

# **ESTADO DA ARTE DAS PESQUISAS SOBRE COMUNICAÇÃO DIGITAL NA MODA DE 2015 A 2019**

**XIII Encontro de Pesquisa e Pós-Graduação**

Marina Pereira Rios, Silvia Helena Belmino Freitas

O artigo aqui apresentado analisa a produção discente sobre o tema comunicação digital nas marcas de moda entre os anos de 2015 a 2019, especificamente das pertencentes aos sistemas fast fashion e slow fashion no Brasil. O objetivo principal foi identificar a distribuição desses trabalhos na produção científica brasileira, apontando alguns padrões e tendências. Os dados utilizados foram levantados explorando os trabalhos disponíveis no motor de pesquisa Google Acadêmico; na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD); no Banco de Teses e Dissertações e na base de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), nos anais do Colóquio de Moda e dos congressos nacionais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Os resultados indicam a interdisciplinaridade desse tema que envolve o estudo dos vários processos que ocorrem dentro da indústria da moda, desde a área de criação até as áreas de engenharia e direito, como pudemos perceber através das pesquisas. Por outro lado, o que também conseguimos captar foi a existência de poucos estudos que fazem essa comparação entre o fast fashion e o slow fashion abordando as ações sustentáveis nos dois segmentos, sendo mais tratado apenas no slow fashion que é um sistema que já nasce com esse propósito aliado à sustentabilidade. As ações de sustentabilidade vindas do sistema fast fashion estão em fase de construção, sendo assim, é um tema mais atual e ainda pouco explorado aqui no Brasil pela comunidade acadêmica. Este é, inclusive, o objetivo da pesquisa que pretendemos desenvolver a nível de mestrado. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES)– Código de Financiamento 001

Palavras-chave: MODA. FAST FASHION. COMUNICAÇÃO DIGITAL. SLOW FASHION.