

DESENHO TECNOLÓGICO INTERATIVO DO INSTAGRAM: POSSIBILIDADES DE RESSIGNIFICAÇÃO DA IMAGEM DE MODA CONTEMPORÂNEA

Helena Gabrielle Souza Ribeiro¹

Resumo: A presente pesquisa dialoga sobre a interação do indivíduo com as redes sociais. Nesse recorte visa responder quais são as possibilidades de ressignificação da imagem de moda contemporânea produzida por pessoas comuns a partir do Desenho Tecnológico Interativo do Instagram. Nessa plataforma digital o estudo busca investigar e qualificar a imagem de moda cotidiana do Brasil. A fundamentação teórica se baseia nos pensamentos de Simmel (2008), Geertz (2008) e Maffesoli (2010), que apontam a Sociologia Compreensiva na definição de uma abordagem para explicar os fenômenos e a Netnografia da prática investigativa digital é conceituada por Kozinets (2014). Propõe-se a criação de uma Metodologia de Análise de Imagem na internet que abrange: moda, comportamento e cultura como ponto de partida.

Palavras-chave: Desenho; Instagram; Moda; Imagem de Moda; Cultura Digital.

¹ Doutoranda em Cultura e Sociedade; Universidade Federal da Bahia. helenagabriellesr@gmail.com

1. Introdução

As redes sociais oferecem profundas observações sobre o comportamento humano. O *Instagram* apresentou em 2020 mais de 1 bilhão de contas ativas tendo ainda mais de 500 milhões de usuários utilizando o *Instagram Stories* todos os dias². Diante disso, com o volume expressivo de imagens postadas, os usuários realizam uma espécie de curadoria que revelam suas referências culturais na plataforma de modo que cabe uma observação sobre o conteúdo produzido no cotidiano de pessoas comuns, estimulado através do Desenho Tecnológico Interativo do Instagram.

Apesar de haver uma quantidade significativa de trabalhos sobre comportamento no Instagram - na área de design, cultura e sociedade, ainda não há investigações que pontuem este direcionamento. Diante disso, procura-se investigar e qualificar a imagem de moda contemporânea no Brasil, produzida no Desenho Tecnológico Interativo do Instagram, a partir do conteúdo compartilhado no aplicativo: estrutura; funcionalidade; combinação de mídias (fotografias, textos, vídeos, áudios, links, etc) e referências culturais dos usuários.

A motivação para esta temática é resultado da pesquisa da dissertação do Mestrado (2015) que agora se encontra em andamento no Doutorado. Assim, manifesta-se um entendimento de que as redes sociais oferecem profundas observações sobre o comportamento humano. O Brasil apresenta diversidade de modos, hábitos e costumes da população nas diferentes regiões e estados, assim, a imagem produzida por usuários em território brasileiro sinaliza uma afirmação das suas referências culturais nacionais que diversas vezes se misturam à referências internacionais na arte, na música, na gastronomia, no esporte, no turismo, na literatura, entre outros. Em vista disso, proponho a criação de uma Metodologia de Análise das imagens compartilhadas no *feed*³ buscando interpretar o perfil dos usuários considerados pessoas comuns, mas que também exercem poder de influência sobre os seus seguidores, tendo a moda, o comportamento e a cultura como ponto de partida.

² BUSINESS. **Confira as tendências do Instagram para esta temporada.** Disponível em: https://business.instagram.com/?locale=pt_BR Acesso em 22 abr. 2021.

³ Local na interface do aplicativo Instagram onde ficam reunidas os conteúdos compartilhados pelos usuários.

Esse recorte visa responder a seguinte questão: quais são as possibilidades de ressignificação da imagem de moda contemporânea produzida por pessoas comuns⁴, a partir do Desenho Tecnológico Interativo do Instagram? Com isso, pretende-se investigar as possibilidades de ressignificação da imagem de moda contemporânea na rede social Instagram com um olhar técnico, curioso e criativo. Desse modo, a revisão de literatura é o suporte metodológico empregado para embasar as discussões que tem como bases teóricas a Sociologia Compreensiva, na visão de Georg Simmel (2008), Michel Maffesoli (2010) e Geertz (2008) – além da Netnografia proposta por Robert V. Kozinets (2014).

Este artigo estrutura-se da seguinte forma: A “Introdução”, elaborada com uma breve contextualização, o objeto de estudo, a proposta, a justificativa, a questão, a metodologia da pesquisa; A sessão principal “Desenho Tecnológico Interativo do Instagram na construção da imagem de moda: um caminho em descoberta”, apresenta uma convergência da rede social em questão com um modelo conceitual de abordagem - enquanto projeto, intento e propósito no compartilhamento de conteúdo; Na segunda sessão “Percurso metodológico em busca da ressignificação da imagem de moda contemporânea a partir do Instagram”, constrói-se uma percepção sobre as postagens nos feeds que sugerem uma construção da imagem e identidade dos sujeitos em seus perfis pessoais, a partir das contribuições de Georg Simmel (2008), Michel Maffesoli (2010) e Geertz (2008) – além da Netnografia proposta por Robert V. Kozinets (2014). Na terceira sessão, “Referencial teórico: costurando a moda e a interação digital”, se faz pertinente pontuar estudiosos que colaboram no trajeto das possibilidades da construção da imagem de moda no Instagram. Por fim, as “Considerações Finais”, onde se abordam as perspectivas sobre o conceito de Desenho enquanto projeto nas redes sociais atentando para a moda como um objeto denso, com significativo potencial de articulação a partir das ações dos usuários e os seus comportamentos no ambiente digital.

⁴ Lê-se aqui por “pessoas comuns”, usuários que não exercem atividade profissional de Digital Influencer, pessoas que não possuem fama em território nacional ou internacional, pessoas que não ocupam altos cargos em empresas e corporações.

2. Desenho Tecnológico Interativo do Instagram na construção da imagem de moda: um caminho em descoberta

A interatividade proporcionada pela tecnologia atualmente estimula o desenvolvimento da imagem em outra plataforma de realização, a qual simultaneamente vai se moldando às necessidades do indivíduo que navega no ambiente digital. O *Instagram* possui em 2020 mais de 1 bilhão de contas ativas tendo ainda mais de 500 milhões de usuários utilizando o *Instagram Stories* todos os dias⁵. Diante disso, com o volume expressivo de informação de moda compartilhado na plataforma, cabe a hipótese de que o conteúdo produzido no cotidiano de pessoas comuns ressignifica a imagem de moda contemporânea.

A maioria dos sujeitos que convivem com as inovações proporcionadas pela *hiperculturalidade*⁶, não de perceber a fusão entre tecnologia e modernidade, atentando para as movimentações que se constroem no social a partir dessa fusão – interferindo na cultura e conseqüentemente nas interpretações plurais das imagens. Sendo assim, o conceito de Desenho Tecnológico Interativo de um Blog de Moda construído na dissertação de Mestrado (Universidade Estadual de Feira de Santana- UEFS) em 2015, discutiu a maneira como um *blog* se organiza – enquanto projeto, intento e propósito – sugerindo a importância de analisar blogs, sites, redes sociais, aplicativos com um olhar analítico a partir do seu layout, explorando suas interfaces para obter maior consciência sobre as suas intenções e mensagens, visto que são capazes de interferir no comportamento de uma geração e da sua época. Partindo para uma investigação científica com um viés discursivo ligado ao modo de se comunicar na internet através de um diário eletrônico e da imagem que se produz para ser consumida pelos seus leitores, o *blog* foi estudado a partir do seu caráter *estrutural*, *funcional* e analisado como um *artefato cultural* visto que pode ser “claramente definido como um repositório vivo de significados compartilhados e produzidos por uma comunidade de ideias”⁷.

⁵ BUSINESS. **Confira as tendências do Instagram para esta temporada.** Disponível em: https://business.instagram.com/?locale=pt_BR Acesso em 25 set. 2020.

⁶ Conceito construído pelo filósofo coreano Byung-Chul Han em seu livro *Hiperculturalidade – Cultura e Globalização* (2019) ao tratar dos fenômenos que envolvem a cultura e o hipertexto que aponta que tudo está conectado e atado com tudo, lançando olhares para a tecnologia e as diversas maneiras de interagir e se comunicar atualmente.

⁷ Tradução Livre da autora: “A cultural artefact, to avoid any confusion, can be clearly defined as a living repository of shared meanings produced by a community of ideas.”. SHAH, N. *PlayBlog: Pornography*,

Nesse sentido, como desdobramento da Dissertação de Mestrado, passei a refletir sobre a construção de um conceito de Desenho Tecnológico Interativo do Instagram que, enquanto aplicativo, apresenta características diferentes de um blog. Conectado preferencialmente através de celulares inteligentes e tablets, apesar de ser possível o acesso através de um computador, o *app*⁸ é uma das ferramentas mais utilizadas atualmente. É com essa concentração de pessoas conectadas que a moda vem sendo ressignificada com a produção de fotografias de autoria pessoal de sujeitos que interagem compartilhando suas individualidades, experiências, hábitos, costumes e valores deixando à mostra parte relevante da sua identidade, produzindo uma imagem de moda contemporânea. Portanto, se faz coerente destacar que para SIMMEL (2006, p.9) “tudo o que os seres humanos são e fazem (...) ocorre dentro da sociedade, é por ela determinado e constitui parte da sua vida”. É nesse movimento de usuários que seguem e são seguidos por outros indivíduos no Instagram que se faz pertinente interpretar a criação da imagem de moda, que segundo Sant’Anna (2012, p. 125) “trata de tornar uma ideia de moda (aparência e seus significados) visível ao outro”. Na sociedade hiperconectada, o poder de influência das pessoas está sendo potencializado através da imagem.

Fortalecido nas redes sociais, o Instagram, em março de 2020 superou o Facebook no volume de interações de acordo com a *SocialBakers*⁹ – empresa global com foco no marketing de redes sociais. A plataforma que tem a ação de “curtir” como modo de validar conteúdos que agradam se define como um local para aproximar pessoas de outras pessoas e das coisas que se ama. É neste cenário que a moda encontrou nos últimos anos um terreno sólido para configurar novos modos de se apresentar. Segundo Godart (2010, p.17) “A moda é um fato social total, visto que além de ser simultaneamente artística, econômica, política, sociológica, ela atinge questões de expressão da identidade social”. Logo, a moda se manifesta em diferentes campos de atuação, podendo ser interpretada, dessa maneira, através de diversos olhares. As

performance and cyberspace. Cut-up.com Magazine. Net, Holanda, v. 2.5, setembro de 2005. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S01048333201500010019900032&lng=en>. Acesso em 15 jul. 2015.

⁸ Apelido popularizado do termo “Aplicativo” que é inglês significa *Application*.

⁹ APPS, Redes Sociais. **Instagram supera Facebook em número de interações pela primeira vez.** Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/03/instagram-supera-facebook-em-numero-de-interacoes-pela-primeira-vez.ghml> Acesso em 24 set. 2020.

fotografias e representações criadas pelos sujeitos que de alguma forma se revelam na estética da composição de imagens e postagens no Instagram, divulgam a ideia de uma autonomia visual onde a roupa simbolicamente torna-se indispensável para a construção de um conceito de *estilo*¹⁰.

Nessa perspectiva, o argumento de PIRES (2020, p. 43) em seu texto *Digressões sobre beleza, cidades, corpos e suas modificações* se faz pontual, pois identifica que “recortes da realidade cotidiana, inúmeras imagens fotográficas feitas pelos aparelhos móveis e também por eles postadas nas redes sociais, buscam incessantemente mostrar a beleza que povoa a vida de quem as registra”. Essa construção inclui ambientes, o corpo e a face dos sujeitos, experiências gastronômicas, gostos musicais, referências culturais que lhes servem de inspirações que, ainda sob a luz da autora ao falar sobre a *selfie*, mas aqui sugerido em sentido mais amplo do registro de imagens – “atua como prova “irrefutável” de como o indivíduo se alimenta, dos locais por onde circula, das vestimentas que usa, do corpo/face que possui” (p.43).

A pesquisa a ser desenvolvida pretende conceituar o Desenho Tecnológico Interativo apresentado pelo *Instagram* – uma rede social que se fortalece diariamente na função de organizar grupos de acordo com os seus interesses. Nessa conjuntura, é necessário observar a sua forma e conteúdo de moda, a identidade e o belo contemporâneo a respeito do juízo emitido sobre algo ou alguém como apontam Cidreira e Vieira (2019) no artigo *O prazer do belo: na tela e na aparência* ao reconhecer a influência inegável da imagem no contexto histórico da sociedade contemporânea que está diretamente relacionada à percepção modificando perspectivas de abordagem da realidade capaz de alterar o modo de ser e estar no mundo. A internet vem promovendo nos últimos anos a implantação de novos hábitos, cria novas alternativas de trabalho, comunica e movimenta a informação com um fluxo intenso e incontrolável na maioria das vezes.

O corpo e o cenário postado por aqueles que compartilham conteúdos constantemente nas redes sociais poderão marcar características da moda atual para

¹⁰ “Por derivação, o termo estilo acabou, com o passar do tempo, a significar a maneira particular como cada um exprime seus pensamentos, suas emoções, seus sentimentos, aquilo que caracteriza uma *forma de expressão*, formado por um conjunto de traços identitários que resultam numa unicidade, numa assinatura; ou ainda, qualidade de alguém ou de alguma coisa que apresenta características estéticas originais” (CIDREIRA, 2005, p. 118).

estudos e análises futuras sobre a moda e seus desdobramentos dentro de um universo simbólico - o universo em que sujeitos participam usuários que os seguem sobre momentos e experiências do seu cotidiano e colaboram na contextualização da moda como comportamento e sacração da aparência.

Nesse viés, com base nos estudos sobre Blogs de Moda que iniciei na Monografia para a conclusão do curso de Graduação (UEFS – 2013), nasceu o desejo por explorar com mais afinco o comportamento da moda no ambiente virtual. Ainda 2013, ingressei no Mestrado em Desenho, Cultura e Interatividade (UEFS) e em pesquisa, me pus a entender a maneira como um diário eletrônico se organiza enquanto projeto para comunicar e compartilhar conteúdo de moda. Com observações posteriores e discussões recorrentes em sala de aula como Docente na Universidade Salvador (UNIFACS) no curso de Design de Moda, ministrando por dois semestres a disciplina Moda e Identidade Cultural; e no curso de Publicidade e Propaganda ministrando a disciplina Cultura Digital, passei a entender que as redes sociais não param de se fortalecer e ocupam parte considerável do tempo das pessoas diariamente de modo que passou a ser um hábito natural e cotidiano produzir conteúdo para alimentar os perfis. Esta ação resulta em um impacto sobre as modas que passaram a contar com a criação de imagem e divulgação de produtos – através da marcação dos perfis de Lojas e Marcas no Instagram - em fotos, localização, menção em legendas, comentários ou stories – levando muitas pessoas relativamente comuns a influenciarem aqueles que os seguem e acompanham seus conteúdos.

Ademais, a pesquisa está construindo um estudo acerca da moda na contemporaneidade, ampliando o conceito de desenho e interpretando referências culturais no ambiente digital, destacando a multisssemiose¹¹ na produção de conteúdos com os recursos disponíveis no Instagram: Postagens de Fotografias, Textos, Vídeos no IGTV, Stories, Lives, Reels, Guias, Filtros, entre outros. Esse conjunto resulta em um registro da memória identitária e suas peculiaridades sobre a moda brasileira impactada pelas redes sociais no século XXI.

¹¹ Espécie de integração de diversos recursos semióticos, tais como fotografia, tabelas, vídeos, links, sons, textos verbais, entre outros.

3. Percurso metodológico em busca da resignificação da imagem de moda contemporânea a partir do Instagram

A conduta deste trabalho consiste em alcançar as possibilidades de resignificação da imagem de moda contemporânea na rede social Instagram com um olhar técnico, curioso e criativo. Pesquisas científicas sobre os desdobramentos da interação na internet envolvem atenção quanto ao conteúdo compartilhado online criado a partir de experiências pessoais ou coletivas no off-line. Diante disso, para analisar de forma precisa, esta pesquisa tem como guia a Netnografia na investigação prática no ambiente digital e a Sociologia Compreensiva, que se define primeiramente pela escolha de uma determinada abordagem e preocupa-se em explicar os fenômenos.

Através das considerações de Renata Pitombo Cidreira no livro *Moda numa perspectiva compreensiva* (2014) acerca de teóricos que dão eco para a Sociologia Compreensiva, Georg Simmel (2008), Michel Maffesoli (2010) e Geertz (2008) se mostram imprescindíveis para interpretar neste trabalho pessoas comuns que produzem conteúdo no Instagram e como este conteúdo pode ser observado na interface do aplicativo, atentando para o seu impacto social. Desse modo, Simmel (2014) vê “sociedade em tudo onde os homens se encontram em reciprocidade de ação e constituem uma unidade permanente e passageira”¹².

Está sendo realizado um estudo no Instagram para a definição da mostragem a fim de qualificar levantamento de dados para corroborar no encadeamento de ideias que contribuam na comprovação da tese. Estão sendo investigadas, primeiramente, a diferenciação e as semelhanças nas imagens e no conteúdo produzido pelos perfis escolhidos; empregar o conceito de *tipicalidade* como sugere Maffesoli¹³ quando coloca o pesquisador como parte integrante daquilo que propõe observar no seu objeto de estudo, além de estender o foco para “banalidade cotidiana” nas imersões com um olhar atento para a estética da vida contemporânea ao analisar o *tempo das tribos*, “quer elas sejam sexuais, musicais, religiosas, esportivas, culturais, até mesmo políticas, elas ocupam os espaços públicos” (Maffesoli, 2010, p. 38).

¹² SIMMEL, 1981 apud CIDREIRA, Renata Pitombo. op. cit., 2014, p. 28.

¹³ MAFFESOLI, Michel apud CIDREIRA, Renata Pitombo. *A moda numa perspectiva compreensiva*. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2014. p. 46.

Serão realizadas entrevistas que demonstrem e discutam as identidades e o comportamento dos perfis dos usuários, escolhendo intencionalmente os elementos de mostragem para que sejam analisadas as características de interesse da pesquisa. Barros e Lehfeld (2009, p.76) afirmam que “A observação é uma das técnicas de coleta de dados imprescindível em toda pesquisa científica [...] para adquirir um conhecimento claro e preciso”.

Em seu livro *A interpretação das culturas* (1989, p. 4) Geertz acredita que “o homem é um animal amarrado a teias de significado que ele mesmo teceu, assume a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como ciência experimental em busca de leis, mas como ciência interpretativa, à procura de significado”. Nessa direção, busca-se entender a afirmação das referências culturais presentes no conteúdo dos usuários do Instagram.

Diante desse contexto, cabe ao pesquisador se desvencilhar de juízos de valor, achismos e preconceitos. É no estudo de caso, na coleta de informações sobre casos particulares que se concentra a pesquisa qualitativa em questão, atentando para o comportamento de um determinado grupo e suas relações para tornar-se parte fundamental de uma realidade que poderá ser relevante para o estudo social da Moda no Brasil.

Os procedimentos práticos metodológicos desta pesquisa se baseiam na Netnografia proposta por Robert V. Kozinets em seu livro *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online* (2014) que se organizam por: procedimento de entrada na delimitação do tema a ser observado; formulação da pergunta de pesquisa para preparar o trabalho de campo; identificação do grupo a ser pesquisado e reconhecimento do campo.

Dessa forma, o presente estudo possui um cunho qualitativo de registro e observação, entendendo que somente por meio da avaliação das fotografias e demais conteúdos compartilhados no ambiente virtual faz-se possível compreender os mais diversos aspectos que os constituem. Para tanto, foram definidas cinco etapas a serem desenvolvidas no intuito de construir a investigação.

A primeira etapa consiste na revisão bibliográfica que é o momento inicial onde o pesquisador encontra referências acerca da temática, bem como dos conceitos

selecionados para embasar o trabalho. A segunda etapa consiste na aproximação com o espaço de estudo, estabelecendo uma frequência para acompanhar o Instagram e suas atualizações. É por meio dessa imersão na construção do conceito do Desenho Tecnológico Interativo do Instagram e na atuação dos sujeitos e compartilhamento de conteúdo que busca-se identificar as representações visuais e simbólicas que desenharam o conteúdo de moda na dinâmica da influência digital.

A terceira etapa direciona-se em atentar para as postagens que se referem às imagens produzidas pelos próprios usuários por meio de: *selfies*, fotos no espelho, fotografias utilizando o temporizador de dispositivos móveis e demais registros de autoria pessoal dos indivíduos. Além disso, estão sendo observadas também, imagens ou conteúdos inspiradores que foram produzidos por terceiros: perfis de artistas renomados; perfis de inspiração; perfis de revistas; perfis de grande alcance nas redes; perfis de *digitais influencers*¹⁴; perfis de humor ou perfis motivacionais, por exemplo, repostados no *feed* de pessoas comuns escolhidas como objeto de análise desta pesquisa.

A quarta etapa metodológica - baseada nos aportes teóricos elencados e na análise do registro para qualificar as possibilidades de ressignificação da imagem de moda no Desenho Tecnológico Interativo do Instagram - traz a escolha das postagens a partir das expressões que melhor demonstram os fenômenos que se deseja discutir incluindo a imagem, roupas, acessórios, ambiente, cores, formas, referências culturais, estilo, além das legendas - fragmento textual que acompanha as fotografias ou vídeos. O quinto e último momento consiste em salvar as postagens frequentemente por meio de *print screen*¹⁵, elencando os registros observados de forma a facilitar a análise dos fenômenos e suas aparições a cada novo post, considerando os registros como bases possibilitadoras de uma compreensão e aprofundamento sobre a temática referida passível de triagem para escolher os melhores exemplos ao final da pesquisa com documento de autorização do uso de imagens dos indivíduos escolhidos para fazerem parte deste estudo.

4. Referencial teórico: costurando moda e cultura digital

¹⁴ Produtores de Conteúdo Digital que a partir das suas postagens influenciam seus seguidores e são procurados por marcas para propagandas testemunhais de produtos e serviços.

¹⁵ Trata-se de uma ação comum nos dispositivos móveis e computadores, acionada para fazer captura de imagem da tela com todo o conteúdo exposto no enquadramento do dispositivo ou monitor.

A construção de pensamento nesta investigação tem, até o presente momento, a contribuição dos autores listados a seguir, bem como de outros que complementarão no desenvolvimento da pesquisa, nas discussões, reflexões, análises, nos processos e resultados. O pensamento e os estudos desenvolvidos pelos estudiosos listados embasam o caminho para uma investigação moderna e consistente para os tópicos moda e interação digital que aparecem no centro deste trabalho.

Façanha e Mesquita (2012), em *Styling e criação de imagem de moda*, auxiliam com a explanação detalhada de procedimentos e ferramentas para um estudo sobre criação de imagem de moda com foco em experiências, linguagem e comunicação.

Em seu livro, *Teoria das Mídias Digitais*, Martino (2014, p. 34) aponta que “A convergência cultural acontece na interação entre indivíduos que, ao compartilharem (...) ideias, valores e mensagens, acrescentam suas próprias contribuições a isso, transformando-os e lançando-os de volta nas redes”. Diante disso, o autor destaca as diversas formas de comunicação nas redes sociais, cabendo observar no Instagram a cultura digital nas relações cotidianas.

Byung-Chul Han (2019) em *Hiperculturalidade – Cultura e Globalização* contribui com novos conceitos de Cultura nas conexões digitais onde aqui interessa especialmente as reflexões do filósofo coreano acerca do hiperxtexto, do mundo conectado e na perspectiva de Vilém Flusser¹⁶ reflete sobre o tempo das imagens na sociedade de informação acelerada, fugaz e ao mesmo tempo abundante em relações e possibilidades.

Ribeiro (2015) na dissertação *Desenho Tecnológico Interativo do blog de moda de rua Rio Etc*, colabora para a construção do conceito de Desenho Tecnológico Interativo do Instagram, onde neste primeiro momento, entende que o desenho resulta na organização de uma interface do aplicativo, as ferramentas disponíveis e a seleção de conteúdos produzidos pelos usuários.

¹⁶ Filósofo e Jornalista judeu, naturalizado brasileiro com expressa atuação em estudos no campo da linguagem e da realidade.

Para Reis e Trinchão “[...] o Desenho é imagem e é linguagem, portanto tem intento e propósito”¹⁷. Por esse viés, as autoras contribuem na ampliação do conceito de Desenho que se mostrar capaz de traduzir experiências criativas atentando para a inovação social no modo de interpretar projetos e suas intenções.

FERREIRA e NUNES, no livro *E-usabilidade* trazem um olhar detalhado sobre a interação na usabilidade digital através de um dispositivo e sua interface, atentando para requisitos funcionais, estilos de interface, modelos de projeto e estratégias de usabilidade.

Robert V. Kozinets em seu livro *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online* (2014) possibilita a organização metodológica para um estudo netnográfico, ou seja, forma especial de etnografia que utiliza o computador como fonte de dados ideal para estudar fóruns, blogs e redes sociais, por exemplo.

Pierre Lévy (1999) em *Cibercultura*, auxilia na definição do “virtual” que, por vezes, pode remeter a ideia de que se trata de algo inexistente ou intangível. No entanto, sabe-se que na prática muito do que acontece no meio virtual pode influenciar diretamente no modo de ser e se relacionar dos indivíduos, do campo afetivo ao profissional.

Cidreira (2013) em *As Formas da Moda: comportamento, estilo e artisticidade* amplia as discussões sobre moda a partir da sociologia compreensiva buscando interpretar a moda como fenômeno cultural, discutindo ainda as aparências como expressão nas relações de identificação.

Cidreira (2014) em seu livro *A Moda numa perspectiva compreensiva*, de acordo com a concepção da Sociologia Compreensiva, auxilia no estudo sociológico de autores (Simmel, Goffman, Geertz e Maffesoli) voltados para a abordagem compreensiva no estudo da moda como fenômeno social.

Riezu (2011) em *Coolhunters: caçadores de tendências na moda* contribui ao trazer um olhar sobre o comportamento dos indivíduos que se tornam objetos de pesquisa para entender quem dita as tendências e onde elas nascem, sendo o trabalho do

¹⁷ REIS, Lysie e TRINCHÃO, Gláucia Maria. *A história contada a partir do Desenho*. IN: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ENGENHARIA GRÁFICA NAS ARTES E NO DESENHO, 2º, Feira de Santana, 1998, p. 131.

coolhunter observar essas manifestações cotidianas para apresentá-las para grandes empresas.

Godart (2010) em *Sociologia da Moda* enxerga a moda como um fato social total que enquanto comportamento aceita que a sua existência prática movimenta a sociedade, cria imagens e fomenta novas discussões através da movimentação dos sujeitos que dela se apropriam subsidiadas, aqui, pela tecnologia.

Em seu livro *Filosofia da Moda e outros escritos* (2008), Simmel, que abre os caminhos neste estudo compreensivo, confirma o vínculo inegável entre moda e identidade contribuindo na interação do indivíduo na sociedade, no modo que se vê e na maneira como é visto.

Para Svendsen, em seu livro *Moda: uma filosofia* (2010) “a moda não diz respeito apenas à diferenciação de classes, [...] ela está relacionada à expressão de nossa individualidade”¹⁸. Para isso, o pensador norueguês segue afirmando que “o vestuário é parte do indivíduo, não algo externo à identidade pessoal”¹⁹.

Vale destacar que em seu ensaio sobre o gosto, de 1755, Montesquieu sustenta que “em algumas pessoas ou coisas há por vezes um encanto invisível, uma graça natural indefinida que somos forçados a designar com a expressão *não sei o quê*” (p. 51).

Desta forma, a pesquisa em desenvolvimento, constitui-se numa oportunidade de compreender, na análise dos registros, o Desenho Tecnológico Interativo do Instagram ao lado de uma reflexão sobre moda, identidade e o belo contemporâneo na influência digital promovendo um olhar imagético e esquemático sobre o Instagram, explorando sua interface para obter maior consciência sobre as suas intenções e mensagens, uma vez que são capazes de interferir no comportamento de uma geração e da sua época.

5. Considerações Finais

A internet - que a todo instante dinamiza representações e se mostra como porta de entrada permanente para novos desenhos, projetos, intentos, propósitos, desígnios e planejamentos com a intenção de comunicar - sugere uma combinação de imagens

¹⁸ SVENDSEN, Lars. op. cit., p. 20.

¹⁹ Idem.

visuais que ajuda o ser humano a explorar diferentes áreas do conhecimento. Nesse sentido, é preciso reconhecer que trata-se de um sistema organizado, o qual denomino *Desenho Tecnológico Interativo* ao observar que as redes sociais são um repositório vivo do comportamento humano. Nesse conceito, a plataforma Instagram, por se tratar de uma ferramenta bastante conhecida no ambiente digital, comporta com facilidade, uma produção incessante de conteúdos dos usuários.

Nessa direção, as contribuições teóricas da Sociologia Compreensiva são basilares para este estudo Interdisciplinar, pois é no social que conseguimos desvendar fenômenos, observá-los e entender como eles se constituem. Aliado a isso, reconheço o desenho como um ponto de partida para originar novas formas de pensar a sociedade, além de também funcionar como um agente gerador de interpretações plurais.

Tudo o que é publicado no Instagram ou em qualquer outra rede social - independente da sua ação esquemática de abordagem - é resultado das intenções e desejos daqueles que o produzem, conseqüentemente, sempre haverá lacunas, ausências ou observações particulares, pois cada usuário imprime no conteúdo que produz, a sua própria visão de mundo - fundamentada pelas suas próprias experiências.

A moda vem sendo discutida pela sociedade cada vez mais de maneira densa, problematizada e compreendida como um tema que demanda reflexões complexas, dissolvendo afirmações acerca da sua frivolidade enquanto objeto de estudo. Em vista disso, as redes sociais são referenciais pulsantes para encontrar novos desenhos que sustentam na criação da imagem de moda o seu propósito.

Referências

- BARROS, A. J. P.; LEHFELD, N. A. S. *Projeto de Pesquisa: propostas metodológicas*. 18. ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2009).
- BYUNG-CHUL HAN. *Hiperculturalidade: cultura e globalização*. Tradução de Gabriel Salvi Philipson. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. *A moda numa perspectiva compreensiva*. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2014.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. *O belo e o feio*. In: III Ebecult, 2012, Cachoeira. Anais do III Ebecult, 2012.

CIDREIRA, Renata Pitombo e VIEIRA, Gina Rocha Reis. *O Belo Contemporâneo: Corpo, moda e arte*. Organização Renata Pitombo Cidreira. – Aracaju: J. Andrade, 2019.

CIDREIRA, Renata Pitombo. *As Formas da Moda: comportamento, estilo e artisticidade*. – São Paulo: Annablume, 2013, p. 22.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GODART, F. *Sociologia da Moda*. Tradução de Lea P. Zylberlicht. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed.34, 1999.

KOZINETS, Robert. V. *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso, 2014.

MAFFESOLI, Michel. *Saturação*. Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras: Itáu Cultural, 2010.

MARTINO, Luís Maurício Sá. *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MONTESQUIEU, Charles de Secondat, Baron de. *O gosto*. Trad. Teixeira Coelho. São Paulo: Iluminuras, 2005.

REIS, Lysie e TRINCHÃO, Gláucia Maria. *A história contada a partir do Desenho*. IN: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ENGENHARIA GRÁFICA NAS ARTES E NO DESENHO, 2º, Feira de Santana, 1998, p. 131.

RIBEIRO, Helena Gabrielle Souza. *Desenho Tecnológico Interativo do blog de moda de rua Rio Etc*. Dissertação (mestrado). Universidade estadual de Feira de Santana, Programa de Pós-graduação em Desenho, Cultura e Interatividade, 2015.

RIEZU, Marta Domínguez. *Coolhunters: caçadores de tendências na moda*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

SANT'ANNA, P. *O desafio da criação de imagem de moda em um mundo global*. In: FAÇANHA, A.; MESQUITA, C. (Orgs.) *Styling e criação de imagem de moda*. São Paulo: Senac São Paulo, 2012.

SIMMEL, Georg. *Esthétique sociologique*. Tradução de Lambert Barthélémy, Michel Colomb, Philippe Marty e Florence Thérond. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'homme – Les presses de l'université la Val, 2007.

SIMMEL, Georg. *Filosofia da Moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

PIRES, Beatriz Feirreira. *O Belo Contemporâneo: Corpo, moda e arte*. Organização Renata Pitombo Cidreira. – Aracaju: J. Andrade, 2019.