teoria precisa concluir através da geração conceitos plausíveis, convincentes e bem fundamentados.

A pesquisa qualitativa, mais especificamente a Teoria Fundamentada nos Dados, possui mérito no que refere à ampliação do saber. Principalmente “ao explorar as novas áreas do conhecimento, inter-relaciona as já existentes com aqueles advindos principalmente das ciências humanas. Sendo o homem o objeto de estudo, e tendo em vista sua complexidade” (PIERIN; PADILHA; GELAIN, 1989. p.88). Através da Teoria Fundamentada nos Dados a pesquisa prospectiva para tendências de moda envereda por trilhos que a tornam mais humana. Já que ao estudar o homem em sua complexidade e conjunto, por perspectivas dinâmicas associadas a estilos de vida, valores sócio-econômicos, políticos, religiosos e culturais, o investigador habilita-se para melhor compreender o humano como ele é, como e no que pensa, o que e como sente, o que constitui por si só e em grupos de compartilhamentos, e desenvolve assim uma base mais sólida para a criação de produtos e serviços para atender a demanda consumidora.

6. Modelo conceitual para pesquisa prospectiva

A inteligência da pesquisa de tendências é essencial para o mercado em muitos níveis. O mais importante talvez seja que a pesquisa prospectiva permite identificar oportunidades e conectá-las com as verdadeiras necessidades do amanhã, culminando com o processo de inovação. O design mostra-se relevante principalmente em relação à inovação, diferenciação e competitividade, bem como reflete positivamente a imagem da empresa ao monitorar e planejar aspectos de qualidade, satisfação dos consumidores.

Nota-se que a observação, análise e interpretação de signos é o que orienta os grandes setores sobre os desejos e anseios da população consumidora. Entretanto, para analisá-los é necessário criar certo distanciamento, a fim de ver tais práticas de modo como elas realmente se apresentam, evitando falhas já especificadas no presente artigo. Assim,

faz-se imperativo o uso de um método estruturado visando organização, validade e suposta imparcialidade das informações coletadas. Através do estudo e análise de fenômenos sociais provenientes das ruas e disseminados por meios de comunicação em geral, torna-se possível a prospecção de tendências sociais.

Partindo de idéias como de Faith Popcorn (2007), diretora do instituto americano de pesquisa *BrainReserve*, as tendências que se busca disseminar não são imediatamente percíveis. O ideal é difundir conceitos. Causas que incitam a inovação e a ação da criatividade. Propõem-se ideias que representam forças motoras dos desejos primordiais, necessidades básicas, ações e aspirações humanas. A pesquisa de tendências faz com que se caminhe pelo mundo em constante questionamento. “Por que vejo isso? No que isso tem efeito?”. A pesquisa prospectiva visa traçar rumos e se preparar para o que ainda está por vir. O estudo das tendências permite identificar forças ganhando espaço dentro da cultura e utilizá-las como informação relevante para propiciar a inovação.

O uso de uma metodologia própria, com base na Teoria da Complexidade e adaptada da Teoria Fundamentada nos Dados, permite adentrar ao campo do conhecimento científico através da pesquisa de tendências sociais. O modelo conceitual propõe a pesquisa através do estudo das influências das macro tendências, comportamento e setores de referência (indústria). Através dele, a investigação consiste em quatro etapas principais, sendo elas: o preparo para a pesquisa, a coleta de dados, a análise ou codificação desses dados e a delimitação de teorias.

6.1 A delimitação da fonte de dados

Castilho e Martins (2005), inscritos na complexidade contemporânea, ratificam que a internet, principalmente a partir do momento que ganha lugar de destaque nos lares, colaborou de modo efetivo para as atuais configurações do mundo em que vivemos. Pode-se, assim, apontar a internet como meio auxiliar eficaz na prospecção de tendências, já que ela aparece como valiosa fonte de sinais emergentes, uma vez que surge como modo potencializador da velocidade e democratizador de informações. Com surgimento da *blogosfera*, cada vez mais comportamentos e novidades emergentes das ruas são divulgadas via *Internet*, e servem como potente energia inspiradora para pesquisadores, criadores a até mesmo os próprios consumidores.

ModaPalavra E-periódico

Aponta-se a *internet* como meio auxiliar eficaz na prospecção de tendências, tanto em *sites* específicos do setor como em *blogs*, páginas pessoais ou noticiários, na *internet* as informações fluem com mais rapidez e tornam a pesquisa de tendências mais veloz, consistente, democrática e globalizada. Porém, como a Internet é um instrumento de pesquisa de rápido e livre acesso, é preciso ter cautela. Nem toda a informação que circula na rede é segura, cabe ao pesquisador julgar a relevância e confiabilidade do material coletado, verificar o embasamento em fontes seguras e se informações apresentadas são reais ou não.

Muito freqüentemente a pesquisa de tendências para posterior direcionamento de produto consiste em sessões de copie e cole diretamente de sites específicos do segmento ao qual as propõe aplicar. Tal metodologia, se assim pode ser referida, resulta formas homogêneas, massificadas, serializadas e reproduzíveis. Isentas de subjetividade criativa, a grande maioria de empresas acabam repetindo linguagens de produto globalizantes e superficiais, empobrecidas pelo medo de serem engolidas por um mercado feroz e competitivo. “As empresas, obviamente, na ânsia de situarem-se no mercado globalizado, às vezes acabam perdendo o rumo” (SCHIRMER, 2007:77).

Para inovar realmente, “é preciso ousar para não sair apenas recauchutando a subjetividade” (PRECIOSA. 2005:47). A pesquisadora fala de “rupturas, de rompimentos, que certamente acontecerão se tivermos engajados no movimento que a vida produz à nossa volta”. Por conseguinte, parece mais interessante a utilização da pesquisa qualitativa através da análise de como as pessoas se expressam, comportam, convivem e comunicam seus modos de vida. Graças a Internet, é possível monitorar *blogs* e *fotoblogs* de comportamento e inovações. A partir de tal ação, a análise de dados, que visa delimitar desejos e anseios dos consumidores, tem a finalidade de oferecer produtos e serviços que, ainda que por pouco tempo, saciem suas reais vontades e não empobreça-os de sua própria subjetividade. É decisivo que o foco esteja no consumidor final. Esta personagem, ora submissa, ora protagonista, contestadora e inspiradora do sistema de moda, é, sem sobra de dúvida, nosso maior julgador, visto que coordena as criações e demandas dos mercados consumidores.

6.2 Observação

A *Teoria Fundamentadas nos Dados* utiliza principalmente do método de entrevistas como forma de coletânea de sintomas, mas isso não exclui outras técnicas. No caso específico da pesquisa de tendências torna-se relevante a observação de sinais. Marie Rucki afirma que para pesquisar tendências é imprescindível que se estimule “a capacidade de olhar a sua volta, e observar, especialmente o comportamento das pessoas” (MENDONÇA, 1987:85).

“Todos nós observamos, porém raramente observamos sistematicamente” (MANN, 1979:23). O mais interessante da observação de imagens é que elas não propõem estilos determinados, mas estimulam a criação e inovação.

pois a pesquisa envolve um tipo de percepção e de construção do olhar, para compreender o contexto social no qual se insere, mas também com capacidade de estranhamento e reflexão sobre esse contexto, sobre os valores que o caracterizam, sobre os desejos que são negociados e criados por aqueles que nele vivem (SCHIRMER, 2007:15)

Bruce e Bessant (2002), citados por Puchaski (2008), notam que os responsáveis pela prospecção de tendências tateiam a cultura, assim como deficientes visuais ao ler placas em *braille*. Os investigadores de tendências inclinam-se para tocar, sentir e perceber as subcorrentes emergentes do cenário cultural. A pesquisa de tendências não consiste na observação do futuro, mas na pesquisa do presente por itens, possivelmente virais, que irão infectar os horizontes da moda e do design no amanhã (PUCHASKI, 2008). A descoberta de quais serão as maiores tendências do futuro não envolve processos de adivinhações ou bolas de cristal. Funciona como a montagem de um quebra-cabeça complexo, em que se combinam diversas peças de futuros possíveis que serão combinadas até que se formem panoramas plausíveis para o porvir. Esses procedimentos não são sempre tão óbvios e simples de executar. Escutar e observar é essencial.

6.3 Codificação

Apesar da coleta de dados na *Grounded Theory* e na metodologia proposta acontecer ininterruptamente, após alguns dados já coletados parte-se para a codificação desses dados. O procedimento de codificação é caracterizado por uma série de processos de análise do material recolhido. Cita-se a análise de dados como o processo mais difícil da

prospecção de tendências, já que envolve a filtragem e interpretação de todas as informações e ideias, que muitas vezes, abarca questões e aspectos extremamente subjetivos.

A codificação ou análise é o procedimento através do qual os dados são divididos, conceitualizados e se estabelece suas relações. Todo o processo analítico que neste momento se inicia, tem por objetivos: construir a teoria, dar ao processo científico o rigor metodológico necessário, auxiliar o pesquisador a detectar os vieses, desenvolver o fundamento, a densidade, a sensibilidade e a integração necessária para gerar uma teoria (STRAUSS & CORBIN, 1990 *apud* CASSIANI, CALIBRI, PELÁ, 1996, p. 80).

A análise de dados, para cada caso pesquisado, envolve a geração de conceitos através do processo da codificação que “representa as operações através das quais os dados são quebrados, conceitualizados e reconectados de novas maneiras. É o processo central das teorias que são construídas a partir dos dados” (STRAUSS, CORBIN, 1990, p. 57). As ferramentas e métodos de pesquisa podem variar entre a construção de cenário, *brainstorming* e estudos antropomórficos, mas é a interpretação da informação recolhida que irá determinar a validade e relevância da pesquisa (PUCHASKI, 2008).

Bandeira-de-Mello e Cunha (2007) entendem que a codificação é a parte central da análise dos dados. Para os autores, a codificação os dados não significa, meramente, a associação de trechos e dados a códigos e categorias da teoria, mas, de modo holístico, compreende absorventes e frequentes questionamentos e o fornecimento de respostas provisórias sobre as categorias e suas relações. As respostas provisórias serão conferidas e aperfeiçoadas durante os procedimentos de codificação. Há três tipos de codificação: a) codificação aberta, b) codificação axial e c) codificação seletiva, Esses são tipos analíticos e não é estritamente necessário que a dinâmica de pesquisa do investigador siga a ordem de codificação iniciando as análises da codificação aberta para a codificação seletiva, de modo rigoroso e consecutivo.

A codificação aberta consiste em destrinchar os conceitos mais relevantes a partir da análise do material coletado (SONEIRA, 2007). É necessário ler e reler, exhaustivamente, o material coletado, a fim de entender os desejos e impulsos escondidos atrás de cada informação. Em concordância com Cassiani, Calibri e Pelá (1996, p. 80), “obtendo os dados, o investigador examina-os linha por linha e recorta as unidades de análise. Assim

cada unidade de análise é nomeada com uma palavra ou sentença exprimindo o significado desta para o investigador”.

Num segundo momento, parte-se então para a codificação axial, esta realizada em reunião de grupo. Durante a codificação axial os investigadores reúnem as informações coletadas em uma nova forma. Variando de acordo com as relações entres os conceitos captados, é produzido um painel de conceitos textual. O painel apresenta os conceitos das diversas influências, suas relações, força de ligação e ordem de relevância. “A codificação axial examina as relações entre categorias que formam as proposições da teoria substantiva” (BANDEIRA-DE-MELLO, CUNHA, 2007. p.253). Enquanto a codificação aberta fratura os dados em conceitos e categorias, a codificação axial junta novamente os dados em maneiras novas, criando conexões entre uma categoria e suas subcategorias.

É durante essa etapa que se desenvolvem referenciais conceituais que buscarão identificar qual o principal problema na cena social, a partir dos dados coletados dos atores ou sujeitos participantes do estudo e a maneira com que eles tratam esse problema (CASSIANI; CALIBRI; PELÁ, 1996). O processo de codificação axial compara todos os dados e questiona a existência e permanência dos fenômenos observados através dos conceitos destrinchados durante processos de codificação aberta (*open coding*).

Finalmente, a codificação seletiva se caracteriza pelo processo de eleger uma categoria como central. A partir do momento em que se encontra essa categoria, todo o restante dos conceitos é arranjado de modo a relacionar-se com essa. A principal questão é organizar e analisar os conceitos captados a fim de gerar proposições e hipóteses, tendo ferramentas para a construção de uma teoria plausível de prospecção de cenários futuros (Soneira, 2007). A codificação seletiva envolve a integração das categorias que foram desenvolvidas a partir do *framework* teórico inicial. Essa primeira etapa da codificação “integra a teoria desenvolvida, examina possíveis incoerências, categorias com fraca fundamentação empírica ou relações não estáveis. O objetivo da integração é identificar a(s) categoria(s) central (is) da teoria, com a(s) qual(is) todas as outras estão relacionadas.” (BANDEIRA-DE-MELLO, CUNHA, 2007, p.253).

A codificação seletiva dos dados é empregada de maneira não tão diferente da codificação axial, porém em nível mais abstrato. Há alguns passos a serem tomados como: relacionar as categorias subsidiárias em torno da categoria

central através do modelo do paradigma, validar essas relações com os modelos e finalmente complementar com dados adicionais as categorias que necessitem de refinamento e/ou desenvolvimento. Esses passos não são, entretanto, lineares (CASSIANI, CALIBRI, PELÁ, 1996, p.83).

As etapas de análise e codificação desembocam na integração final da teoria em função de uma categoria central, de um eixo narrativo que vai até o coração do fenômeno e o resume em poucas frases.

6.4 Delimitação da teoria

A etapa final relacionada aos dados coletados, no modelo proposto implica a *delimitação da teoria*. Ela se caracteriza pela avaliação da plausibilidade das hipóteses, através do processo de comparação de semelhanças e divergências entre os conceitos. Primeiramente é realizado um procedimento de redução de categorias, visando centrar-se num conceito central. O conceito central é aquele que encontramos mais freqüentemente e bem conectado aos demais conceitos. Strauss (1987) citado por Soneira (2007:158) oferece-nos uma listagem de critérios a serem utilizados para a qualificação de um conceito central.

1. Tem que ser central;
2. Deve aparecer com frequência nos dados;
3. A explicação que se desenvolve a partir da relação de categorias é lógica e consistente, e os dados não sejam são forçados;
4. A palavra ou a frase usada para descrever a categoria central deve ser abstrata o bastante para que possam ser usadas para a investigação em outras áreas substantivas;
5. À medida que o conceito se refina analiticamente, por meio de sua integração a outros conceitos, a teoria cresce em profundidade e poder explicativo;
6. O conceito pode explicar as variações, assim como o assunto central, ao que apontam os dados, ou seja, quando variam as condições, a explicação se mantém, ainda que a maneira como se expressa um fenômeno pode variar algo.

Para a *Grounded Theory*, a teoria delimitada pode ser considerada *substantiva* ou *formal*. A teoria é substantiva quando é referente a uma mesma classe de grupos ou de

casos. E é formal quando se refere a grupos ou casos incomparáveis a um nível substantivo, apenas comparáveis em um nível conceitual mais amplo. Na maioria dos casos as teorias (ou tendências) delimitadas referem-se a teorias de nível substantivo expandidas para o nível formal, já que as tendências observadas têm suas possibilidades de generalização ampliadas, dilatando, assim, o alcance das perspectivas delimitadas e comunicadas.

Por teoria substantiva expressamos aquela desenvolvida para uma área substantiva, empírica, da investigação sociológica, como é o cuidado com pacientes, relações inter étnicas, educação profissional, delinquência ou organizações de investigação. Por teoria formal, significamos aquela desenvolvida de uma área formal ou conceitual de investigação sociológica, como estigma, conduta desviada, organizações formais, socialização, congruência de status, autoridade e poder, sistemas de recompensa, ou mobilidade social. Ambos tipos de teoria podem ser considerados como de ‘alcance médio’ (GLASER; STRAUSS *apud* SONEIRA, 2007, p.159).

Durante o processo de realização de pesquisa, deve-se sempre focar na coesão e na lógica em relação à realidade dos acontecimentos observados e analisados. Além disso, é válido ressaltar que há várias maneiras de se observar a realidade, portanto, várias realidades. Em concordância com Charmaz (2000), Bandeira-de-Mello e Cunha (2007) reiteram que o pesquisador compõe a história que analisa. A delimitação da teoria reflete não apenas os observados, mas também o observador. A teoria não emerge simplesmente dos dados, mas do intercâmbio do pesquisador com esses dados.

A realização de uma pesquisa com base na *Teoria Fundamentada nos Dados* é complexa. O projeto é absorvente, os insights podem aparecer a qualquer momento e os erros aparecem freqüentes a rotina dos iniciantes. Wells, citado por Bandeira-de-Mello, relata as características de uma boa teoria: “deve ter clareza para representar a visão de mundo dos sujeitos, o método de pesquisa deve ser detalhado e deve estar de acordo com o requisito do método das comparações constantes” (BANDEIRA-DE-MELLO, 2006: 257).

Para Laraia (2009), é fundamental a inserção do pesquisador como componente relevante para a devida incorporação de questões do fator humano. O homem estuda o homem, pois têm a capacidade de questionar os próprios hábitos e modificá-los. Qualquer sistema cultural apresenta modificações, transformações. São elas as responsáveis por

evidenciarem o caráter dinâmico da cultura e esse contínuo processo de modificação do que é estabelecido.

7. Considerações finais

O presente trabalho, limitado em sua extensão, pretendeu evidenciar relações entrepostas entre a as tendências de moda e os métodos investigativos as ciências sociais, principalmente a partir de abordagens complexas e explorativas. Ao adentrar as Ciências Sociais foi possível o desenvolvimento de um modelo conceitual de pesquisa de tendências, o qual é utilizado pelo projeto de pesquisa Futuro do Presente: espaço para observação, análise e interpretação de sinais do Centro de Artes (CEART) da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) já há alguns anos, também tendo sua aplicação em outros projetos acadêmicos da Universidade Federal de Santa Catarina. O modelo proposto visa permitir projeções válidas e adequadas, embasadas em fatos sociais observados e analisados através de um modelo científico estruturado que propõe a validação das conclusões delimitadas.

O modelo e os estudos provenientes do mesmo visam possibilitar uma visão crítica dos estudantes e profissionais de Moda e de Design em relação ao fenômeno das tendências de moda e ao sistema de moda enquanto engrenagem em si. Possibilitar, como propõe Strada (2008, p.124) “uma forma crítica em relação ao fenômeno globalizante que compromete a criatividade subjetiva, com o objetivo de evitar o perigo de desequilíbrios e empobrecimentos”.

Deste modo, mostrou-se mais relevante uma aproximação com as Ciências Sociais, de modo a possibilitar compreensões e estudos qualitativos acerca da maneira como as pessoas se expressam, comportam, convivem e comunicam seus modos de vida. E de que maneira esses modos de vidas e conjuntos de valores são veiculados pela mídia de massa e circulam pela sociedade. “Para enfrentar o desafio global é necessário combinar a comunicação com a compreensão das diferentes tradições culturais, uma vez que a cultura representa uma lente através da qual conseguimos perceber e interpretar o mundo” (MORETTI, 2008, p. 200).

O ser humano possui múltiplas dimensões, atua de diversos modos, elege múltiplas direções a seguir e suscita situações e experiências incomuns. É necessário abandonar as

superfícies calmas e banais para que se navegue em águas mais profundas das demandas humanas. Para que se superem as barreiras é preciso associar a subjetividade autônoma a uma visão plural. O homem de hoje é chamado a se recriar. Sexe (2007) aponta ser indispensável o conhecimento do destinatário para que se possa explorar formas, texturas, usos e cores, a fim de conduzir um conhecimento projetual através de uma gama de restrições e possibilidades.

Não importa o quão arriscado é o planejamento do futuro, sem visão de longo prazo as companhias podem ser chocadas com o inesperado (PUCHASKI, 2008). A pesquisa de tendências estudada no presente trabalho propõe um modelo que foge de sentidos superficiais e óbvios, e se aprofunda na prospecção de sintomas emitidos pela sociedade dentro de diferentes culturas. A proposta do modelo conceitual de pesquisa visa clarear a complexidade do processo de decodificação, permitindo a identificação de tendências na sociedade e visualização de seus possíveis impactos futuros em indústrias específicas. A metodologia desenvolvida enfoca a compreensão de contextos transversais e objetiva o entendimento das diversas influências (comportamento, macrotendências e setores de referência) para a minimização das incertezas em relação à posteridade.

8. 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.
- BARCARO, Andrea. Os processos de uma empresa de moda. In: SORCINELLI, Paolo (org.). **Estudar a Moda: corpos, vestuários, estratégias**. pp.143 – 156.
- BAUMAN, Zygmunt; MAY, Tim. **Aprendendo a pensar com a sociologia**. Tradução Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2010.
- BRAIN RESERVE. **Trends matter**. Disponível em: <www.faithpopcorn.com>. Acesso em: 07/jun/2008.
- BRANNON, E. **Fashion Forecasting**. NY: Fairchild Publications, 2000.

ModaPalavra E-periódico

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

CALDAS, Dário. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 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.

CASSIANI, S. de B.; CALIRI, M.H.L.; PELÁ, N.T.R. A teoria fundamentada nos dados como abordagem da pesquisa interpretativa. **Rev.latino-am.enfermagem**, v. 4, n. 3, p. 75-88, dezembro 1996.

CASTILHO, Kathia. MARTINS, Marcelo M. **Discursos da Moda: semiótica, design e corpo**. 2ª ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

DORNELLES, Juliana. **Entrevista: Dario Caldas**. Disponível em: <http://julianadornelles.com.br/texts/noticias_ver/id/232/>. Acesso em: 11/02/2010 às 20:55

DURKHEIM, Émile. **As Regras do Método Científico**. São Paulo: Martin Claret, 2004.

ERNER, Guillaume. *Vítimas da moda?: como a criamos e por que a seguimos?* São Paulo: Editora Senac, 2005.

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

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

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias Qualitativas na Sociologia**. 8ª edição. Petrópolis – RJ: Editora Vozes, 2001.

ModaPalavra E-periódico

JONES, S. J. **Diseño de Moda**. Barcelona: Art Blume, 2002.

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

LORIERI, Marcos Antônio. **Educação Escolar numa perspectiva da Teoria da Complexidade**. – UNINOVE. Disponível em: <
http://www4.uninove.br/grupec/Educacao_Escolar.htm>. Acesso em: 28/ago/2008.

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.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda**: a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita**: repensar a reforma e reformar o pensamento. 7ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

MORIN, Edgar. [et al]. **Ensaio de Complexidade** (4ª. ed.). Porto Alegre: Sulina, 2006.

OLIVEIRA, Ana Sofia Carreço de. **O Estudo das Tendências para o Processo de Design**. 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design Industrial) – Programa de Graduação em Design Industrial, UDESC, Florianópolis.

PALOMINO, Erika. **A Moda**. 2ª ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

PERNA, R. **Fashion Forecasting**. New York: Fairchild Publications, 1987.

PETRAGLIA, Isabel Cristina. **Edgar Morin, a Educação e a Complexidade do Ser e do Saber**. Petrópolis: Vozes, 1995.

PIRES, Dorotéia Baduy (org). **Design de Moda**: Olhares Diversos. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

ModaPalavra E-periódico

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

PUCHASKI, Kleber R. **Feel the future**: perceptions of branding and design towards product development in the motor industry. Tese de doutorado - Royal College of Art. Londres, 2008

RECH, Sandra R. **Moda**: por um fio de qualidade. Florianópolis: Editora da UDESC, 2002.

SCHIRMER, Mauryn. **A Pesquisa de Moda e as Ciências Sociais**: um Diálogo Necessário. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Moda) – Programa de Graduação em Moda, UDESC, Florianópolis.

SEXE, Nestor. **Casos de comunicación y cosas de diseño**. Buenos Aires: Padiós, 2007.

SORCINELLI, Paolo (org.). **Estudar a Moda**: corpos, vestuários, estratégias. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

STRADA, Nanni (2008). Relatos de uma designer de moda. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org). **Design de Moda**: Olhares Diversos. pp.115 – 125.

TOP 5 TREND WATCHING TIPS. Disponível em: <www.trendwatching.com>. Acesso em: 08/jul./2008.