

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM BIBLIOTECONOMIA

FRANCISCA CARINE FARIAS COSTA

**ESTUDO BIBLIOMETRICO ATRAVÉS DE ANÁLISE DE CITAÇÕES DA
PRODUÇÃO CIENTÍFICA PUBLICADA EM PERIÓDICOS DA ÁREA DE MODA
EM 2017 E 2018: Moda Palavra: e-periódico e dObra[s]**

TERESINA, PI
2018

FRANCISCA CARINE FARIAS COSTA

**ESTUDO BIBLIOMETRICO ATRAVÉS DE ANÁLISE DE CITAÇÕES DA
PRODUÇÃO CIENTÍFICA PUBLICADA EM PERIÓDICOS DA ÁREA DE MODA
EM 2017 E 2018: Moda Palavra: e-periódico e dObra[s]**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Biblioteconomia da Universidade Estadual do Piauí, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof^a. Esp. Patrícia Gómez de Matos.

TERESINA, PI
2018

FICHA CATALOGRÁFICA

C837e Costa, Francisca Carine Farias.

Estudo bibliométrico através de análise de citações da produção científica publicada em periódicos da área de moda em 2017 e 2018: Moda Palavra: e-periódico e dObra[s] / Francisca Carine Farias Costa. – Teresina, 2018.
50f.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Estadual do Piauí, Curso de Bacharelado em Biblioteconomia, Teresina, 2018.

Orientador (a): Prof. Esp. Patrícia Gomez de Matos.

1. Bibliometria - análise de citações. 2. Curso de Moda. 3. Desenvolvimento de coleções. I. Título.

CDD - 025

FRANCISCA CARINE FARIAS COSTA

**ESTUDO BIBLIOMETRICO ATRAVÉS DE ANÁLISE DE CITAÇÕES DA
PRODUÇÃO CIENTÍFICA PUBLICADA EM PERIÓDICOS DA ÁREA DE MODA
EM 2017 E 2018: Moda Palavra: e-periódico e dObra[s]**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Biblioteconomia da Universidade Estadual do Piauí, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Biblioteconomia.

Aprovado em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Esp. Patrícia Gómez de Matos (Orientadora)
Universidade Estadual do Piauí

Prof.^o Esp. Francisco Renato Sampaio Silva (Examinador)
Universidade Estadual do Piauí

Bibliotecária Ms. Eliana Candeira Valois (Examinadora)
Justiça Federal do Piauí

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me dar saúde, coragem, sabedoria e força para enfrentar os obstáculos!

Aos meus pais, Maria Rosismar Farias Costa e Miguel Arcanjo Costa, por toda a educação recebida, bem como por todo apoio, sacrifício e trabalho despendidos para que eu sempre tivesse acesso às boas oportunidades e por me motivarem a dar o meu melhor, minha dívida com vocês é eterna!

Aos meus irmãos, Cássio e Carol, por fazerem desta caminhada mais leve!

Aos meus familiares, que constantemente me deram suporte e vibraram com as minhas conquistas, por mais simples que fossem!

À minha professora e orientadora, especialista Patrícia Gómez de Matos, a quem tenho a mais profunda gratidão e admiração pelo apoio e aprendizados ao longo do curso, além de toda paciência durante a preparação e execução do presente trabalho!

Ao Colégio Sagrado Corações de Jesus, pela educação e pelos ensinamentos que me fizeram ser quem sou hoje. Além de ter me trazidos amigos maravilhosos, com quem posso contar, e que sempre estarão no meu coração!

Aos meus amigos e colegas de turma, que dividiram comigo rotinas, provas, trabalhos, alegrias e tristezas. Em especial, Ana Paula, Jucyara, Breno, Clara e Solange!

Agradeço a todos os professores da Universidade Estadual do Piauí, por essa jornada de quatro anos de curso. Carregarei para sempre o carinho pela instituição e todos os ensinamentos profissionais e pessoais!

Aos meus companheiros de trabalho do estágio do Centro de Ensino e Aperfeiçoamento Funcional do Ministério Público do Estado do Piauí e da UNINOVAFAPI, pela paciência e pelos ensinamentos!

Por fim, agradeço a todos que, de alguma forma, colaboraram com o meu crescimento pessoal e profissional, pelo apoio e incentivo!

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo conhecer a produção científica na área de moda. Foi realizada uma análise bibliométrica de dois periódicos nacionais consolidados na área de moda, Moda Palavra: e-periódico e dObra[s], nos anos de 2017 e 2018. O tipo de pesquisa foi bibliográfica para a fundamentação teórica, e utilizou-se como método pra coleta de dados a análise de citações, possibilitando a caracterização da área. Caracteriza-se a pesquisa como quali-quantitativa. Obtiveram-se resultados tais como: Gilles Lipovetsky como autor mais citado; predominância de autoria individual (70%); nível alto de titulação dos autores onde 48% possuem título de doutor; grande concentração de autores na região sul do país (45%), sendo mais expressivamente em São Paulo. O tema mais frequente nos artigos foi o design; a idade-média das citações é de menos de 14 anos; a obsolescência é de aproximadamente de 11 anos; o tipo de documento mais citado foi livro e/ou capítulo de livro nacional; o periódico científico mais citado foi ModaPalavra e-periódico; e, o idioma mais utilizado o português (65%). Foi concluído que a bibliometria, através dos estudos de citação, se constitui em importante indicador da atividade científica, auxilia o desenvolvimento de coleções e gestão de serviços para as bibliotecas que possuem o curso, e, finalmente auxiliam na organização e sistematização de informações científicas e tecnológicas.

PALAVRAS-CHAVE: Bibliometria. Análise de Citações. Curso de Moda. Desenvolvimento de Coleções. Gestão da Informação.

RESUMEN

Esta investigación pretendía conocer la producción científica en la zona de la moda. Fue realizado un análisis bibliométrico de dos revistas nacionales consolidadas en el área de la moda, Moda Word: E-periódica y DObra [s], en los años 2017 y 2018. El tipo de investigación fue bibliográfico para la fundamentación teórica, y se utilizó como método para la recolección de datos el análisis de citas, permitiendo la caracterización del sector. La investigación se caracteriza como cuali-cuantitativa. Se obtuvieron resultados como: Gilles Lipovetsky como el autor más citado; Predominancia de la autoría individual (70%); alto nivel de titulación de autores donde 48% tienen un doctorado; gran concentración de autores en la región sul del país (45%), siendo más expresivamente en São Paulo. El tema más frecuente en los artículos fue el diseño; la edad media de las citas es inferior a 14 años; la obsolescencia es de aproximadamente 11 años; el tipo más citado de documento fue el libro y/o capítulo nacional del libro; el periódico científico más citado fue Moda palavra e-periódico; y, el idioma más comúnmente utilizado fue el portugués (65%). Se concluyó que la bibliometría, mediante estudios de citación, es un Indicador importante de la actividad científica, ayuda el desarrollo de colecciones y gestión de servicios para las bibliotecas que tienen el curso, y finalmente auxilian la organización y sistematización de la información científica y tecnológica.

Palabras clave: Bibliometria. Análisis de Citas. Curso de Moda. Desarrollo de Colecciones. Gestión de la información.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1 - Grupos de pesquisa existentes em moda.....	16
QUADRO 2 - Periódicos utilizados na análise	26
GRÁFICO 1 - Autores mais citados	27
GRÁFICO 2 - Tipologia dos autores	29
GRÁFICO 3 - Titulação dos autores	30
GRÁFICO 4 - Regiões do Brasil	31
GRÁFICO 5 - Temas mais abordados	32
GRÁFICO 6 - Tipos de documentos citados	34
GRÁFICO 7 - Periódicos mas utilizados	35
GRÁFICO 8 - Língua	37

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEPEM	Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
CEFET/MG	Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais
CNPQ	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CUML	Centro Universitário Moura Lacerda
EBBC	Encontro Brasileiro de Bibliometria e Cientometria
FURB	Universidade Regional de Blumenau
IFPI	Instituto Federal do Piauí
IFRJ	Instituto Federal do Rio de Janeiro
IFSC	Instituto Federal de Santa Catarina
UAM	Universidade Anhembi-Morumbi
UDESC	Universidade do Estado de Santa Catarina
UEL	Universidade Estadual de Londrina
UFAM	Universidade Federal do Amazonas
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFRPE	Universidade Federal Rural de Pernambuco
UNIFRA	Universidade Franciscana
UNIP	Universidade Paulista
USP	Universidade de São Paulo
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 HISTÓRIA DA MODA.....	12
2.1 SURGIMENTO DO ENSINO SUPERIOR NO BRASIL	14
3 O PERIÓDICO CIENTÍFICO NO DESENVOLVIMENTO DA CIÊNCIA	17
3.1 O PERIÓDICO CIENTÍFICO E SUA CONTRIBUIÇÃO NO MUNDO DA MODA	19
4 ESTUDO BIBLIOMÉTRICO COMO MEIO DE PESQUISA	22
4.1 ANÁLISE DE CITAÇÕES	24
5 CARACTERIZAÇÃO DOS PERIÓDICOS CIENTÍFICOS NA ÁREA DA MODA ..	26
5.1 OS AUTORES DA ÁREA E SUA CARACTERIZAÇÃO	27
5.2 A REPRESENTAÇÃO TEMÁTICA E RELEVÂNCIA.....	31
5.3 CARACTERIZAÇÃO DO TIPO DE DOCUMENTO	32
6 CONCLUSÕES.....	38
REFERÊNCIAS.....	40
APÊNDICE.....	44

1 INTRODUÇÃO

A escolha da área de moda para realização desta pesquisa é decorrente do fato da moda, apesar de ser considerada uma atividade prática, da qual pouco se houve falar de produção científica e da qual pouco conhecemos ao seu respeito, reflete questões científicas e culturais. Por refletir a opinião cultural, histórica e social, e ainda auxiliar na comunicação, a moda está intimamente ligada a sociedade. Recebe influência de todas as partes do mundo e com o desenvolvimento e transformações sociais, acaba mudando também.

A moda pode ser identificada não só nas roupas, que é como a vemos constantemente, mas também nos acessórios, nos calçados, na linguagem, no mobiliário, nos produtos, nos gostos e nas ideias.

Entretanto, é a roupa que recebe uma notoriedade maior pela sociedade. Isso porque quando vemos uma pessoa pela primeira vez, antes de tudo formamos sua imagem visual, baseada na aparência, como se veste e como se comporta, influenciando na primeira impressão que construímos sobre ela. As roupas, calçados e acessórios que usamos dizem quem somos ou quem queremos ser, pois conseguem transmitir a personalidade, status social e cultura. Ou seja, serve como identidade visual e por isso é uma área muito importante. Além disso, através da moda se consegue determinar época, idade, ambiente de trabalho, país de origem e até mesmo gosto musical.

Os periódicos escolhidos serão os que já estão estabelecidos na área. E será utilizado a técnica de análise de citação, porque de acordo com Vanz e Caregnato (2003), os estudos de citações possibilitam mensurar as fontes de informação utilizadas, como o tipo de documento, o idioma e os periódicos mais citados e ainda saber como se dá a comunicação científica, obtendo-se, assim, um mapa da área de conhecimento.

Esta pesquisa tem como público-alvo os acadêmicos e profissionais da área de moda e de biblioteconomia, e quem tiver interesse por esta área do conhecimento. Visa servir como fonte de informação da área, ao identificar os principais registros bibliográficos. Pretendesse com o estudo em questão contribuir para a melhoria da comunicação científica entre os acadêmicos e profissionais de moda e auxiliar no desenvolvimento de coleções e gestão de serviços para as bibliotecas que possuem o curso.

Temos como objetivo do trabalho conhecer a produção científica na área de moda, através da análise bibliométrica de dois periódicos consolidados. Destacando como objetivos específicos levantar dados históricos sobre o surgimento da moda; identificar a importância do

periódico científico para a comunidade acadêmica; e elencar e caracterizar os autores da área e os documentos que utilizam, através de análise de citações:-

Estaremos trabalhando no desenvolvimento da pesquisa com as seguintes hipóteses: os registros científicos sobre a moda não são recentes, uma vez que na literatura na época do Romantismo no Brasil, por volta de 1836, já havia indicações de sua existência; a área da moda muda constantemente e por isso é importante ter acesso a pesquisas recentes, sendo o meio mais apropriado o periódico científico pois é o meio que as disponibiliza de forma mais rápida; e a área da moda possui inúmeros temas e variadas fontes de informação que podem ser identificadas através da análise bibliométrica da produção científica dos periódicos.

Este trabalho pode ser classificado como pesquisa básica, pois visa à produção de conhecimento sobre as fontes de informação na área de moda. Segundo Gerhard e Silveira (2009, p.34) “objetiva gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da Ciência, sem aplicação prática prevista.”.

Quanto a abordagem ela é quali-quantitativa, pois será utilizado as citações para coletar dados que irão determinar as fontes de informação da área, isto é, será feito uma codificação que de acordo com Marconi e Lakatos (2003) consiste numa técnica para categorizar os dados que se relacionam, transformando-os em símbolos, podendo ser tabulados e contados, ou seja, corresponde a transformação do que é qualitativo em quantitativo.

Em relação aos objetivos propostos é descritivo e exploratório, já que “são estudos exploratórios que têm por objetivo descrever completamente determinado fenômeno.” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 188).

Quanto aos procedimentos será uma pesquisa bibliográfica para a fundamentação teórica. E o método pra coleta de dados será a análise de citações, uma vez que será através das citações que se pretende levantar os autores mais citados; os que mais produzem e suas titulações; e principais temas relevantes nas produções acadêmica de moda. Segundo Vanz e Caregnato (2003) os estudos de citações possibilitam mensurar as fontes de informação utilizadas, como o tipo de documento, o idioma e os periódicos mais citados e ainda saber como se dá a comunicação científica, obtendo-se, assim, um mapa da área de conhecimento.

Os principais autores que serão trabalhados na parte de história da moda são: Daniela Calanca, Gilles Lipovetsky e Denise Pollinni, enquanto que na parte do ensino superior em moda, os principais são Dorotéia Baduy Pires e Orestes Trevisol Neto. Na seção de periódicos científicos serão abordados principalmente Anthur Meadows; Maria Creuza Ferreira da Silva; Bezerra de Miranda e Maria de Nazaré Freitas Pereira, já na parte dos periódicos de moda, serão Grazyella Crisstina Oliveira de Aguiar e Maria Eduarda Araujo Guimarães. E por fim, para

falar da história bibliometria e da importância da análise de citações foram utilizados Yves Gingras; Vânia Guedes e Suzana Borschiver; José Mauro Gouveia de Medeiros e Maria Albeti Vieira Vitoriano; e Carlos Alberto Araújo.

O trabalho será apresentado em quatro partes. No primeiro momento estaremos trabalhando histórico e conceitos da moda dentro de seu contexto social e econômico, levando o estudo até a apresentação do primeiro curso superior no Brasil.

A seguir estaremos verificando quais as contribuições dos periódicos científicos e sua importância para a comunidade acadêmica; elucidando, também, como se dá sua contribuição científica na área da moda.

Como complemento ao estudo estaremos esclarecendo de que forma os estudos bibliométricos auxiliam na caracterização de um campo do conhecimento, destacando a aplicabilidade da análise de citações. Estas serão as ferramentas utilizadas para a realização desta pesquisa.

A pesquisa trará a continuação os resultados encontrados a partir da análise de citações dos artigos dos periódicos científicos selecionados, definindo quais os principais autores da área e sua caracterização. Apresentaremos também análise das temáticas mais abordadas nos artigos e sua relevância para área da moda.

Finalmente, com base nos resultados encontrados, estaremos apresentando conclusões e a caracterização dos artigos publicados na área em estudo.

2 HISTÓRIA DA MODA

A moda está relacionada com o comportamento e os costumes da sociedade daquela época. Volli (1988, p. 50 apud CALANCA, 2011, p.11) definiu moda como “o fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente válido e tornado quase obrigatório”, com coletiva e quase obrigatória, ele quis dizer que todos seguem as tendências e cíclica pois pode ser repetida anos ou décadas depois.

A moda é um tipo de comunicação que não usa palavras e se propaga de maneira sutil e isso é corroborado por Calefato (1999, p.7 apud CALANCA, 2011, p. 13), que afirmou ser “um meio de comunicação de massa que reproduz e se difunde à sua maneira e que, ao mesmo tempo, entra em relação com outros sistemas de *mass media*, principalmente com o jornalismo especializado, a fotografia, o cinema, o marketing, a publicidade.”

Ao contrário do que se pensa, ela não é um fenômeno que existiu desde sempre. Lipovetsky (2009, p.24), afirma que:

Durante dezenas de milênios, a vida coletiva se desenvolveu sem culto das fantasias e das novidades, sem a instabilidade e a temporalidade efêmera da moral, o que certamente não quer dizer sem mudança, nem criatividade ou gosto pelas realidades de exterior.

Segundo Pollini (2007), a moda surgiu na Europa, entre o final da Idade Média (séc. XIV) e início do Renascimento, por volta de 1350 d.C. Antes do seu surgimento, a tradição tinha muita força e impedia a confusão das qualidades e a usurpação dos privilégios de vestuários: cada classe usava os trajes que lhes eram próprios, ou seja, os plebeus não poderiam vestir-se como nobres, nem exibir os mesmos tecidos, acessórios e jóias (LIPOVETSKY, 2009).

Ainda de acordo com Lipovetsky (2009) durante os séculos XIII e XIV, quando surgiu a burguesia com sua fortuna a partir do desenvolvimento do comércio e dos bancos essa tradição começou a mudar, pois passaram a ter um padrão de vida alto e luxuoso e com isso, o desejo de vestir-se tal qual um nobre e foi durante esse período que se multiplicaram as leis suntuárias¹ na Itália, França e Espanha com a finalidade de impedir o “esbanjamento”.

No entanto, os conflitos só progrediram na passagem do séc. XVI ao XVII, pois até a pequena burguesia estava utilizando tecidos, roupas, rendas e bordados usados pela nobreza e nem as multas e ameaças pararam a nobreza e a burguesia de exibir sua riqueza e elementos do vestuário aristocrático e com isso de acordo com o decreto da Convenção, em 1793, foi

¹ Leis que regulam os hábitos de consumo, para que sejam adequados às hierarquias da sociedade, limitando a mobilidade social.

declarado o princípio democrático da liberdade de vestuário, legalizando uma realidade que existia há mais de dois séculos (LIPOVETSKY, 2009).

Em vista disso, Lipovetsky (2009, p.46) afirma que:

[...] a moda permitiu dissolver a ordem imutável da aparência tradicional e as distinções intangíveis entre os grupos, favoreceu audácias e transgressões diversas não apenas na nobreza mas também na burguesia. A moda deve ser pensada como instrumento da igualdade de condições; ela alterou o princípio da desigualdade de vestuário, minou os comportamentos e os valores tradicionalistas em benefício da sede das novidades e do direito implícito à “bela aparência” e às frivolidades.

A moda não virou esse instrumento de mudança de repente, ela foi respaldada pelo contexto em que a sociedade vivia. De acordo com Lipovetsky (2009) essa revolução só foi possível por causa da ascensão econômica da burguesia e o crescimento do Estado Moderno que deram realidade e legitimidade aos desejos de promoção social das classes. Pollini (2007), acrescenta também: a separação da razão da fé, pois passou-se a valorizar a racionalidade gerando o desenvolvimento da tecnologia; a prosperidade e o desenvolvimento tecnológico que geraram a ideia de realização pessoal; e o individualismo, principal motivo para o desenvolvimento da sociedade moderna.

A imitação das classes inferiores continuou influenciando, pois de acordo com Pollini (2007), essa valorização das novidades e mudanças gera uma competição social, ocasionada pela imitação das classes inferiores na busca de ascensão social, em contrapartida as classes superiores buscam, ainda mais, se diferenciar das inferiores. Assim, a moda floresce, pois nasce um novo “Eu” em que as pessoas querem mostrar seu modo de ser e pensar através de vestimentas e ornamentos novos, deixando de lado a questão utilitária da roupa, e se preocupando mais com aspectos ornamentais e estéticos (POLLINI, 2007).

Conforme Lipovetsky (2009), a moda se desenvolve da metade do século XV à metade do século XIX, onde o ritmo precipitado das frivolidades e o reino das fantasias instalaram-se de maneira sistemática e durável. “Pode-se dizer que existe moda quando o amor pelo novo se torna um princípio constante, um hábito, uma exigência cultural” (CALANCA, 2011, p. 12).

Em virtude da busca pelo novo surge o curso que segundo Campos e Rech (2010) vai estudar as necessidades e carências dos indivíduos, pois funcionam como ferramenta para entender como essas necessidades são socialmente construídas de forma diferente em cada sociedade e transformam-se em decorrência do tempo.

2.1 SURGIMENTO DO ENSINO SUPERIOR NO BRASIL

No Brasil, é recente o estudo da moda, pois de acordo com Aguiar (2015, p. 5) “não era vista como uma área para ser estudada em cursos regulares e menos ainda, no ensino superior.”, essa resistência se deve porque,

até a década de 80, quem se interessasse pelo tema teria que aprender sozinho, ser autodidata, aprender com familiares que costuravam, artesãos, aprender tirando moldes de revistas, comprando roupas em grandes cidades onde a novidade costumava chegar mais rápido e copiar a peça, fazendo o molde a partir dela (AGUIAR, 2015, p. 5).

Nessa época, o brasileiro que desejasse estudar moda, teria que viajar para o exterior e foram Rui Spohr, em 1952, e José Gayegos, em 1971, os primeiros a frequentarem cursos de design de moda em Paris (PIRES, 2002). Ainda segundo Pires (2002) a pessoa que deu o primeiro passo para a criação do ensino superior na área foi Eugenie Jeanne Villien, que criou o curso e lecionou a disciplina de Desenho de Moda, na Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo, no curso superior de Desenho e Artes plásticas e mais tarde auxiliou na implantação do ensino superior em moda no Brasil.

Mas, foi durante a década de 80 que surgiu o primeiro curso, diante da crise econômico do setor têxtil e de confecções originada pela abertura do mercado, que passou a receber roupas de toda parte do mundo e precisava de pessoal qualificado para suprir a demanda do mercado (TREVISTOL NETO, 2015). Segundo Pires (2002) antes só existia curso de nível técnico, promovido pelo Senai-Cetiqt no Rio de Janeiro em 1984, e curso de extensão, oferecido pela Universidade Federal de Minas Gerais em 1984, ambos sobre ensino da criação de moda.

Foram nos principais polos do setor têxtil da época que surgiram os primeiros cursos profissionalizantes:

as capitais dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, com a iniciativa do próprio setor e o apoio de algumas instituições de ensino, inauguraram os primeiros cursos profissionalizantes para o ensino da criação de moda no Brasil. Depois, em 1988, na cidade de São Paulo, surgiu o primeiro curso superior de moda do Brasil. A ideia era formar um profissional bem-informado e de sólida formação, pronto a qualificar a produção brasileira de moda e abrir espaço para novas ideias (PIRES, 2002, p.2).

Conforme Konopka e Merten (2016), entre os cursos mais tradicionais que se estabeleceram a partir da década de 1990 foram: Universidade Anhembi-Morumbi (UAM), em 1990; Universidade Paulista (UNIP), em 1991; Senac – Moda, em 1999; e Belas Artes, em 2002. De acordo com Aguiar (2015), em sua pesquisa realizada a partir dos cursos cadastrados no site do Ministério da Educação, e-MEC, em 2014, foi observado que no Brasil foram criados

174 cursos na área sendo um dos países com maior número de cursos de moda no mundo. Hoje em dia, a quantidade é de 262 cursos, sendo 192 deles denominados design de moda, os outros variam entre design; moda; moda, design e estilismo; moda e design; negócios de moda; e têxtil e moda.

Aguiar (2015) observou também que a maioria dos cursos superiores de moda, são denominados de Design enquadrando-se na área do Design Industrial, e isso se dá ao fato do Ministério da Educação não reconhecer a moda como um campo do conhecimento e do saber, sendo necessário ter uma área maior que lhe assegurasse e lhe desse bases mais sólidas.

Entretanto, segundo Trevisol Neto (2017), uma área se legitima quando possui, entre outras coisas: associação de pesquisas; eventos científicos; grupos de pesquisa; e periódicos científicos, pois através deles vai mostrar a importância da área para outros campos do conhecimento “a união de todos esses fatores abriu horizontes para a diluição de fronteiras entre áreas do conhecimento no rumo da conscientização interdisciplinar.” (MOURA, 2013, p. 26)

De acordo com Trevisol Neto (2015), a associação de pesquisas, foi o primeiro passo para a consolidação da área, com a criação da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (ABEPEM) que foi fundada em 2009 e é responsável pela organização de grande parte dos eventos do campo, como: Colóquio de Moda (anual), Congresso de Iniciação Científica (anual), Fórum de Escolas de Moda (anual), Congresso Internacional de Moda e Design (bienal) e Seminário Internacional de Estudos e Pesquisa em Moda (anual, direcionados até então nas temáticas de consumo e figurino). Além desses promovidos pela ABEPEM, existe também o Encontro Nacional de Pesquisa em Moda (anual) e o Congresso Científico Têxtil e de Moda (anual). A existência desses eventos, seminários, congressos e conferências são fundamentais pois,

criam um espaço de encontro e discussão das questões do campo e contribui com a institucionalização cognitiva na medida em que definem eixos temáticos e grupos de trabalho que são em tese norteadores da produção científica da área (TREVISTOL NETO, 2015, p. 141).

No caso dos grupos de pesquisa, podem ajudar na qualificação dos docentes atuantes, e podem resultar na implantação de cursos de pós-graduação *stricto sensu* na instituição (MOURA, 2013). No site do CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), podem ser encontrados 32 grupos que possuem no nome a palavra moda e que foram atualizados há pelo menos 12 meses, desses os que possuem número de doutores igual ou superior a dois foram 24, os quais possuem temáticas variadas, tais como: comunicação; consumo; cultura; design; gestão; história; vestuário; sustentabilidade; tecnologia; dentre outros, como podemos ver a seguir, no QUADRO 1.

QUADRO 1 - Grupos de pesquisa existentes em moda

GRUPO DE PESQUISA	UNIVERSIDADE	DOUTORES
PLURAL - Moda e Vestuário	UFRPE	16
Moda na Cadeia Têxtil	USP	14
História da Arte e Cultura de Moda	UFRGS	10
Design de Moda e Tecnologia	UDESC	9
Design, Gestão e Tecnologias em Têxtil e Moda	USP	9
História e Cultura de Moda	UFJF	9
Moda: teorias e processos criativos	UFMG	9
Design de Moda	UEL	7
Grupo de Estudos de Consumo de Moda (G-COMO)	UFPE	6
Moda, Artes, Ensino e Sociedade	UDESC	6
Moda, Comunicação e Cultura	UNIP	6
Sustentabilidade e Economia Criativa: estudo do setor têxtil-confeccionista e de moda	IFRJ	5
CISMO - Cultura, Inovação, Sustentabilidade e Moda	FURB	4
Design e Corpo: abordagens projetuais na arte e moda	UAM	4
Núcleo de Pesquisa em Vestuário e Moda - NUPEVEM	CEFET/MG	4
Interfaces da Moda: saberes e discursos	UFJF	3
Linguagens, mídia e moda (MIMO)	UFAM	3
Reflexões e projetos em design de moda	UTFPR	3
Cultura de Moda, Criação e Comunicação	UNIFRA	2
GITTEXMOD-SUL - Gestão, Inovação e Tecnologia em Empresas Têxteis e de Moda do Extremo Sul Catarinense	IFSC	2
História da Arte, da Cultura e da Moda	CUML	2
Núcleo de Estudos e Pesquisas em Têxtil, Vestuário e Moda	IFPI	2

Fonte: Elaborado pela autora com base no Diretório de grupos de pesquisa no Brasil, no site do CNPQ.

Por último e não menos importante: o periódico científico, que será trabalho com mais detalhes na próxima seção, que tem como uma de suas funções a delimitação das fronteiras entre as áreas (TREVISTOL NETO, 2015). Este campo possui 2 revistas consolidadas: Moda Palavra: e-periódico; e dObra[s]. As duas estão cadastradas no portal CAPES na área 29, que corresponde as áreas de Arquitetura, Urbanismo e Design, a primeira possui qualis B5, e a segunda possui qualis C na versão eletrônica e B5 na impressa.

3 O PERIÓDICO CIENTÍFICO NO DESENVOLVIMENTO DA CIÊNCIA

A revista científica também conhecida como periódico científico, surgiu para suprir a necessidade de comunicação formal com rapidez, já que o livro demora muito para ser editado e produzido. A publicação periódica possibilita ainda o acompanhamento dos acontecimentos científicos, que surgem numa determinada área, de forma continuada e atualizada. Segundo Ferreira (2010, p. 8),

São publicados de maneira continuada, sem previsão de término. As edições são numeradas normalmente por volume, número e ano ou estação e ano, entre outras formas de apresentação. Em cada edição há textos selecionados pelos editores conforme a temática do número e após passarem pelo processo editorial.

Este recurso representa um importante meio de comunicação científica que de acordo com Meadows (1999) constitui uma forma de reivindicar a legitimação da pesquisa através da transmissão, por meio de canais formais e informais, dos resultados aos pares para permitir-lhes que a avaliem e a aceitem. Sendo o periódico científico esse meio de transmissão e validação do conhecimento, ele tem uma grande importância para a comunidade acadêmica, pois garante autoridade na área, como afirmou Targino (2006, p.10),

é a comunicação científica que favorece ao produto (produção científica) e aos produtores (pesquisadores) a necessária visibilidade e possível credibilidade no meio social em que produto e produtores se inserem.

De acordo com Silva (2010, p. 21), as principais funções do periódico científico são “o registro da produção intelectual e a transmissão do saber entre os pares, papel de grande relevância para o crescimento e desenvolvimento da ciência, além de servir de instrumento para avaliação da produção científica de pesquisadores e instituições.”, ou seja, a produção científica tem o periódico como um importante veículo para disseminar e registrar os resultados de pesquisa e permite o reconhecimento de autores e instituições. Assegura também qualidade ao artigo através do sistema de revisão por pares, e garante o reconhecimento e prestígio não só aos autores e instituições, mas também aos editores e aos avaliadores favorecendo a definição e a legitimação de novos campos do conhecimento (BARBOSA et al., 2013).

Conforme Miranda e Pereira (1996) uma outra função, que foi dita na seção anterior, é a de definir e legitimar novas disciplinas e campos de estudos, consistindo em um legítimo espaço para institucionalização do conhecimento e avanço de suas fronteiras e tem também a

finalidade de conferir prioridade da descoberta científica, constituindo não só como fator de motivação para o cientista, mas também de registro da descoberta.

O periódico impresso passou por momentos restritivos para sua publicação ocasionados pela escassez de recursos financeiros, dificultando sua recuperação e comercialização, dando espaço aos periódicos eletrônicos que passam a ser oferecidos como alternativa. Como vantagens o periódico eletrônico oferece: a disponibilização em rede; a gratuidade (a maioria deles); a divulgação veloz e num espaço ilimitado; o baixo custo no que se refere à produção, além de beneficiar o contato entre leitores e autores por meio de e-mail (BARBOSA et al., 2013). Ele também acelera a disponibilidade de resultados de pesquisas ao ultrapassar barreiras geográficas, reduzindo ainda o tempo para realização da comunicação científica. Segundo Gonçalves (2006), a inserção dos computadores na década de 60 trouxe o desenvolvimento da disseminação de informações online, bem como a criação de periódicos eletrônicos e as bases de dados de textos completos.

Conforme Silva (2010) a era da informática promoveu mudanças na área da informação, envolvendo autores, editores, bibliotecários e usuários, pois a informação passou a desempenhar um papel relevante na sociedade, com a necessidade de respostas cada vez mais rápidas e eficientes. A explosão bibliográfica, faz surgir também a necessidade da criação de periódicos secundários (de alerta e de resumo) para ajudar na recuperação (MIRANDA; PEREIRA, 1996). Posteriormente, com o surgimento de sites, bases de dados e sistemas de informação, a busca e recuperação se realiza com acesso integral disponibilizando texto completo.

Outra transformação acontece na comunicação científica com o *Open ACESS* como facilitador deste processo de divulgação do conhecimento. O uso de softwares e mecanismos de busca fizeram do periódico científico eletrônico “o maior responsável pelo aumento na visibilidade e acesso à literatura científica produzida mundialmente” (SILVA, 2010, p. 20). Por ser o suporte de maior difusão do conhecimento científico, ele garante:

A visibilidade da produção científica de um país, de uma universidade, de uma área temática, de um grupo de pesquisa e de um pesquisador individual está relacionada diretamente com a visibilidade dos periódicos onde são publicados os resultados das suas pesquisas. Quanto mais visíveis forem os periódicos, mais visível será a produção científica neles publicada. (PACKER; MENECHINI, 2006, p.237).

Todas estas funções são de grande relevância para o crescimento e desenvolvimento da ciência. Entretanto, para seu cumprimento é necessário que os periódicos se estabeleçam e se consolidem, e para isso, é fundamental a presença de uma comunidade científica e o fomento

das suas atividades de pesquisa (MIRANDA; PEREIRA, 1996). Não é suficiente para o desenvolvimento da ciência contar com veículos de comunicação científica rápidos e eficientes. O crescimento científico é a resposta a questões e problemas sociais, onde surge todo um arcabouço paralelo para geração de novos conhecimentos e respostas científicas. Isto também acontece no mundo da moda como apresentaremos a seguir.

3.1 O PERIÓDICO CIENTÍFICO E SUA CONTRIBUIÇÃO NO MUNDO DA MODA

O curso de moda como já visto, ainda é muito recente, o que pode ser explicado tendo como motivo o fato da moda não possuir tanta visibilidade na área acadêmica e científica. Somado a isso, muitos pensam ser uma área mais técnica “os cursos de moda no país estão procurando caminhos para legitimar a área.” (AGUIAR, 2015, p. 6).

Guimarães (2015, p. 8) atentou para a quantidade de revistas científicas que tratam do tema que “não são muito numerosas, não apenas no Brasil, mas considerando os principais centros de pesquisa do mundo.”. Ainda conforme Guimarães (2015) uma das mais antigas revistas científicas de moda foi a *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture* publicada desde 1997 com versões impressa e online e não é gratuita.

A quantidade de revistas da área vem aumentando nos dias de hoje, porém, como dito anteriormente, em decorrência dos cursos existentes em sua maioria serem denominados de Design de Moda, as revistas apresentam temáticas variadas relacionadas ao design, incluindo temas como: interiores, industrial, produto, moda e tecnologia. Consequentemente, as revistas estão cadastradas no portal CAPES na área 29, que corresponde as áreas de Arquitetura, Urbanismo e Design. Os periódicos que abordam temas apenas sobre moda e suas áreas afins - têxtil, identidade, estilos de vida, comunicação, mídia, corpo - continuam sendo poucas.

Até o ano da pesquisa de Guimarães (2015), existiam apenas 3 revistas de moda consolidadas no Brasil, sendo elas: *Moda Palavra*: e-periódico; *Iara*: Revista de Moda, Cultura e Arte; e *dObra[s]*. A primeira foi a revista *dObra[s]* que surgiu em 2007, no entanto, não é apenas acadêmica, e até a data era apenas divulgada no formato impresso. Em 2008, surgem a *Moda Palavra* e *Iara*, sendo esta criada pelo Centro Universitário Senac de São Paulo e aquela pelo Centro de Artes (Ceart) da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). As duas são de livre acesso e disponibilizam seus artigos completos no formato PDF. A revista *Iara*, porém, não publica desde 2016.

As revistas estão indexadas em várias bases de dados: a revista *dObras* está em 8, são elas PKP index, Dialnet, Google acadêmico, Latindex, Sumários.org, REDIB, Diadorim e LivRe; já a *Moda Palavra* pertence a 12: Orcid, Doi, REDIB, DOAJ, Capes, Redalyc, PKP index, Google acadêmico, Latindex, LivRe e Signatory of Dora; e a revista *IARA* está apenas em 5: Latindex, LivRe, Road, Sumários.org e Diadorim.

A moda está ligada a cultura, envolvendo produtos e comportamentos, mas apenas de forma passageira, pois segundo Sousa et al (2015), quando os fenômenos de moda se integram a sociedade de forma permanente passando a fazer parte da tradição, deixam de ser fenômeno de Moda. O entendimento dessas mudanças é muito importante para a qualificação dos profissionais da área, uma vez que as tendências “funcionam como um espelho do futuro da contemporaneidade e é a moda que estimula que os indivíduos, ou sujeitos-moda, utilizem a aparência como local de investimento e constituição do eu social” (CAMPOS; RECH, 2010, p.1).

Em vista disso, seus campos de estudo e as vantagens que trazem para os profissionais são:

1. O primeiro abriga os estudos de previsão de tendências, inclusive, visando atender aos interesses em inovação de diversas empresas que, entre outras motivações, buscam renovar suas linhas de produtos ou serviços, antecipando-se no atendimento de demandas futuras diante da concorrência.
2. O outro abriga estudos sobre o percurso de desenvolvimento e alastramento de tendências, também, visando atender diferentes interessados no seu ciclo de vida, desde quando emergem como moda, até o período de eliminação ou assimilação das tendências pela cultura vigente no contexto social. (SOUSA et al., 2015, p.15).

Além disso, Sousa et al. (2015) destacam que seu estudo se caracteriza por estudos multidisciplinares e interdisciplinares. Assim, sua parte científica é parcialmente composta por teorias, recortes teóricos ou conceitos de outras áreas, que são pesquisados e organizados de maneira sistemática, para explicar os fenômenos relacionados com Moda ou orientar suas práticas. Horn, Ribeiro e Gavião (2015, p. 16-17) perceberam isto nos artigos de periódicos de design de moda entre 2007 e junho de 2013, os quais possuíam como principais categorias temáticas:

História da Moda, História da Moda no Brasil, Moda e Comportamento, Moda e Sociedade, Filosofia da Moda, Moda e Arte, Moda e Cultura, Moda e Literatura, Moda e Artesanato, Semiótica na Moda, Relação corpo e moda, Consumo de moda, Moda e Comunicação, Marketing de Moda, Mercado de Moda, Indústria da Moda, Ensino de Moda, Projeto de Moda, Terminologias de Moda, Ergonomia na Moda, Moda e design de superfície, Moda e Sustentabilidade, Calçados, Análise de artefatos de Moda, Epistemologia do

Design de Moda, Moda e Tecnologia, Acessórios de Moda, Moda e Criatividade e Moda e Fetichismo.

A constatação de que as principais temáticas dos artigos de periódicos de moda são relacionadas com Filosofia, Psicologia, Sociologia, Economia, Comunicação, Administração, Design, e Ergonomia, e outros – corroboram os dados já obtidos com os grupos de pesquisa - apresentando a necessidade da moda desenvolver seu potencial tecnológico (SOUSA et al., 2015). Configura-se então o andamento do setor em direção a definições próprias, onde ainda passa por adequações necessárias que o caracterizem como setor autônomo com características bem definidas para sedimentar seu próprio arcabouço teórico.

4 ESTUDO BIBLIOMÉTRICO COMO MEIO DE PESQUISA

A bibliometria é uma área da Ciência da Informação, que se fundamenta no uso de técnicas quantitativas para medir a produção científica, para Gingras (2016, p.17), constitui-se em “método de pesquisa que consiste em utilizar as publicações científicas e suas citações como indicadores da produção científica e de seus usos.”.

Segundo Guedes e Borschiver (2005) o termo statistical bibliography, hoje Bibliometria, foi usado pela primeira vez em 1922 por E. Wyndham Hulme. Entretanto, o termo foi ignorado durante 22 (vinte e dois) anos, até ser usado novamente por Gosnell, em 1944, em um artigo sobre obsolescência da literatura. Sem o reconhecimento de seu uso prévio, houve ainda um intervalo de cerca de 20 (vinte) anos, quando em 1962, o termo statistical bibliography foi mencionado pela terceira vez por L. M. Raisig, em um estudo sobre análise de citações, intitulado Statistical bibliography in health sciences. Ainda conforme as autoras, “existia um consenso entre autores dedicados ao assunto, de que o termo statistical bibliography não era de todo satisfatório, o que se verificava inclusive pelo seu escasso emprego na literatura.” (GUEDES; BORSCHIVER, 2005, p.2).

Segundo Gingras (2016), esta área surgiu em 1920 com um estudo publicado por Alfredo Lotka sobre a distribuição da produtividade científica dos pesquisadores. Mas foi nos anos entre 1920 e 1930 que recebeu impulso, quando começou a se desenvolver a gestão de coleções de revistas das bibliotecas e se fez necessário a seleção das revistas a serem assinadas pelas universidades. De acordo com Araújo (2006, p.13), “a bibliometria desde sua origem é marcada por uma dupla preocupação: a análise da produção científica e a busca de benefícios práticos imediatos para bibliotecas (desenvolvimento de coleções, gestão de serviços bibliotecários)”. Os estudos bibliométricos apresentam-se em alguns momentos como método de pesquisa para analisar o comportamento e desenvolvimento da ciência, mas destacam-se também como ferramentas auxiliares na administração de Unidades de Informação, quando permitem identificar comportamentos de usuários e auxiliar na seleção e aquisição de coleções do acervo.

A bibliometria possui três leis básicas: Lei de Bradford, (produtividade de periódicos), Lei de Lotka (produtividade científica de autores) e Leis de Zipf (frequência de palavras) (GUEDES; BORSCHIVER, 2005). A produtividade de periódicos de Bradford auxilia o estudo da produção científica de uma área do conhecimento, permitindo assim a identificação de títulos mais significativos e representativos da área, servindo de orientação na aquisição ou

assinatura de periódicos. Lotka, estudando a produtividade científica de autores, contribui no mapeamento tanto de cientistas e sua influência no campo de atuação, como na localização de instituições de pesquisa dedicadas a um determinado assunto; e finalmente com a frequência de palavras de Zipt, deu-se início aos trabalhos de indexação automática da literatura científica.

Medeiros e Vitoriano (2015) observaram que os primeiros trabalhos no Brasil surgiram na década de 1970, passando por um momento de quase esquecimento na década de 1980, e que foi retomado nos anos 1990, ratificado no século XXI pela realização do Encontro Brasileiro de Bibliometria e Cientometria (EBBC) e pelo aumento de artigos científicos, teses e dissertações sobre o tema.

Ainda segundo os autores a consolidação da Bibliometria, no Brasil, pode ser evidenciada pelo crescente número de pesquisas que utilizam seus recursos e técnicas para obtenção de resultados que revelem indicadores de produtividade científica, e que esta consolidação foi alcançada, pela presença do tema em eventos nacionais da Ciência da Informação e de evento específico que congrega pesquisadores da área.

Rostirolla (2014) destaca que esta área é uma importante ferramenta de gestão da informação registrada e que pesquisadores das diferentes áreas do conhecimento podem utilizá-la. É o que está acontecendo, pois

a difusão destes estudos bibliométricos contribuiu para que diversas áreas do saber se apropriassem das técnicas e resultados para analisar alguns aspectos próprios, popularizando, assim, sua adoção enquanto método (MEDEIROS; VITORIANO, 2015, p. 494).

De acordo com Silva e Bianchi (2001) para mensurar as atividades científicas são utilizados indicadores, que a partir deles podemos verificar tanto a evolução das descobertas quanto a importância da produção científica, são eles: indicadores quantitativos da atividade científica refletida no número de publicações e os indicadores de impacto.

Neste trabalho será utilizado o estudo de citações, que contribui para entender a estrutura e o desenvolvimento da ciência e também para identificar as regularidades básicas de seu funcionamento (VANZ; CAREGNATO, 2003).

Após o uso dos indicadores e da realização da análise bibliométrica, conseguimos: identificar tendências e o crescimento do conhecimento em uma área; prever a produtividade e identificar a influência de autores individuais, organizações ou países; medir o surgimento de novos temas; analisar os processos de citação e co-citação, além de outros temas (GIUSTI et al., 2011 apud MEDEIROS; VITORIANO, 2015).

4.1 ANÁLISE DE CITAÇÕES

A Análise de Citação é feita a partir das citações dos trabalhos científicos ou acadêmicos em conjunto com sua referência, onde considera-se citação como a “menção no texto de uma informação extraída de outra fonte” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2002, p. 1). Para Noronha e Ferreira (2003), as citações são importantes para identificar os pesquisadores cujos conceitos, métodos ou teorias serviram de inspiração ou foram utilizados pelo autor no desenvolvimento de seu próprio trabalho, estabelecendo-se assim um processo de referência e citação.

A principal função da Análise de Citação é descobrir a visibilidade de um autor e de seu documento. Silva e Bianchi (2001) afirmam que identificar quantas citações um documento ou um autor recebeu pode ser indicativo de quão influente ou quão impactante é ou foi um pesquisador ou determinado conteúdo na comunidade científica da área. Entretanto, a citação não é relevante apenas para o reconhecimento intelectual, é também um indicador válido de influência de um determinado trabalho sobre outro(s), indicando as conexões intelectuais (GUEDES; BORSCHIVER, 2005).

A análise de citação pode ser definida como “a parte da bibliometria que investiga as relações entre os documentos citantes e os documentos citados considerados como unidades de análise no todo ou em suas diversas partes: autor, título, origem geográfica, ano e idioma de publicação, etc.” (FORESTI, 1989, p. 3). Além disso, a partir deste método é possível mapear uma determinada área do conhecimento, descobrir como se dá a comunicação científica nela e revelar teorias e metodologias consolidadas (VANZ; CAREGNATO, 2003). Em síntese, as citações:

[...] contribuem para o desenvolvimento da ciência, provêm o necessário reconhecimento de um cientista por seus colegas, estabelecem os direitos de propriedade e prioridade da contribuição científica de um autor, constituem importantes fontes de informação, ajudam a julgar os hábitos de uso da informação e mostram a literatura que é indispensável para o trabalho dos cientistas (FORESTI, 1989, p. 2).

Podemos ver isso mais claramente em trabalho realizado por Guedes e Borschiver (2005), o qual relacionam quais as Leis e Princípios e suas respectivas aplicações, com base nas citações:

- Colégios invisíveis: identifica a elite de pesquisadores em determinada área do conhecimento é a principal aplicação deste tipo de estudo bibliométrico;

- Fator de imediatismo ou de impacto: estima o grau de relevância de artigos, cientistas e periódicos científicos;
- Acoplamento bibliográfico e co-citação: estima o grau de ligação entre dois ou mais artigos;
- Obsolescência da literatura e vida-média: estima o declínio da literatura científica;
- Vida média: estimar a vida-média de uma unidade da literatura;
- Lei do elitismo: estima o tamanho da elite de determinada população de autores;
- Teoria epidêmica de Goffman: estima a razão de crescimento e declínio de determinada área do conhecimento;
- Frente de Pesquisa: identifica um padrão de relação múltipla entre autores que se citam.

Segundo Vanz e Caregnato (2003) ao mensurar fontes de informação utilizadas, tipo de documento, idioma e periódicos mais citados e utiliza-las como indicadores é possível saber como se dá a comunicação científica de uma área do conhecimento, obtendo-se, assim, um “mapeamento” da mesma, descobrindo teorias e metodologias consolidadas. Segundo Araújo (2006, p.18-19) é a partir das citações que podemos coletar:

autores mais citados, autores mais produtivos, elite de pesquisa, frente de pesquisa, fator de impacto dos autores, procedência geográfica e/ou institucional dos autores mais influentes em um determinado campo de pesquisa; tipo de documento mais utilizado, idade média da literatura utilizada, obsolescência da literatura, procedência geográfica e/ou institucional da bibliografia utilizada; periódicos mais citados, “core” de periódicos que compõem um campo.

Como observação crítica podemos ressaltar que o fato de um autor ser muitas vezes citado não necessariamente o caracteriza como melhor ou mais qualificado na área. A expressão quantitativa auxilia na identificação de padrões e parâmetros que permitem a realização de uma análise indicadora nos resultados. Esta análise se estende à análise dos outros parâmetros estudados nos estudos de citações, tais como idade, língua, tipo de documento, etc., não invalidando porem o método como ferramenta de pesquisa. Em vista disso, utilizaremos este método para elencar e caracterizar os autores da área com base nas revistas de moda selecionadas.

5 CARACTERIZAÇÃO DOS PERIÓDICOS CIENTÍFICOS NA ÁREA DA MODA

Duas revistas de moda foram selecionadas para realização do trabalho e se caracterizam por já estarem consolidadas na área, são elas: Moda Palavra: e-periódico e dObra[s]. As duas possuem formato eletrônico e foram objeto da pesquisa para analisar os artigos publicados nos anos de 2017 e 2018 de cada uma, correspondendo e seguindo a ordem do QUADRO 2. Foram excluídos da análise artigos de entrevista e de resenha, resultando em 73 artigos analisados, os quais foram numerados e listados (Apêndice 1).

QUADRO 2 - Periódicos utilizados na análise

PERIÓDICO	VOLUME	NÚMERO	ANO
Moda Palavra: e-periódico	v. 11	n. 22	2018
Moda Palavra: e-periódico	v. 11	n. 21	2018
dObra[s]	v.11	n. 23	2018
Moda Palavra: e-periódico	v.10	n. 20	2017
dObra[s]	v.10	n.22	2017
Moda Palavra: e-periódico	v.10	n.19	2017
dObra[s]	v.10	n.21	2017

Fonte: Autora, 2018.

A coleta dos dados foi efetivada com a contagem sistemática e organizada de informações extraídas dos próprios artigos publicados. Foram anotados termos de indexação - palavras-chave dos resumos, titulação e instituições de origem dos autores e informações tais como autores, língua, títulos de periódicos, datas e tipos de documentos consultados das citações. Os dados coletados foram registrados em planilhas do Excel, já preparadas para realização dos procedimentos e formulas necessárias, através das quais foi possível a totalização e definição quantitativa dos índices passíveis de estudo, de acordo com o método bibliométrico escolhido: análise de citações.

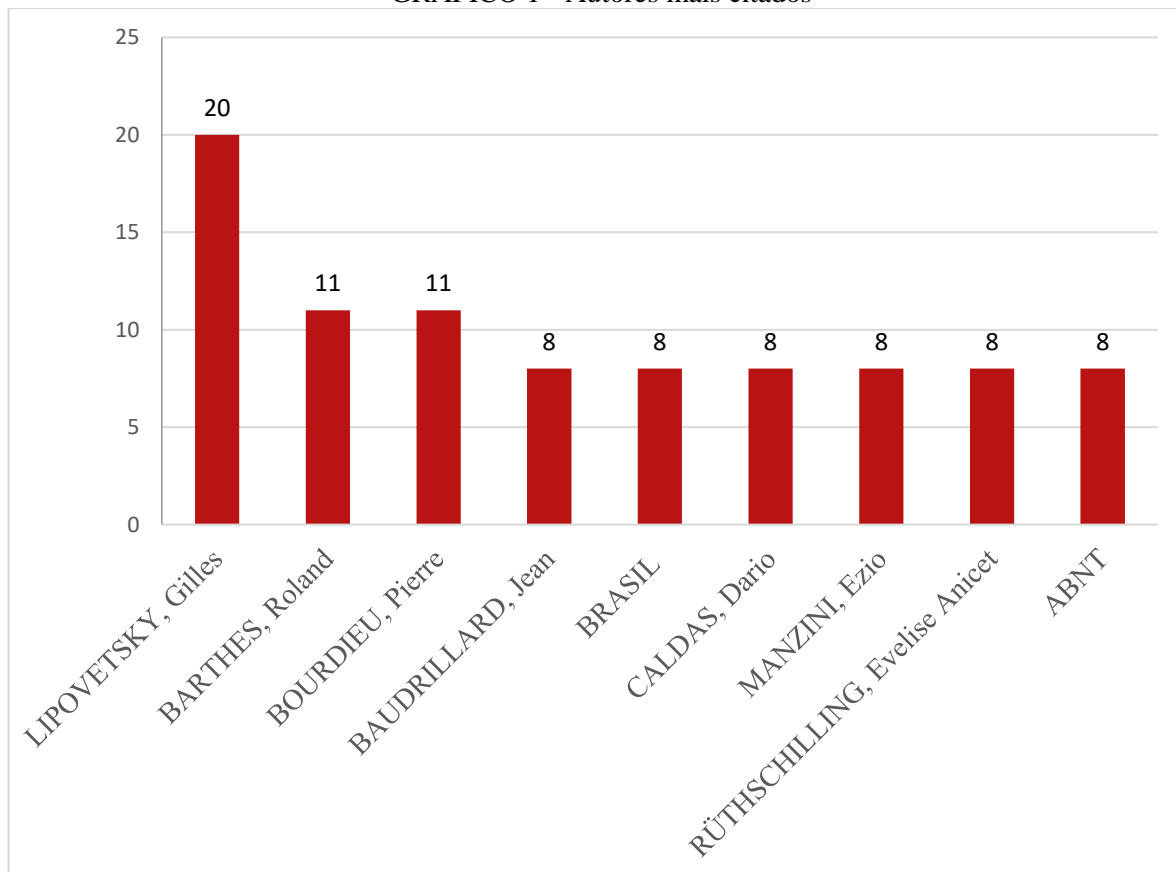
A partir dos dados obtidos na análise dos 73 artigos e suas citações podemos caracterizar a idade das citações; a obsolescência da área; quais tipos de documentos mais foram utilizados; língua; autores mais citados; tipo de autoria; periódicos mais utilizados; a titulação dos autores e a região a qual pertencem; e os assuntos mais publicados.

5.1 OS AUTORES DA ÁREA E SUA CARACTERIZAÇÃO

Nos estudos sobre produção científica e acadêmica se destaca como um dos elementos principais o mapeamento sobre autoria. Mudanças decorrentes das novas formas de comunicação da própria ciência fizeram ficar em destaque o conhecimento de quem está escrevendo e sobre o que está escrevendo. Investiga-se ainda sobre as instituições de pesquisa e onde se localizam, como consequência de interesses no direcionamento de verbas para financiamento. Nesta subseção serão trabalhados os autores que mais foram citados e o tipo de autoria; com relação aos autores dos artigos levantaram-se dados sobre: quais se repetiram; sua titulação; e a região a qual pertencem.

Com a coleta de dados foi possível a realização de um mapeamento sobre os autores mais citados, permitindo com isto dar início a uma identificação de lideranças na produção científica na área da moda. Destacamos que os resultados são um espelho sobre uma época específica, produção relativa a publicações entre 2017 e 2018, e que foram publicados em dois periódicos escolhidos pelo seu destaque na área.

GRÁFICO 1 - Autores mais citados



Fonte: Autora, 2018.

Começaremos com os autores mais citados da área, no qual foram contabilizados 1482 autores. Como podemos ver no GRAF. 1, o primeiro lugar pertence a Gilles Lipovetsky, com um total de 20 citações. O autor francês é sociólogo e filósofo, seus livros mais citados fazem uma relação entre moda e história, cultura, consumo, identidade, entre outros temas. Podemos afirmar que Lipovetsky é um autor de destaque na área e provavelmente indispensável sua aquisição nas bibliotecas de instituições que trabalham com moda.

Com uma diferença de 11 citações, no segundo lugar, ficam Roland Barthes e Pierre Bourdieu. Roland Barthes escreveu sobre cultura de massa e cultura superior; semiologia; e história da indumentária e do vestuário, entre outros temas. O segundo, sociólogo francês, seguiu a mesma linha de pesquisa de Lipovetsky.

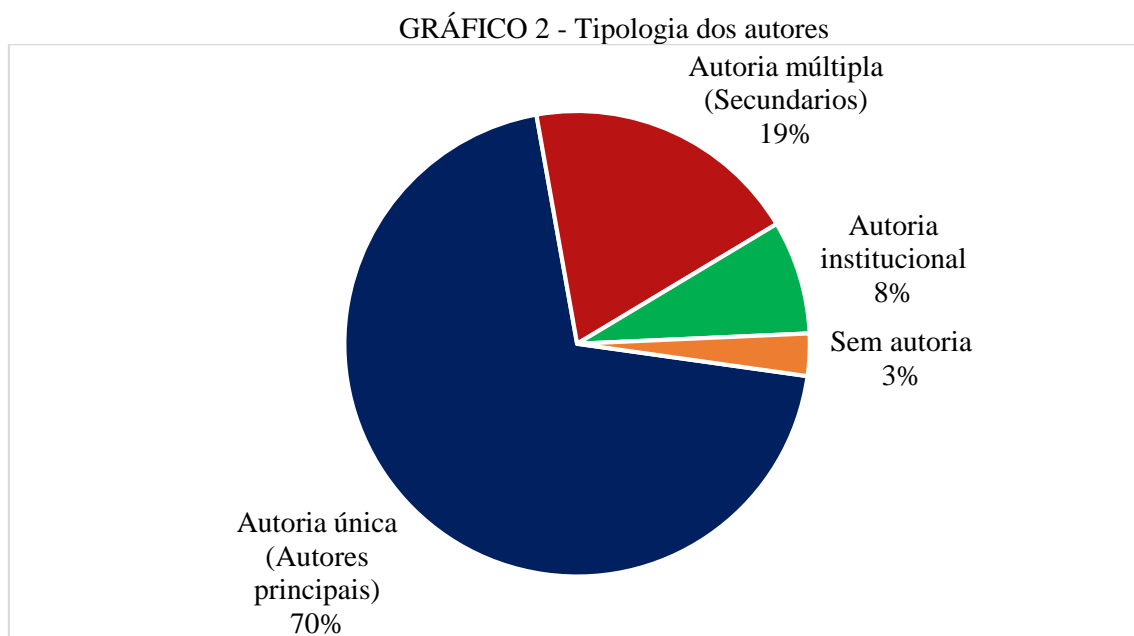
Em terceiro lugar, ficaram os autores Jean Baudrillard, Brasil, Dario Caldas, Ezio Manzini, Evelise Anicet Rüthschilling e ABNT. O primeiro foi um sociólogo e filósofo francês que produziu sobre como a mídia influencia na sociedade, na cultura e no consumo, isso tudo gera um reflexo na moda. Dario Caldas, sociólogo e mestre em comunicações, tem como base de suas pesquisas a moda e tendências de comportamento e consumo. Ezio Manzini é formado em design e suas produções são relacionadas a esta área e sustentabilidade e inovação social. E por último, Evelise Anicet Rüthschilling, também formada em design, produz sobre design de superfície e moda sustentável.

Apesar de aparecerem como mais produtivos Brasil e ABNT serão desprezados na análise porque não se caracterizam como autores da área. As 8 citações de Brasil correspondem a leis relacionadas a acessibilidade, atendimento preferencial a idosos e deficientes e seus estatutos, entre outras; e as 8 da ABNT, representam as normas ligadas a medidas e dimensões dos tipos de vestuário.

Atentamos que entre os autores que mais produzem se destacam os que são ligados a sociologia e/ou a filosofia, por motivo de a moda ser um fenômeno social ligado a costumes e hábitos e suas teorias viriam a orientar a prática. Enquanto que os outros dois últimos são ligados ao design e isso se deve a maioria dos cursos de moda, serem denominados de design de moda.

Neste primeiro elemento da pesquisa, já podemos verificar como a análise de citações é uma ferramenta valiosa para a identificação de uma determinada área do conhecimento. O destaque de alguns autores e seus temas de interesse já apresentam uma visão sobre o tema da pesquisa.

Caracteriza-se a produção científica também pela identificação de parcerias no momento da publicação. Os dados sobre tipologia da autoria são apresentados no GRÁF. 2, onde se verifica em destaque a maioria da produção individual: 70% (1170); mais de um autor: 19% (321); autoria institucional 8% (132); e sem autoria 3% (49).



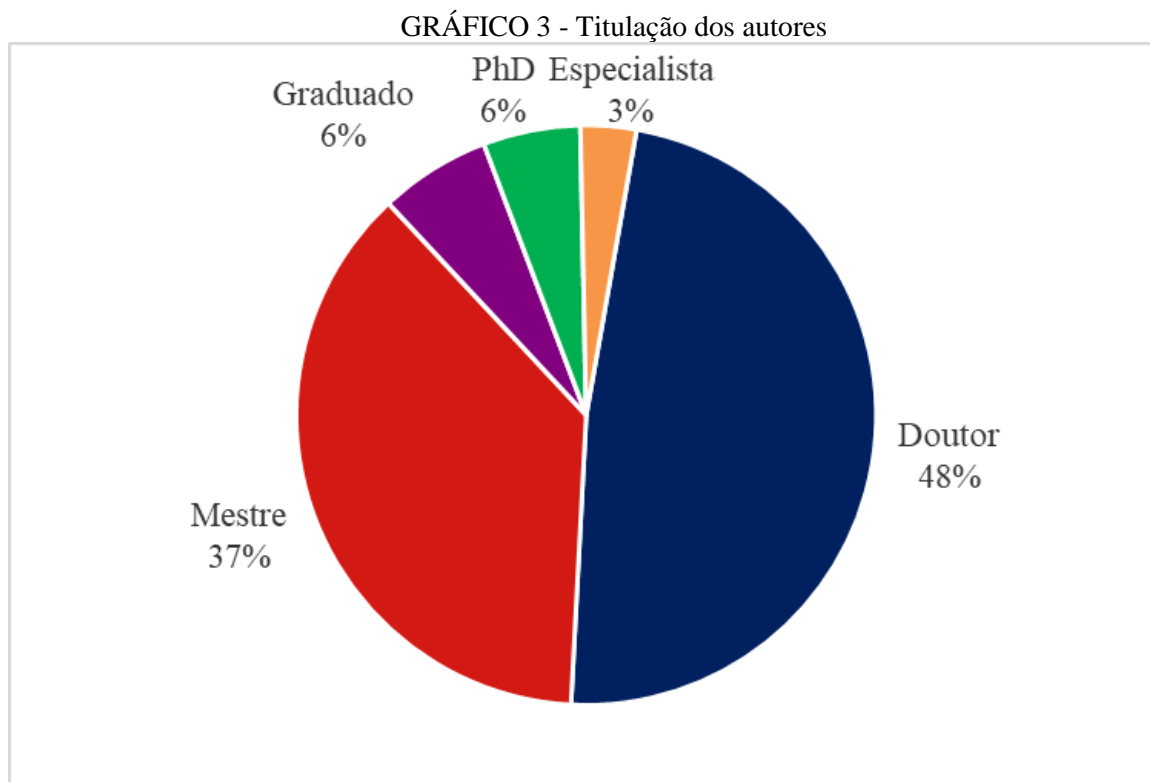
Fonte: Autora, 2018.

Quanto a autoria dos artigos, foram contabilizados 129 autores, destes apenas 9 publicaram 2 vezes, sendo eles: Maria Alice Vasconcelos Rocha, PhD em fashion design nos Estados Unidos; Luis Carlos Paschoarelli, PhD em ergonomia; os doutores em engenharia de produção Eugenio Andrés Díaz Merino, Gisele Schmidt Alves Díaz Merino e Luiz Salomão Ribas Gomez; Alberto Cipiniuk doutor em Filosofia e Letras; Mônica de Queiroz Fernandes Araújo Neder, doutora em Ciências da Arquitetura; e as mestres em design Laura Pedri Pereira e Thaissa Schneider. Observa-se que são poucos os autores que pertencem realmente à área, servindo desde já como identificação de um padrão de comportamento sobre a produção científica relativa à moda, onde podemos indicar a influência recebida por diferentes áreas e a grande interdisciplinaridade no setor.

A pesquisa apresentou resultados também sobre a titulação dos autores, e a partir desses dados foi elaborado o GRÁF. 3. Os resultados obtidos ajudam a caracterizar também a autoria dos trabalhos. A maioria dos autores dos artigos são doutores: 48% (n=62); surge em segundo lugar mestres com 37% (n=48); graduados 6% (n=8); PhD 6% (n=7); e especialistas 3% (n=4).

Destaca-se claramente que a área de moda está representada por autores com alto nível de formação. Noventa e um por cento (91%) dos autores tem uma titulação acima da graduação.

Somente seis por cento (6%) dos autores encontram-se no nível de graduação. A comunidade científica da área faz parte de um grupo seleto de mestres, doutores e PhDs.



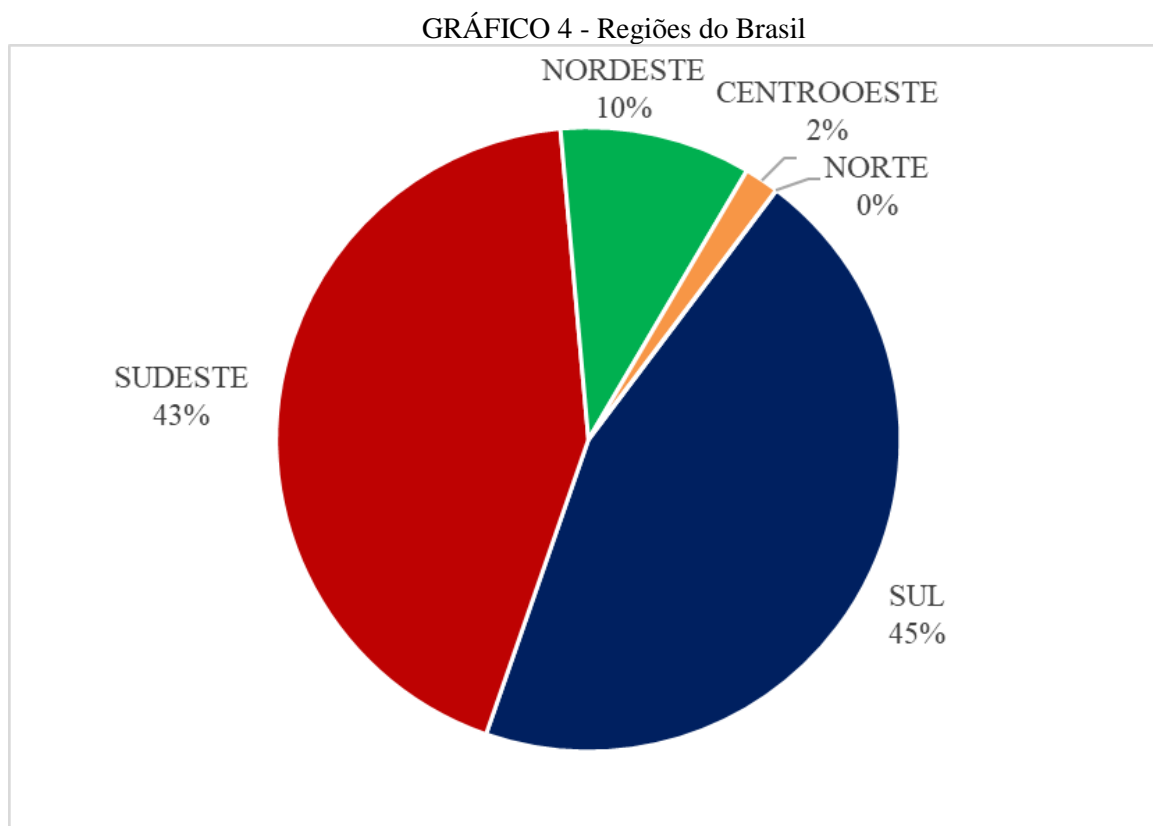
Fonte: Autora, 2018.

Muitas vezes se desmerece a área da moda como algo de pouca importância para a ciência. Porém, podemos afirmar que, embora seja uma pesquisa quantitativa onde não temos como induzir parâmetros de qualidade aos resultados, se cometem erros de avaliação ao demonstrar que o interesse no assunto pelos pesquisadores da área, envolve intelectuais de alto gabarito.

Constatou-se também, conforme apresentado no GRÁF. 4, que a frente de pesquisa da moda se localiza principalmente na região sul do país, onde se encontram 45% (n=50) dos autores que escrevem e publicam na área. Encontram-se na região sudeste 45% (n=48) dos autores; 10% (n=11) no Nordeste; 2% (n=2) no centro oeste.

Os centros acadêmicos mais representativos da moda no Brasil se encontram nas regiões Sul e Sudeste do país. Os estados que se destacam dentro de cada região são São Paulo com 28 autores, Santa Catarina com 27, Pernambuco com 7 e o Distrito Federal 2. Estes resultados concretizam também como referência em moda os estados de São Paulo e Santa Catarina. A pesquisa apresenta também autorias originárias do exterior, localizando-se 18 autores fora do

Brasil, em países como Portugal, Suécia, Finlândia, Inglaterra, Alemanha, Austrália, Bélgica e Estados Unidos.



Fonte: Autora, 2018.

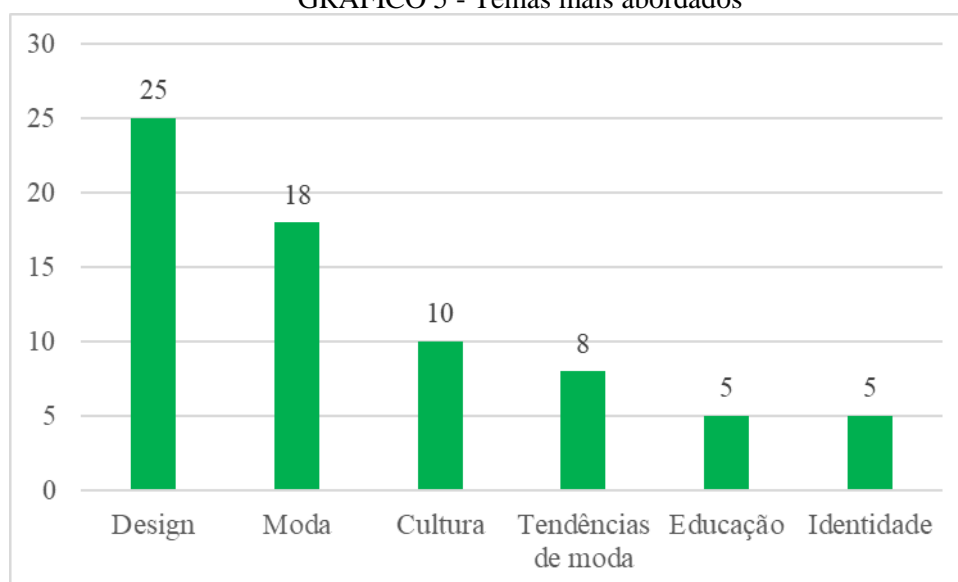
Temos certeza ainda, que resultados de pesquisas quantitativas através de estudos bibliométricos, podem ser utilizados como orientadores para tomada de decisões. Da mesma forma que o bibliotecário se vale destas informações para definir a seleção de títulos nos seus acervos industriais, comerciários e empresários, podendo utilizar estes resultados como indicadores para decisões comerciais.

5.2 A REPRESENTAÇÃO TEMÁTICA E RELEVÂNCIA

Conhecer quais os temas em evidência, numa determinada área e durante um determinado período, são alguns dos indicadores procurados que permitem a caracterização e destaque dos assuntos de interesse. A pesquisa e a ciência surgem e representam momentos históricos no desenvolvimento de cada área, e as mesmas se desenvolvem e confirmam com sua evolução. Conhecer o que se está estudando e sobre o que se pesquisa e escreve são questões de interesse para todos os interessados do setor.

Entre os temas abordados nos artigos (GRAF. 5) destaca-se design presente em 25 artigos, abordando especificamente o tema de moda, de móveis, de serviços, social e generativo. Moda é o assunto em 18 trabalhos, quando foram abordados a afro-brasileira, inclusiva e do futuro além de sua relação com ecologia e com política. Quanto a cultura com 10, foram retratadas as: indígena, afro, brasileira e suas manifestações como os trajes típicos; artes; vestimenta; acessórios; artesanato e o Carnaval, e a cultura material. Com 8 temos tendências de moda. Em quinto ficaram educação e identidade, com 5, sendo aquele abordado sobre o ensino, a formação superior e a qualificação docente; e este sobre identidade de marca e a identidade dos povos afro como o cabelo crespo.

GRÁFICO 5 - Temas mais abordados



Fonte: Autora, 2018.

Os resultados confirmam o já relatado anteriormente onde os periódicos da área trabalham também com assuntos paralelos à moda abordando principalmente sua influência cultural. Na análise dos dados encontramos informações que norteiam sobre a importância de vestuários e acessórios na identidade dos povos, como são representativos em aspectos culturais brasileiros e ainda direcionam as tendências da área como temas de estudo.

5.3 CARACTERIZAÇÃO DO TIPO DE DOCUMENTO

Identificar o que e como a literatura já existente permite conhecer quais as influências recebidas pelos autores na sua geração de novos conhecimentos é um dos pontos de estudo

sobre a produção intelectual. As citações fazem parte do conjunto da obra autoral. Quando analisamo-nas tentamos retirar delas dados que caracterizam os interesses dos autores e o que eles “consomem” como leitores.

Nesta parte do trabalho foram analisadas e anotadas as informações retiradas de 1487 referências representativas das citações dos autores dos artigos. Os dados apresentados são o resultado do registro e tabulação de informações nas tabelas do Excel, que permitem relacionar e avaliar os números resultantes.

Esta subseção visa caracterizar o tipo de documento mais citado, quais periódicos mais foram utilizados, qual a língua dos documentos, a idade das citações e sua obsolescência.

Iniciaremos pela idade das citações que corresponde a aproximadamente 14 anos. A qual é calculada somando a média de citações (1071,7) por artigo e dividindo pelo total de artigos (73).

A obsolescência é calculada somando o produto das idades das citações (16824) e dividindo pelo total de referências dos artigos (1487), o que resultou em aproximadamente 11,344 anos de média de vida das citações. A informação sobre obsolescência registra o tempo transcorrido entre a data da citação e o momento da pesquisa. Contribui na pesquisa indicando o tempo de vida média dos trabalhos no setor.

A leitura de informações sobre obsolescência muda quando se pensa na área em estudo. Áreas relativos a aspectos filosóficos e metodológicos, em geral tem uma vida mais prolongada, porém podemos indicar que, neste caso, o tempo de vida é bem mais curto. Como resultados, podemos inferir que em relação à moda a vida média dos trabalhos é de mais de 11 anos. Os resultados de obsolescência são indícios da vida útil dos documentos, fatores que podem auxiliar na avaliação de documentos para descarte. Entretanto, vale lembrar que os números são indícios e puramente quantitativos, não definitivos. É necessário ter presente que os setores historicamente mudam, assuntos pesquisados vão e voltam, e que a ciência evolui e está em constante movimento.

O tipo de documento consultado pelos autores pode ser considerado também como informação representativa, pois conhecer quais as fontes de pesquisa dos autores e suas preferências no uso de registros bibliográficos servem como indicadores na formação de acervos.

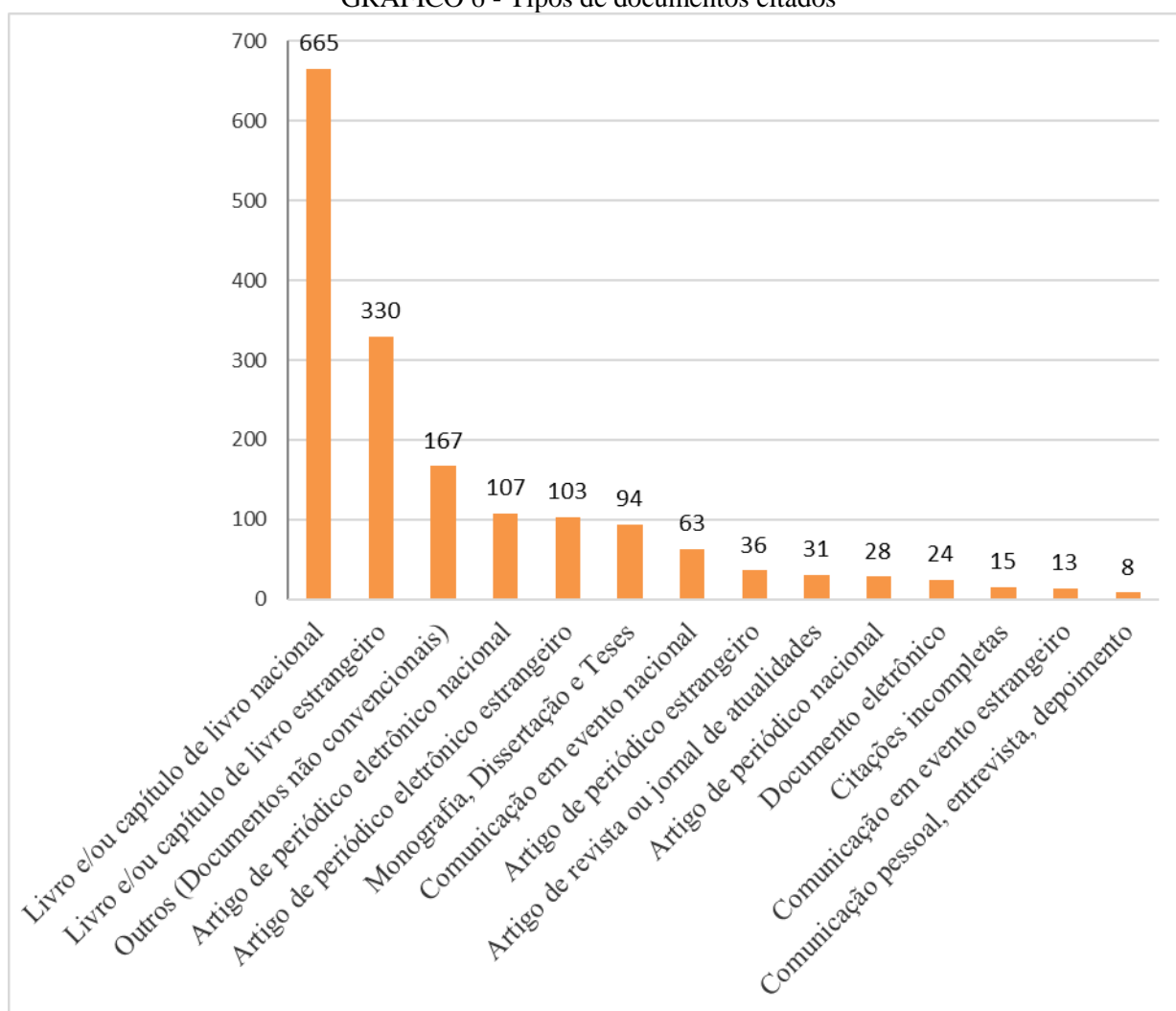
Quanto ao tipo de documentos mais citados (GRAF. 6), encontramos que das 1684 referências coletadas, os documentos que tiveram frequência maior que 100 foram: livros e/ou capítulos de livros nacionais com 665; livros e/ou capítulos de livros estrangeiros com 330. Documentos não convencionais, tais como: sites de lojas, blogs, Youtube, filmes, Wikipédia,

pinturas e fotografias, com 167; e em quarto e quinto, ficaram artigos de periódicos eletrônicos nacionais e estrangeiros, com 107 e 103, respectivamente.

O uso principalmente de livros pode ser indicativo do fato da área ser um pouco recente, no sentido acadêmico, e consequentemente os pesquisadores tendem a examinar teorias passadas e já estruturadas, em espera do surgimento e criação de novas teorias consolidadas. É um indicador da importância do livro na formação das coleções.

Vale a pena ressaltar o lugar ocupado na produção acadêmica de trabalhos apresentados e registrados em mídias digitais. O segundo lugar, ocupado por documentos não convencionais, reflete a importância deste material para a pesquisa e o porque que passa a ser indispensável sua integração nas unidades de informação.

GRÁFICO 6 - Tipos de documentos citados

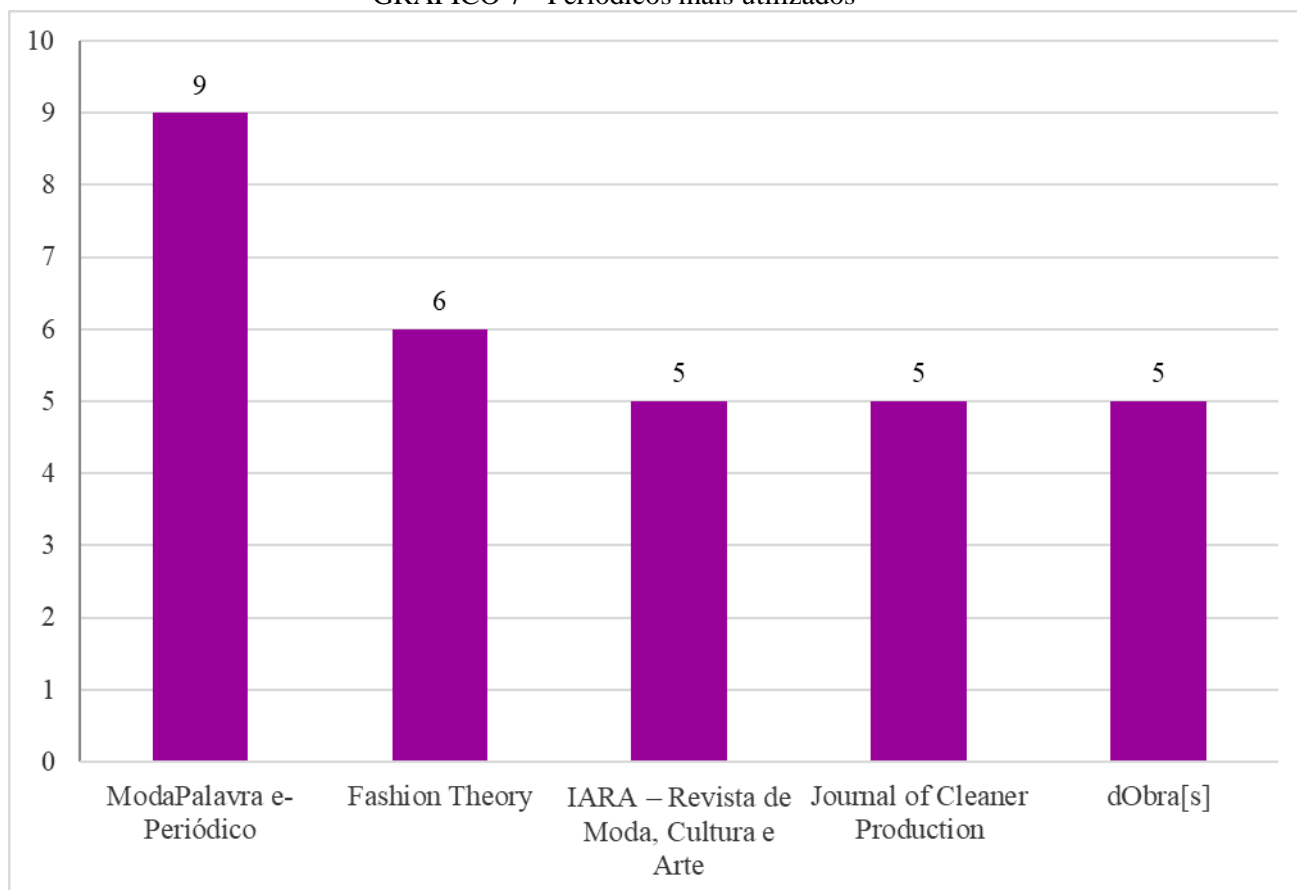


Fonte: Autora, 2018.

Tradicionalmente os artigos de periódicos, onde se registram informações de pesquisa mais recentes, são os principais recursos utilizados na pesquisa. Verifica-se, que na área da moda este elemento não tem o destaque esperado. Isto pode ser um indício da falta de mais periódicos científicos na área, ou ainda, em consequência da interdisciplinaridade do setor, a dispersão de trabalhos em periódicos de outras áreas e em consequência mais difíceis de localizar. Mas, de fato, isto indica a necessidade de aprofundamento de pesquisas sobre o comportamento dos periódicos na área.

Com base nos títulos dos periódicos mais utilizados elaborou-se o GRAF. 7, onde se identificam os periódicos mais citados, servindo de referência para identificar quais revistas acadêmicas não podem faltar em uma biblioteca especializada ou interessada na área da Moda.

GRÁFICO 7 - Periódicos mais utilizados



Fonte: Autora, 2018.

Observou-se que a revista com maior quantidade de citações foi a Moda Palavra: e-periódico com 9 citações. Destacamos que a revista em questão é um dos objetos da nossa pesquisa, a qual foi criada pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), publica um volume por ano sendo composto por dois números, com livre acesso aos artigos. Ocupa o segundo lugar a revista norte-americana Fashion Theory, com 6 citações, é publicada pela

editora Routledge e possui uma edição por ano, a revista disponibiliza o resumo dos artigos, mas seu acesso é pago. Dividindo o terceiro lugar estão as revistas brasileiras IARA-Revista de Moda, Cultura e Arte; e dObra[s] e a revista norte-americana Journal of Cleaner Production: a primeira é desenvolvida pelo Senac-SP, com um volume por ano e cada um possui dois números, e seu acesso disponibilizado gratuitamente, no entanto não houve publicação desde 2016; a segunda a qual também foi utilizada como fonte de pesquisa para este trabalho é uma publicação da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (ABEPEM), e assim como a anterior lança um volume por ano, sendo ela bimestral e de livre acesso; e a última, tem como editora Elsevier, possui o acesso liberado para alguns artigos, mas para outros é necessário a permissão, que é dada através do login no site.

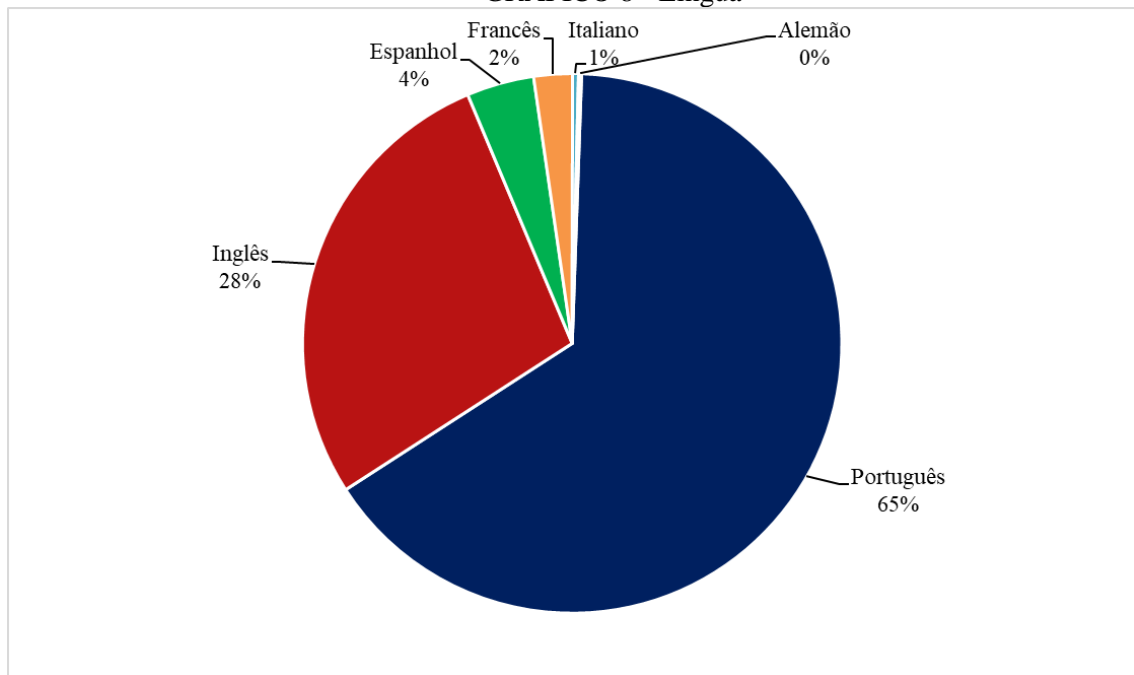
Exceto pela revista norte-americana Journal of Cleaner Production, que possui como foco produção mais limpa, ambiental e sustentável, é importante dizer, que as bibliotecas que ofereçam este curso têm que ter a assinatura destes periódicos, visto que apresentam uma procura significativa e suas publicações estão ligadas à área.

Baseado nos dados obtidos na coleta de dados sobre os tipos de documento, o uso considerável de documentos estrangeiros, buscou-se analisar a língua mais utilizada (GRAF. 8).

Como foi utilizado para a pesquisa periódicos brasileiros era de se esperar que português fosse o primeiro, se destacando com 65% (n=1100); em seguida vem inglês com 28% (n=468); espanhol com 4% (n=68); francês com 2% (n=39); italiano com 1% (n=6); e apesar de alemão estar representado por apenas 0% possui 3 documentos citados.

A pesquisa em todas as áreas já identifica como importante o conhecimento de outras línguas pelos seus representantes. Com isso, destacamos a necessidade dos pesquisadores desta área conhecerem outras línguas, destacando como principal o inglês.

GRÁFICO 8 - Língua



Fonte: Autora, 2018.

6 CONCLUSÕES

O ponto norteador da pesquisa foi contribuir, através dos resultados obtidos, com indicadores úteis para melhoria da comunicação científica entre pesquisadores e acadêmicos da área e servir de auxílio no desenvolvimento de coleções e serviços em Unidades de Informação.

A moda passou a existir após o surgimento da burguesia que com seu alto poder aquisitivo gerou a quebra da tradição, onde cada classe usava tecidos, acessórios e joias de acordo com sua posição social. Assim começou a busca pelo novo ocasionada pela competição social, que teve como motivo a imitação das classes inferiores na busca de ascensão social, em compensação as classes superiores buscavam, ainda mais, se diferenciar das inferiores.

O curso de Moda visa estudar como são construídas as necessidades e carências dos indivíduos com base na cultura de cada sociedade, e ainda como se transformam no decorrer do tempo. Surgiu na década de 80 com a necessidade de profissionais qualificados e, na sequência, aparecem cursos profissionalizantes nos principais polos do setor têxtil da época: São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Respondendo a um dos questionamentos da pesquisa, vimos também que podemos considera-la como uma área legítima, uma vez que possui associação de pesquisas; eventos científicos; grupos de pesquisa; e periódicos científicos, que mostram a importância da área para outros campos do conhecimento. Embora comprovada sua legitimidade, os cursos em sua maioria são denominados Design de Moda enquadrando-se no Design Industrial.

Constatou-se através da literatura que o periódico científico é um importante meio de comunicação científica e que passou por transformações para acompanhar o grande volume de informação gerada hoje em dia. Foi confirmado também que dentro de suas principais funções temos: reivindicar a legitimação da pesquisa, registrar a produção intelectual, transmitir o saber entre os pares, conferir prioridade da descoberta científica e legitimar novos campos do conhecimento. No trabalho foi possível conhecer através de informações retiradas dos periódicos pesquisados, dados sobre interesses e assuntos pesquisados, qualificação e localização geográfica dos membros da pesquisa e quais os temas mais trabalhados. Verificou-se também o alto nível de interdisciplinaridade da área confirmando como através dos periódicos podemos estabelecer padrões específicos e conhecer o setor pesquisado.

A área de moda possui poucos periódicos, tanto no Brasil como no mundo. Entretanto, notou-se que seus campos de estudo tinham relação com a previsão das tendências e de quando elas passavam a fazer parte da sociedade, se transformarem em cultura, relacionando-se com

outras áreas tais como Filosofia, Psicologia, Sociologia, Economia, Comunicação, Administração, Design, Ergonomia, entre outras.

Os métodos bibliométricos de estudo das publicações científicas e suas citações serviram como indicadores da produção científica e de seus usos, permitindo ir além da análise da produção científica, tendo como apresentar alguns benefícios práticos imediatos para bibliotecas, no desenvolvimento de coleções e gestão de serviços bibliotecários.

A análise de citações permitiu elencar e caracterizar vários indicadores de comportamento entre os trabalhos publicados. Foi possível relacionar os autores mais citados, tipos de autoria, autores mais produtivos e sua titulação e procedência geográfica. Identificou-se também o tipo de documento mais utilizados, a idade média da literatura utilizada, a obsolescência da literatura, os periódicos mais citados, idioma mais utilizado, além das principais temáticas abordadas. Este conglomerado de dados nos permitiu conhecer um pouco sobre indicadores de pesquisa na moda, podendo discordar inclusive, da ideia difundida que seria o periódico a principal fonte de informação para pesquisa. No caso específico da Moda, no período estudado, as principais fontes de pesquisa foram os livros e outros documentos não convencionais, antigamente inimagináveis como fontes de pesquisa, como o YouTube, filmes e imagens.

Quanto aos periódicos científicos mais utilizados se destacou a revista Moda Palavra e-periódico, uma das publicações selecionadas para a pesquisa. Ou seja, que o nosso trabalho partiu de um dos periódicos mais utilizados no setor, conferindo maior credibilidade para os resultados obtidos.

Conclui-se que métodos bibliométricos, através do estudo de citação, resultam em importante indicador da atividade científica, permitem o conhecimento de aspectos específicos das áreas do conhecimento, auxilia no desenvolvimento de coleções e gestão de serviços para as bibliotecas, e contribuem na organização e sistematização de informações científicas e tecnológicas.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Grazyella Crisstina Oliveira de. Cenários constituintes dos cursos superiores de moda no brasil: conjunturas da década de 80 aos dias atuais. In: MODA DOCUMENTA: Museu, Memória e Design, 2015. **Anais do Congresso Internacional de Memória, Design e Moda**, São Paulo, 2015, ano 2. v. 1, n. 1, p.239-263. Disponível em: http://www.modadocumenta.com.br/wp-content/uploads/2016/01/ANAIS-MD2015_portugues.pdf . Acesso em: 05 maio 2018.
- ARAÚJO, Carlos Alberto. Bibliometria: evolução história e questões atuais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, jan./jun. 2006. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/16/5>. Acesso em: 26 out. 2018.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520**: informação e documentação: citação em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.
- BARBOSA, Andreza Gonçalves et al. Evolução das funções dos periódicos científicos e suas aplicações no contexto atual. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.3, n.1, mar. 2013. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/view/1970/1238>. Acesso em: 20 set. 2018.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. 2.ed. São Paulo: Senac, 2011.
- CAMPOS, Amanda Queiroz; RECH, Sandra Regina. Considerações sobre moda, tendências e consumo. **IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 170-198, dez. 2010.
- CNPQ. Diretório dos grupos de pesquisa no Brasil Lates. Disponível em: http://dgp.cnpq.br/dgp/faces/consulta/consulta_parametrizada.jsf. Acesso em: 26 set. 2018.
- CUNHA, Murilo Bastos Da Cunha. Metodologias para estudo dos usuários de informação científica e tecnológica. **R. Bibliotecon**. Brasília, v. 10, n. 2, jul./dez. 1982. Disponível em: http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/CUNHA_1982.pdf. Acesso em: 06 jun. 2018.
- FERREIRA, Ana Gabriela Clipes. Bibliometria na avaliação de periódicos científicos. **Revista de Ciência da Informação**, João Pessoa, v.11, n.3, jun. 2010. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000008927/cf335cd2d184f4a2deaabc322531ca3e/>. Acesso em: 01 out. 2018.
- FORESTI, Nórís. **Estudo da contribuição das revistas brasileiras de biblioteconomia e ciência da informação enquanto fonte de referência para a pesquisa**. 1989. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Biblioteconomia da Universidade de Brasília, UnB, Brasília, 1989.
- GERHARD, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Orgs.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GINGRAS, Yves. **Os desafios da avaliação da pesquisa**: o bom uso da bibliometria. Rio de Janeiro: UFRJ, 2016.

GONÇALVES, Andrea; RAMOS, Lúcia Maria S. V. Costa Ramos; CASTRO, Regina C. Figueiredo. Revistas científicas: características, funções e critérios de qualidade. In: POBLACION, Dinah Aguiar; WITTER, Geraldina Porto (Orgs.). **Comunicação e produção científica: contexto, indicadores e avaliação**. São Paulo: Angellara, 2006.

GUEDES, Vânia; BORSCHIVER, Suzana. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: CINFORM – ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6., 2005, Salvador. **Anais...** Salvador: ICI/UFBA, 2005. Disponível em: http://www.cinform-antiores.ufba.br/vi_anais/docs/VaniaLSGuedes.pdf. Acesso em: 01 nov. 2018

GUIMARÃES, Maria Eduarda Araujo. Revistas científicas de moda e moda na rede: especialistas e amadores. In: COLÓQUIO DE MODA, 11., 2015. **Anais...**, Curitiba, 2015. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/ARTIGOS-DE-GT/GT07-MODA-E-MIDIA/GT-7-REVISTAS-CIENTIFICAS-DE-MODA-E-MODA-NA-REDE.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2018.

HORN, Bibiana Silveira; RIBEIRO, Vinicius Gadis; GAVIÃO, Wilson. A pesquisa em design de moda no brasil a partir de periódicos da área: tecnologia para análise sistemática. **Estudos em design**, Gramado, v.23, n.1, p. 13-24, 2015. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/192>. Acesso em: 15 out. 2018.

KONOPKA, Regiane; MERTEN, Luiza. Atribuições de sentido sobre a Moda: influência midiática e o discurso da Faculdade Santa Marcelina. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016. **Anais...** São Paulo, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0850-1.pdf>. Acesso em: 17 set. 2018.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEADOWS, Anthur Jack. **A comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 1999.

MEDEIROS, José Mauro Gouveia de; VITORIANO, Maria Albeti Vieira. A evolução da bibliometria e sua interdisciplinaridade na produção científica brasileira. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 13, n. 3, p. 491-503, set. 2015. Disponível em: <http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8635791>. Acesso em: 29 nov. 2018.

MIRANDA, Dely Bezerra de; PEREIRA, Maria de Nazaré Freitas. O periódico científico como veículo de comunicação: uma revisão de literatura. **Ciência da Informação**, Brasília,

v.25, n. 3, p. 375-382, set./dez 1996. Disponível em:
<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/636>. Acesso em: 15 out. 2018.

MOURA, Monica. Atualidades da pesquisa em Design e Moda no Brasil. **Revista Dobras**, v. 1, n. 13, p. 24-35, 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/135224>. Acesso em: 15 out. 2018

NERO, Cyro del. **Com ou sem a folha da parreira**: a curiosa história da moda. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

NORONHA, D. P.; FERREIRA, S. M. S. P. Índices de citação. In: CAMPELLO, B. S.; CÉNDON, B. V.; KREMER, J. M. (Org.). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003. p. 249-262. Disponível em: http://files.biblio-2008.webnode.com.br/200000040-76a3b771d5/fontes_de_informacao_para_pesquisadores_e_profissionais_parte_001.pdf. Acesso em: 04 nov. 2018.

PACKER, Abel L.; MENIGHINI, Rogério. Visibilidade da produção científica. In: POBLACION, D.; WITTER, G. P. (Orgs.). **Comunicação e produção científica**: contexto, indicadores e avaliação. São Paulo: Angellara, 2006.

PIRES, Dorotéia Baduy. A história dos cursos de design de moda no Brasil. **Revista Nexos**: Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi, ano 6, n. 9. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2002. Disponível em:
<https://docplayer.com.br/2989098-A-historia-dos-cursos-de-design-de-moda-no-brasil-the-history-of-the-courses-of-fashion-design-in-brazil.html>. Acesso em: 26 set. 2018.

POLLINI, Denise. **Breve história da moda**. São Paulo: Claridade, 2007.

ROSTIROLLA, Gelci. Bibliometria como tema de tese: análise a partir da biblioteca digital de teses e dissertações. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE BIBLIOMETRIA E CIENTOMETRIA, 4., 2014, Recife. **Anais...** Recife: EBBC, 2014. Disponível em:
<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/27246>. Acesso em: 29 nov. 2018.

SILVA, Maria Creuza Ferreira da. **O impacto do portal de periódicos da CAPES na produção científica dos pesquisadores da área de saúde coletiva da Universidade Federal da Bahia**: 2001-2006. 2010. 148 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2010. Disponível em:
<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/7951/2/DISSERTA%20Parte2.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2018.

SILVA, José Aparecido da; BIANCHI, Maria de Lourdes Pires. Cientometria: a métrica da ciência. Paideia, **Ribeirão Preto**, v. 11, n. 21, p. 5-10, 2001. Disponível em:
<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v11n21/02.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2018.

SOUSA, Richard Perassi Luiz de et al. Moda: ciência, arte e tecnologia. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM MODA, 5., 2015. **Anais...**, FEEVALE: Novo Hamburgo, 2015. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/787967ad-800a-4176-bbd8-becdaabacc2d/MODA%20-%20CI%20ANCIA,%20ARTE%20E%20TECNOLOGIA.pdf>. Acesso em: 19 out. 2018.

TARGINO, Maria das Graças. Ciência, divulgação científica e eventos técnico-científicos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006. **Anais...** Brasília: UnB, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0245-2.pdf>. Acesso em: 06 dez. 2008

TREVISTOL NETO, Orestes. A institucionalização científica do campo da moda no Brasil. **Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 20, n. 43, maio/ago. 2015 Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/40058>. Acesso em: 07 out. 2018.

VANZ, Samile Andréa de Souza; CAREGNATO, Sônia Elisa. Estudos de citação: uma ferramenta para entender a comunicação científica. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 295-307, jul./dez. 2003. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/75>. Acesso em: 18 jun. 2018.

APÊNDICE

APÊNDICE 1 - LISTA DE REFERÊNCIA DOS ARTIGOS UTILIZADOS NA PESQUISA

ORDEM	REFERÊNCIA
Art. 01	CAMPOS, A. Q.; WOLF, B. O conceito de tendência na moda: significado, histórico, conotação. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p.11-48, jul./dez. 2018.
Art. 02	GOMES, N. P.; COHEN, S. A. de M.; FLORES, A. M. M. Estudos de tendências: contributo para uma abordagem de análise e gestão da cultura. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p.49-81, jul./dez. 2018.
Art. 03	VISONÁ, P. C. Sobre o estar-junto-co como tendência sociocultural e coletivos criativos: uma proposta interdisciplinar de metodologia para identificação de tendências visando cenários de futuro. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p.113-144, jul./dez. 2018.
Art. 04	CECCATO, P.; GOMEZ, L. S. R. A pesquisa de tendências e a gestão de marcas de moda na sociedade de hiperconsumo moderna. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 175-207, jul./dez. 2018.
Art. 05	CRAVEIRO, S. C.; OLIVEIRA, F. J. M. S. Contributos dos estudos de tendências para a definição do target da marca de moda. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 249-267, jul./dez. 2018.
Art. 06	GARCIA, C. C. A cor na moda contemporânea: contribuições acerca das pesquisas de tendências de cores na indústria de moda. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 293-310, jul./dez. 2018.
Art. 07	BREVE, D. G.; GONZAGA, L. da S.; MENDES, F. D. Sustentabilidade como uma tendência no mercado da moda. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 311-331, jul./dez. 2018.
Art. 08	PONTES, M. D. F.; ROCHA, M. A. V. O uso da informação no processo criativo de design: análise da aplicação de tendências de moda em empresas autorais na cidade de Recife. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 332-362, jul./dez. 2018.
Art. 09	SCHNEIDER, T.; PEREIRA, L. P. Storytelling e identidade de marca: estudo de caso da marca japonesa Josefina. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 263-380, jul./dez. 2018.
Art. 10	MAGER, G. B.; CIPINIUK, A. A construção simbólica na gestão da marca Havaianas. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 281-407, jul./dez. 2018.
Art. 11	PERINI, A. Cenários futuros para o desenvolvimento de coleção de Moda Slow: estudo de caso Brisa Slow Fashion. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 408-430, jul./dez. 2018.

Art. 12	SCOPINHO, C. E. D.; BOFF, E. de O. As reflexões nas teorias do design de produção da telenovela brasileira. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 431-458, jul./dez. 2018.
Art. 13	ALVES, R. P.; MARTINS, L. B. O sutiã e seus precursores: uma análise estrutural e diacrônica. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.22, p. 459-482, jul./dez. 2018.
Art. 14	LARANJEIRA, M. A. et al. Design generativo de superfícies: uma análise do uso de programação para o desenvolvimento de estamparia. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.21, p. 05-20, jan./jun. 2018.
Art. 15	CECCHETTI, F.; RAZERA, D. L. Design de superfície na indústria brasileira de móveis planejados. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.21, p. 21-43, jan./jun. 2018.
Art. 16	PIFFERO, V. de M.; PIZZATO, G. Z. de A. Uma contribuição do design emocional para o design de superfície: um estudo de caso da ciclovia Van Gogh-Roosegaarde. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.21, p. 44-55, jan./jun. 2018.
Art. 17	PEREZ, I. U.; SANTOS, A. dos. Uso da fabricação digital para o design de superfície em produtos de moda. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.21, p. 56-78, jan./jun. 2018.
Art. 18	RÜTHSCHILLING, E. A.; ANICET, A. Slow Design de superfície e tecnologias contemporâneas aplicados na moda. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.21, p. 79-96, jan./jun. 2018.
Art. 19	MOL, I. A.; LANA, S. L. B. Design de superfície: proposição de método de ensino a partir de valores culturais brasileiros. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.21, p. 97-115, jan./jun. 2018.
Art. 20	NEDER, M. de Q. F. A. Membrana: uma interferência experimental têxtil. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.21, p. 116-125, jan./jun. 2018.
Art. 21	SILVA, V. L. F. da; PERRY, G. T. Renda de Bilros: estudo de pontos tecidos nas regiões Nordeste e Sul do Brasil. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.21, p. 126-146, jan./jun. 2018.
Art. 22	CARVALHINHA, M. P. da; BERSSANETI, F. T. O desenvolvimento de produtos de moda sob a perspectiva dos processos organizacionais de inovação: um estudo de caso no segmento de moda premium. ModaPalavra e-periódico , v.11, n.21, p. 147-168, jan./jun. 2018.
Art. 23	CASANOVA, E. M. de. Ideologia da beleza na América Latina. dObra[s] , v.11, n.23, p. 10-21, maio 2018.
Art. 24	PIZA, A. L. C. Miss Universo: representações do El Dorado e o traje típico colombiano. dObra[s] , v.11, n.23, p. 22-40, maio 2018.
Art. 25	MOREIRA, F. G. A beleza do divino: vestes como ornamento na imaginária cristã. dObra[s] , v.11, n.23, p. 41-56, maio 2018.

Art. 26	DEVANEY, R. Um ponto no tempo: tecidos bordados do México. dObra[s] , v.11, n.23, p. 57-87, maio 2018.
Art. 27	BICALHO, P. S. dos S. Se pinta e se veste: a segunda pele indígena. dObra[s] , v.11, n.23, p. 88-99, maio 2018.
Art. 28	ADVERSE, A. O. A morte de James Lee Byars: imagem da (des)aparição de si. dObra[s] , v.11, n.23, p. 100-121, maio 2018.
Art. 29	TAVARES, L. M. Roupas em fluxos desviantes: a moda e suas narrativas. dObra[s] , v.11, n.23, p. 122-139, maio 2018.
Art. 30	PORTINARI, D. B.; COUTINHO, F. R.; OLIVEIRA, J. M. da S. Moda agênero: uma proposta de moda que desconstrói as fronteiras de gênero ? dObra[s] , v.11, n.23, p. 140-156, maio 2018.
Art. 31	SANTOS, A. P. M. T. dos; SANTOS, M. R. dos. Geração tombamento e afrofuturismo: a moda como estratégia de resistência às violências de gênero e de raça no Brasil. dObra[s] , v.11, n.23, p. 157-181, maio 2018.
Art. 32	PALMEIRA, L. V. S. Reflexões sobre a profissão de modelo: a categoria do exótico na moda e na Antropologia. dObra[s] , v.11, n.23, p. 182-196, maio 2018.
Art. 33	NORONHA, J. V.; WILDE, D. O guarda-roupa interferido: tornando visível a agência das roupas. dObra[s] , v.11, n.23, p. 197-217, maio 2018.
Art. 34	PERPÉTUO, N. C. F. Moda pelo avesso: compartilhamento de produção acadêmica para transformação de realidades. dObra[s] , v.11, n.23, p. 218-234, maio 2018.
Art. 35	NEDER, M. Monitoramento de cor. dObra[s] , v.11, n.23, p. 235-253, maio 2018.
Art. 36	MARQUES, M. S. C. Moda e tecnologia: a inevitável conexão que moldará o futuro. dObra[s] , v.11, n.23, p. 254-270, maio 2018.
Art. 37	PINHEIRO, C. M. P. et al. Modelos de negócios na área de moda: um estudo sobre setores tradicionais. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.20, p. 4-22, jul./dez. 2017.
Art. 38	MESACASA, A.; CUNHA, M. A. A. da. A indústria de confecção do vestuário de Pato Branco: aspectos de gestão, design, caracterização de matérias-primas e geração de resíduos têxteis. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.20, p. 23-47, jul./dez. 2017.
Art. 39	ANGELI, C. F.; GOMEZ, L. S. R. Percepção do "DNA" da marca Hering no ponto de venda físico (lojas). ModaPalavra e-periódico , v.10, n.20, p. 48-69, jul./dez. 2017.
Art. 40	CARDIM, V. C. O chiado de outrora, o chiado de agora: difusão da moda, urbanização e revitalização de zonas históricas. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.20, p. 70-83, jul./dez. 2017.

Art. 41	SEQUEIRA, R. P.; ANDRADE, R. M. de. A roupa em conexão com ações poéticas e políticas. dObra[s] , v.10, n.22, p. 6-20, nov. 2017.
Art. 42	LIMA, D. da C. Tá na cabeça, tá na web! Significados simbólicos e historicidade do uso do turbante no Brasil. dObra[s] , v.10, n.22, p. 21-41, nov. 2017.
Art. 43	SCHEMES, C.; BERNHARD, J. C. V. Os papéis sociais da infância e suas influências na moda por meio da revista Vogue Bambini. dObra[s] , v.10, n.22, p. 42-61, nov. 2017.
Art. 44	CRUZ, E. S. Gesto e imaginação: potências da visualidade na obra de Arthur Bispo do Rosário. dObra[s] , v.10, n.22, p. 62-80, nov. 2017.
Art. 45	PASSOS, A. C. B. M. Corpos abjetos: put a ring on it. dObra[s] , v.10, n.22, p. 81-93, nov. 2017.
Art. 46	PEREIRA, L. P.; SCHNEIDER, T. A influência da comunicação das marcas de moda de luxo nas redes sociais no valor percebido pelo consumidor. dObra[s] , v.10, n.22, p. 94-113, nov. 2017.
Art. 47	VIDELA, A. N. B. Atuação na joalheria contemporânea. dObra[s] , v.10, n.22, p. 114-127, nov. 2017.
Art. 48	ALMEIDA, A. J. M. A relação entre design de moda e comunidades artesanais no Brasil: o projeto Moda e Artesanato do museu A casa. dObra[s] , v.10, n.22, p. 128-142, nov. 2017.
Art. 49	FELIPECKI, E. A utilização de pranchas iconográficas na criação de figurinos de época para a teledramaturgia. dObra[s] , v.10, n.22, p. 143-160, nov. 2017.
Art. 50	OLIVEIRA, M. Lua e estrela: dois figurinos para o carnaval carioca de 1912. dObra[s] , v.10, n.22, p. 161-176, nov. 2018.
Art. 51	SILVA, A. C. S. da. Moda, tranferências culturais e história do livro. dObra[s] , v.10, n.22, p. 177-201, nov. 2017.
Art. 52	SOUSA, R. E. de; XAVIER, L. A.; ALBUQUERQUE, S. S. de. Moda inclusiva, reconhecendo as necessidades da criança cadeirante. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 04-22, jan./jun. 2017.
Art. 53	VASQUES, R. A.; KORJA, M.; SANTOS, M. C. L. dos. Amo você Vaatelainaamo, mas algumas coisas podem melhorar: análise de motivações, barreiras e facilitadores em serviço finlandês de compartilhamento de roupas. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 23-39, jan./jun. 2017.
Art. 54	CONTINO, J. M.; CIPINIUK, A. Ideologia, divisão capitalista do trabalho e papel social do designer: um estudo sobre a produção de materialidade no design de moda. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 40-53, jan./jun. 2017.

Art. 55	MERCALDI, M. A.; MOURA, M. Definições da joia contemporânea. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 54-67, jan./jun. 2017.
Art. 56	OURIVES et al. A sistematização de informações: roupas funcionais através do mapa mental. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 68-82, jan./jun. 2017.
Art. 57	GODINHO, S. de S. Além das aparências. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 83-97, jan./jun. 2017.
Art. 58	BORTOLON, F. J. A. A moda e a morte: ciclos de tendências. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 98-116, jan./jun. 2017.
Art. 59	MARINI, P. S. S. K. As tecnologias vestíveis de moda e a relação entre humano e não-humano. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 117-134, jan./jun. 2017.
Art. 60	NISHIMURA, M. D. L.; MERINO, E. A. D.; GONTIJO, L. A. Referências de medidas da ABNT: instrumento para a normalização do produto de vestuário. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 135-149, jan./jun. 2017.
Art. 61	GRUBER, C. et al. O vestir na vida dos idosos: contribuições da ergonomia e das tecnologias assistivas. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 150-178, jan./jun. 2017.
Art. 62	BERTON, T. J. B. et al. A usabilidade do produto de moda: análise das tarefas do usuário na criação e produção do vestuário. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 179-200, jan./jun. 2017.
Art. 63	MAKARA, E.; MARINO, G. S. A. D.; VERGARA, L. G. L. Delimitação do usuário nas etapas de criação, modelagem e prototipagem do produto de vestuário. ModaPalavra e-periódico , v.10, n.19, p. 201-218, jan./jun. 2017.
Art. 64	GUIMARÃES, M. E. E. A. A moda do futuro ou o futuro da moda? dObra[s] , v.10, n.21, p. 5-20, maio 2017.
Art. 65	SENA, T. V. Os sujeitos perfumados da publicidade: uma proposta de tipologia. dObra[s] , v.10, n.21, p. 21-36, maio 2017.
Art. 66	ROCHA, N. "Papo de mulherzinha" ?! O cuidado de si como hedonismo feminino e os blogs de moda como modelo de negócios. dObra[s] , v.10, n.21, p. 37-48, maio 2017.
Art. 67	QUEIROZ, J. A. de; ROCHA, M. A. V. A relação dos consumidores com as inovações têxteis conduzidas pela nanotecnologia. dObra[s] , v.10, n.21, p. 49-67, maio 2017.
Art. 68	ROSA JÚNIOR, J. D. A imagem de moda e a fotografia: justificativas a despeito da imagem em movimento. dObra[s] , v.10, n.21, p. 68-79, maio 2017.
Art. 69	DEBOM, P. Worth, o precursor da alta-costura. dObra[s] , v.10, n.21, p. 80-98, maio 2017.
Art. 70	VASCONCELOS, T. M. O traje de cena na sala de aula. dObra[s] , v.10, n.21, p. 99-110, maio 2017.

Art. 71	BORGES, M. de S. Problematizando a formação superior em moda. dObra[s] , v.10, n.21, p. 111-123, maio 2017.
Art. 72	FAVARETTO, C. Questões contemporâneas: arte, educação e formação. dObra[s] , v.10, n.21, p.124-135, maio 2017.
Art. 73	BUCCI, A. MUDE, Lisboa: explorações históricas únicas e múltiplas. dObra[s] , v.10, n.21, p. 135-151, maio 2017.