

Panorama de artigos publicados no periódico de moda Dobras (2007- 2013): oportunidades de pesquisa

Panorama of articles published in the fashion journal Dobras: Research opportunities

Bibiana Silveira Horn

bibiana.silveira.horn@gmail.com

Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Av. Paulo Gama, 110, 90040-060, Porto Alegre, RS, Brasil

Vinicius Gadis Ribeiro

vinicius@uniritter.edu.br

Centro Universitário Ritter dos Reis. Rua Orfanotrófio, 555, 90840-440, Porto Alegre, RS, Brasil

Wilson P. Gavião Neto

wgaviao@gmail.com

Centro Universitário Ritter dos Reis. Rua Orfanotrófio, 555, 90840-440, Porto Alegre, RS, Brasil

Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar o panorama dos artigos publicados no periódico de moda Dobras, compreendidos entre os anos de 2007 e 2013. A metodologia empregada foi análise sistemática, tendo sido aplicadas algumas das técnicas de mineração de dados. Ao final, identificam-se resultados como métodos de pesquisa e coletas mais utilizadas, temáticas de pesquisa e instituições com maior número de publicações, identificando-se oportunidades de pesquisa.

Palavras-chave: Epistemologia do Design de Moda, análise sistemática, mineração de dados.

Abstract

This article aims to provide an overview of the articles published in the journal fashion Dobras, from 2007 to 2013. The methodology was the systematic analysis, and some of the techniques of data mining were applied. At the end, results are identified as research methods and most used collections, research topics and institutions with the highest number of publications, identifying research opportunities.

Keywords: Epistemology of Design, systematic analysis, data mining.

Introdução

Com base em Pires (2002) e Caldas (2006), pode-se afirmar que a produção científica em design de moda no Brasil, enquanto área de pesquisa e disseminação de conhecimento, é recente. A maioria dos cursos de nível superior é relativamente nova – porém, houve uma rápida difusão de cursos de design de moda no país. O aumento do número de cursos de moda se deve a vários fatores (demanda de empresas por profissionais capacitados, altos valores econômicos gerados pelo mercado de moda e relação empresa e universidade são alguns exemplos) e, conseqüentemente, ocasiona a necessidade de profissionais docentes para atuarem nesses cursos.

O design de moda no Brasil – como campo de pesquisa científica – deve-se em grande parte a trabalhos de dissertações e teses, eventos e um número ainda significativamente pequeno de periódicos. O presente trabalho é re-

sultado parcial de uma investigação que analisa a produção acadêmica de moda, em periódicos brasileiros da área.

A decisão de analisar artigos de periódicos deveu-se ao acesso às informações, visto que já há um projeto de pesquisa que analisou artigos publicados em eventos de design (Andrade Neto, 2012) e outro que verificou teses e dissertações de moda (Bonadio, 2010). Ainda não haviam análises de artigos publicados em periódicos acadêmicos nacionais – esses, específicos da área de moda.

Para o estudo, foram analisados três periódicos acadêmicos brasileiros, específicos da área de moda. Os parâmetros para definição dos periódicos serão apresentados na seção Metodologia. Para o presente artigo, optou-se por analisar os artigos do periódico Dobras, o mais antigo entre os três.

O periódico Dobras pertence à editora Estação das Letras e Cores. É uma publicação semestral, apresenta-se de forma impressa e foi lançada no ano de 2007. No ano

de 2008, recebeu o prêmio de primeiro lugar na categoria Trabalhos Escritos no 22º Prêmio Design do Museu da Casa Brasileira.

O *problema central* do presente artigo é descrever o panorama dos artigos publicados na revista Dobras – em especial, do ponto de vista dos métodos de pesquisa. Para isso, foram analisados todos os artigos relacionados diretamente ao design de moda publicados desde a primeira edição do periódico até o primeiro semestre de 2013. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, a partir da categorização de dados obtidos (dados esses provenientes dos artigos publicados nesse veículo). Quanto aos objetivos, a pesquisa é descritiva, pois busca familiarizar-se com o assunto investigado e descreve fenômenos submetidos a análises. A técnica utilizada foi a mineração de dados.

O presente trabalho está estruturado da seguinte forma: a segunda seção apresenta a definição de design de moda empregada; a terceira seção apresenta a metodologia empregada na investigação. A quarta seção contempla e discute alguns dos resultados obtidos, sendo as considerações finais tecidas na quinta seção.

Design de moda

Há várias percepções e pontos de vista sobre a moda. Pode-se verificar, por exemplo, a moda a partir de fatores mercadológicos, sociológicos e culturais. A moda passou de algo visto como superficial para algo que causa impacto e interfere na sociedade de várias maneiras. Sabino (2007) define a moda como algo cíclico, que marca o modo de vestir e o comportamento em determinado período, que está diretamente ligado à beleza, ao consumo, ao poder, à vaidade, às distinções e ao desejo constante de renovação.

Conti (2008) apresenta uma definição etimológica de moda. Originada do latim *Modus*, em um significado mais abrangente, denota mecanismo de escolhas realizadas, que utiliza como base critérios de gosto. O autor, ainda, descreve que podemos percebê-la como “um processo de regulamentação social no qual o gosto individual se ajusta ao social, que dita regras às quais se deve fazer referimento; estas determinam periodicamente o que, em cada época, está na moda” (Conti, 2008, p. 223).

A definição de Treptow (2003) abrange as questões atuais relacionadas à moda de forma simplificada. A autora define a moda como fenômeno social, caracterizado pela temporalidade, descrevendo aceitação e disseminação de algo, como padrão ou estilo, pelo mercado consumidor. Isso ocorre até a massificação desse padrão ou estilo, e então, conseqüentemente, acontece à obsolescência do mesmo, como um fator de diferenciação social.

Svendsen (2010) trata da dificuldade de uma definição para moda. Afirma que, apesar de já ter lido muitos estudos sobre moda, ainda não conseguiu identificar uma definição convincente, expressão utilizada pelo autor. Propõe a possibilidade de uma definição provisória: “alguma coisa é moda somente se funcionar de maneira socialmente característica e fizer parte de um sistema que substituiu de modo relativamente rápido por algo novo”. Porém, o autor acredita que essa definição não acrescenta nada relevante à compreensão, e não indica as condições necessárias. Tem-se, por exemplo, uma jaqueta de couro

velha, que não é um objeto novo nem socialmente característico, mas que poderá se tornar um objeto de desejo. Por outro lado, uma medalha comemorativa, recém-feita, é um objeto novo e socialmente característico; no entanto, não é um objeto de moda.

Matharu (2011) propõe uma abordagem da moda mais relacionada com a arte:

A era moderna testemunhou a aproximação de designers e artistas com a ideia de que a moda é mais que simplesmente vestuário e aparência. As fronteiras que podem um dia ter havido entre arte e moda hoje são difusas. O entendimento da arte e de suas características permitiu que os designers explorassem e retratassem momentos altamente carregados de emoção, sexualidade, gênero, política, modernismo e romantismo, e projetassem uma variedade de mensagens semióticas e subversivas, transformando a pessoa que veste a roupa em uma tela em movimento (Matharu, 2011 p.11).

Apesar de temas relacionados à moda ainda serem muitas vezes vistos de uma forma preconceituosa, por falta de informação, essa percepção poderá ser modificada por meio do estudo e da pesquisa. Para ser aceita como assunto de grande impacto e influência, a moda teve de mostrar a sua importância econômica.

Fiorini (2008) comenta que, muitas vezes, o desenho de produto de moda é visto como parte de um mundo superficial, ligado ao transitório e ao efêmero. Poucas vezes é entendido como prática projetual de grande impacto na cultura e sociedade. Da mesma forma, Svendsen (2010) afirma que, muitas vezes, ao qualificar algo como de moda, pode soar como algo sem substância ou seriedade. Já Calanca (2008) aborda a questão financeira e de geração de riquezas que a moda proporciona hoje.

A moda atual não é mais utilizada para desenvolver o mundo da contemporaneidade artística e estética, mas, sim, para expandir um sistema comercial e financeiro; ao produzir arte e cultura, ela, ao mesmo tempo, produz mercado e riqueza. O que significa que a moda não se delinea apenas como domínio do estilista e do designer, mas também, e sobretudo, de grandes financistas e agentes da bolsa (Calanca, 2008, p. 130).

Moda é, sim, uma questão muito complexa, e que envolve conteúdos muito distintos. Pode considerar questões efêmeras e de superficialidade, questões sociais e culturais, históricas e econômicas – e, talvez por isso, venha a ser um vasto e interessante campo de pesquisa.

E se, em vez de limitarmos nosso olhar à esfera das roupas, consideramos que esse fenômeno invade os limites de todas as outras áreas do consumo e pensarmos que sua lógica também penetra a arte, a política e a ciência, fica claro que estamos falando sobre algo que reside praticamente no centro do mundo moderno (Svendsen, 2010, p.10).

Conti (2008) não limita a moda a termos de intuição e recepção de um conceito puramente estético e estilístico. O autor acredita que deve-se pensar o produto de moda

inserido em uma série de fenômenos, culturais, produtivos, midiáticos e consumistas, e que estes permitem a criação e a afirmação da moda de fato.

Calanca (2008) faz um estudo social da moda, e afirma que, na maioria dos estudos teóricos e históricos na área da moda, o vestuário é considerado ponto central, pois se percebe traços significativos ao tema. Ela afirma que, realmente, a indumentária é um fenômeno completo como objeto de pesquisa, visto que oferece um discurso histórico, econômico, tecnológico e etnológico, além da importância do seu sistema de signos na comunicação e linguagem.

Entretanto, a moda vai muito além do vestir. Moura (2008) afirma que a moda também está relacionada com a maneira como as pessoas escolhem e fazem uso de seus produtos industrializados, ou seja, a forma como organizam e compõem o seu estilo de vida. Como, por exemplo, sua casa, os lugares que frequentam, os objetos e produtos que utilizam, as opções culturais que adotam, compõem, assim, sua vida e seus referenciais.

Lipovetsky (2009) relaciona a moda com as “teorias de distinção”, e, para ele, a moda é muito mais do que um fator diferenciador de classes. Para o autor, moda é “em primeiro lugar, um dispositivo social caracterizado por sua temporalidade particularmente breve” (Lipovetsky, 2009, p. 25). O autor percebe a moda como o culto ao novo, diretamente relacionada à individualidade, algo que trouxe à sociedade a valorização das escolhas individuais, libertando as pessoas de antigos costumes.

Considerando o autor, é possível afirmar que a moda também está inserida em setores como mobiliário, objetos e linguagens, porém, o vestuário é a maior referência para a problemática da moda. Durante muito tempo, o domínio da aparência teve o seu lugar de destaque na história da moda. “Mas até os séculos XIX e XX foi o vestuário, sem dúvida alguma, que encarnou mais ostensivamente o processo de moda” (Lipovetsky, 2009, p. 25).

Com base nos autores estudados, o presente trabalho emprega o referencial de moda como fenômeno social relacionado à temporalidade, que, em determinada época da história, pode ter sido percebido como diferenciador de classes, mas que, antes de qualquer coisa, é um fator de individualidade diretamente relacionado às aparências e também ligado a questões culturais, sociais, políticas, antropológicas e econômicas.

Metodologia

O presente trabalho conduziu uma pesquisa quantitativa, de caráter descritivo. Com base em Callado *et al.* (1997), pode-se afirmar que a pesquisa descritiva tem o propósito de investigar e descrever situações, como são e como se manifestam determinados fenômenos, os quais são submetidos à análise.

O método de pesquisa foi análise sistemática, tendo como diferencial o emprego de algumas técnicas de mineração de dados com auxílio de *software* específico. No entanto, primeiramente, os dados foram submetidos a um processo de categorização.

Recorte de pesquisa

Na área de objeto de pesquisa, foi definido como artigo de periódico acadêmico publicado – não sendo incluídos artigos de congressos e eventos. Para a definição de três periódicos, adotaram-se os seguintes critérios: publicações brasileiras – visto que a moda, como área acadêmica no Brasil, é relativamente nova, e, dessa forma, o presente trabalho poderá contribuir com o fortalecimento da área. Periódicos cadastrado no portal CAPES, na área 29 – que compreende as áreas de Arquitetura, Urbanismo e Design. Assim, aumentou-se o nível do grau de exigência dos artigos. Não foram selecionados por estrato, já que há poucas revistas específicas na área de design de moda.

IARA: Revista de moda, arte e cultura, E-periódico ModaPalavra e Revista Dobras, foram os três periódicos estudados. No presente artigo, foram analisados os artigos publicados no periódico Dobras. Considerando que o periódico em análise contém outros tipos de produção além dos artigos científicos, o presente trabalho levou em consideração apenas o material identificado como artigo pelo próprio periódico, e foram consideradas as publicações até junho de 2013.

Pré-processamento

Esta etapa iniciou com a coleta de dados. Foram totalizados 82 artigos no periódico Dobras – todos analisados e sendo reconsiderados, para análise, aqueles que não

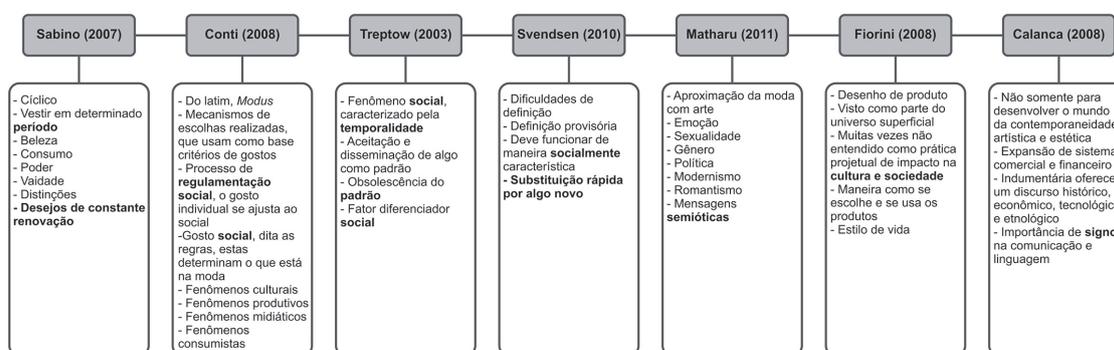


Figura 1. Algumas definições de moda.

Figure 1. Some definitions of fashion.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada.

tinham uma relação direta com a moda, sendo considerados como oriundos de “áreas correlatas”. Dessa forma, foram necessárias as definições de categorias para efetuar o agrupamento, para fins de análise.

Na fase de coleta de dados, os dados foram tabulados em uma planilha Microsoft Excel, na qual, primeiramente, foram inseridos os seguintes dados das seguintes variáveis presentes nos artigos: volume, mês e ano de publicação, instituição de ensino, título, tema (um resumo, apenas para registro do que tratava cada pesquisa), palavras-chave e se o artigo pertencia à área da moda ou a uma área correlata. Dessa forma, todos os artigos foram considerados para contagem e verificação geral.

Com base na interpretação das leituras dos artigos e na definição de moda já apresentada, foram criadas as seguintes 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.

Com a criação das categorias, foram descartados artigos que não se enquadravam nas mesmas – por exemplo, trabalhos de áreas correlatas, como design em geral, arquitetura, sociologia e arte, entre outros, que não tratavam especificamente de assuntos de moda, conforme a definição empregada nesse processo. Excluindo esses artigos, permaneceram 62 – para esses, foram coletados outros dados relevantes ao projeto. Dentre os dados relevantes, tem-se o tipo de pesquisa, o tipo de coleta de dados utilizada, se a pesquisa era de caráter qualitativo ou quantitativo e o objeto de pesquisa, entre outros.

É importante destacar que alguns trabalhos não mencionavam a instituição de ensino à qual pertenciam, e foram agrupadas como “outras”. Como será apresentado na seção de análise dos resultados, muitos trabalhos não apresentavam dados de metodologia de pesquisa científica ou de coleta de dados. Para que fosse possível completar os dados, foi necessário definir, através de leitura e interpretação dos artigos, com base em Sampieri *et al.* (1997) e Lakatos e Marconi (2009), os dados de metodologia e de coleta de dados.

Com base nesse levantamento, criou-se um campo na tabela que classifica o nível de informação no artigo sobre a metodologia. Em alguns casos, o estudo não mencionava a metodologia; em alguns casos, abordava-a de forma superficial, apresentando um ou dois dados no resumo ou na introdução. Outros abordavam a metodologia de forma mais detalhada, fornecendo mais informações sobre a metodologia, um resumo mais completo, e, em alguns casos, até apresentavam uma seção específica sobre a metodologia.

A etapa seguinte tratou da correção e do ajuste no formato dos dados, para que fosse possível efetuar as técnicas de mineração de dados. No caso do *software* escolhido, foi necessário realizar codificação – substituindo

dados por códigos numéricos – e, em alguns casos, por palavras. Essas substituições devem ser realizadas conforme a tarefa e a técnica de mineração de dados escolhidas no *software*.

Mineração de dados

A mineração de dados trata de uma das etapas do processo, conhecida como Descoberta de Conhecimento em base de dados. Segundo Goldschmidt e Passos (2005), a descoberta do conhecimento em Bases de Dados – também chamada de *Knowledge Discovery in Data Bases* (KDD) – vem despertando o interesse das comunidades científica e industrial. Eles destacam que a Mineração de dados é um termo mais popular, e muitas vezes alguns autores podem se referir à KDD e Mineração de Dados como sinônimos; porém, para os autores em questão, a Mineração de Dados está inserida dentro da KDD, sendo uma de suas etapas.

A primeira etapa da descoberta de conhecimento, segundo Goldschmidt e Passos (2005), é o pré-processamento, no qual acontece a captação, a organização e o tratamento de dados. Essa etapa é muito importante no processo de KDD – nela, estão incluídas atividades de correção de dados errados até o ajuste de formatos dos dados para a mineração de dados.

A segunda etapa é a fase da mineração de dados, principal etapa do KDD, e que envolve a aplicação de algoritmos sobre os dados, em busca de conhecimentos implícitos e úteis. A forma como esse conhecimento será representado, em um modelo que será o resultado de todo processo depende diretamente do(s) algoritmo(s) que serão utilizados na mineração de dados.

A fase de pós-processamento engloba o tratamento do conhecimento obtido na mineração de dados; as principais funções são elaboração e organização, também podendo incluir simplificação de gráficos, diagramas ou relatórios demonstrativos.

Goldschmidt e Passos (2005) apresentam três elementos que compõem o Desenvolvimento de Conhecimento nas Bases de dados (KDD): o problema em que será aplicado o processo, os recursos disponíveis e os resultados obtidos. O problema é composto por três elementos: conjuntos de dados, o especialista de domínio da aplicação e os objetivos da aplicação. Os dados devem ser organizados em uma única estrutura tabular bidimensional contendo casos e características do que será analisado. O especialista pode ser uma pessoa ou grupo que conhece o assunto e o ambiente em que será aplicado o KDD. Os recursos disponíveis são: o especialista em KDD, as ferramentas de KDD e a plataforma computacional. Os resultados obtidos compreendem os modelos de conhecimentos descobertos e o histórico das ações.

Com base nos autores referenciados, pode-se verificar que o processo de Desenvolvimento de Conhecimento em Bases de Dados se divide em três etapas, sendo a mais importante a de mineração de dados. A partir dos conceitos e definições verificados anteriormente somados às divisões propostas por Dias (2001) e Nisbet *et al.* (2009), foi elaborado um mapa, para melhor compreender o processo de KDD.

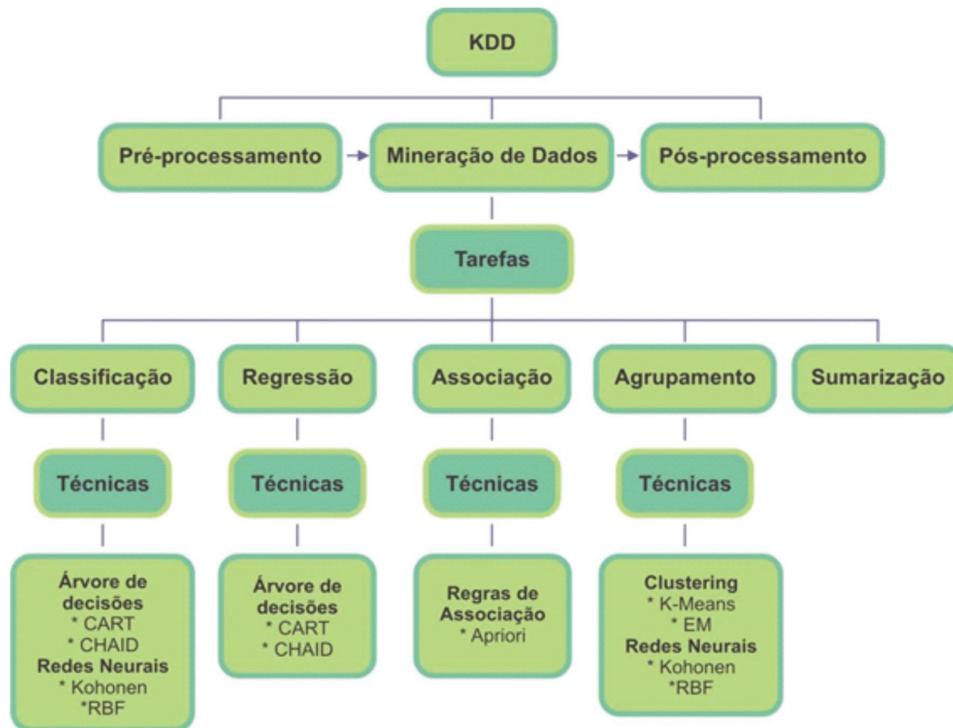


Figura 2. Processo de KDD e Mineração de Dados.
Figure 2. KDD process and Data Mining.

O uso da mineração de dados proporciona uma série de tarefas e uma considerável quantidade de técnicas distintas. No presente trabalho, foram utilizadas a clusterização – ou agrupamento – e a associação por regras, pois são as tarefas mais clássicas da mineração de dados, e relevantes para o presente trabalho. Para automatização das análises, foi utilizado o *software Rapidminer* (<http://rapid-i.com/>).

Nisbet *et al.* (2009) define a clusterização/agrupamento como a detecção de subgrupos semelhantes entre uma grande variedade de casos e atribuem-se essas observações aos seus subgrupos ou *clusters*. “Tão importante quanto identificar tais grupos é a necessidade de determinar como esses grupos são diferentes” (Nisbet *et al.*, 2009, p. 147). Dias (2001) define a clusterização ou segmentação como a divisão de um grupo heterogêneo em subgrupos ou grupos mais homogêneos, e cita como exemplo agrupar clientes por região do país ou por similaridade de comportamento de compra.

Associação é a relação de itens que ocorrem com frequência em conjuntos de dados. Goldschimidt e Passos (2005) a definem da seguinte maneira: “Intuitivamente, essa tarefa consiste em encontrar conjuntos de itens que ocorram simultaneamente e de forma frequente em um banco de dados” (Goldschimidt e Passos, 2005, p. 59). Para Nisbet *et al.* (2009), essa técnica permite que os pesquisadores descubram padrões ocultos em grandes conjuntos de dados. Um exemplo clássico citado por Dias (2001) são as compras, produtos que são colocados juntos no carrinho de supermercado. Para Tan *et al.* (2005), a força de uma regra de associação pode ser medida em termos do seu suporte e confiança. Suporte determina a frequência

com que uma regra é aplicável a um determinado conjunto de dados, enquanto confiança determina a frequência com que os itens em Y aparecem em transações que contêm X. Um suporte alto é importante: se ele for baixo, a regra pode ocorrer apenas por acaso. Da mesma forma, a confiança também – quanto maior melhor, pois ela mede a confiabilidade da interferência feita por uma regra.

Análise dos resultados

Devido ao grande número de resultados gerados, aqui são apresentados alguns específicos, como uma prova de conceito sobre o emprego de técnicas de mineração de dados como apoio à análise sistemática¹, e uma síntese de todos ao final, na seção seguinte. Mais resultados podem ser verificados na dissertação de mestrado completa (Horn, 2014).

Dos 82 artigos, 20 eram de áreas correlatas. Artigos relacionados diretamente ao design de moda, os quais que se enquadravam nas categorias citadas anteriormente, totalizaram 62. Estes foram analisados mais detalhadamente.

Na variável “métodos de pesquisa”, observa-se, no Gráfico 1, que os artigos apresentam maior número de metodologias puramente bibliográficas, seguido por pesquisa histórica e estudo de caso, respectivamente. Para a categorização, empregou-se o conjunto de definições apresentados por Ribeiro *et al.* (2011).

A respeito da abordagem científica, podemos verificar, a partir do Gráfico 2 – “Abordagem de metodologia científica detalhada” –, foi enquadrado apenas em um artigo, sendo este, estudo de caso. A abordagem superficial

¹ Também conhecida como revisão sistemática.

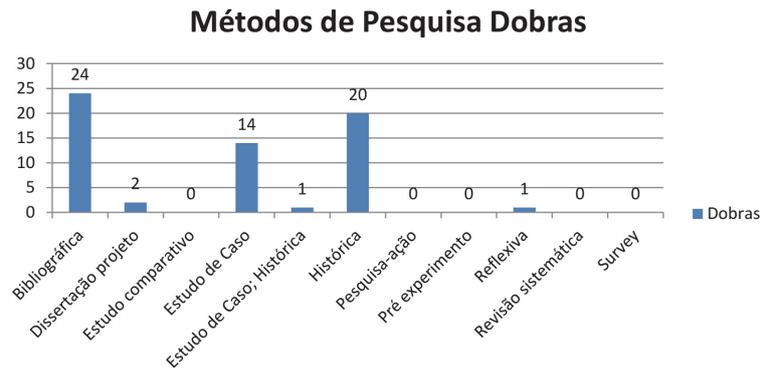


Gráfico 1. Métodos de pesquisa.
Graph 1. Research methods.

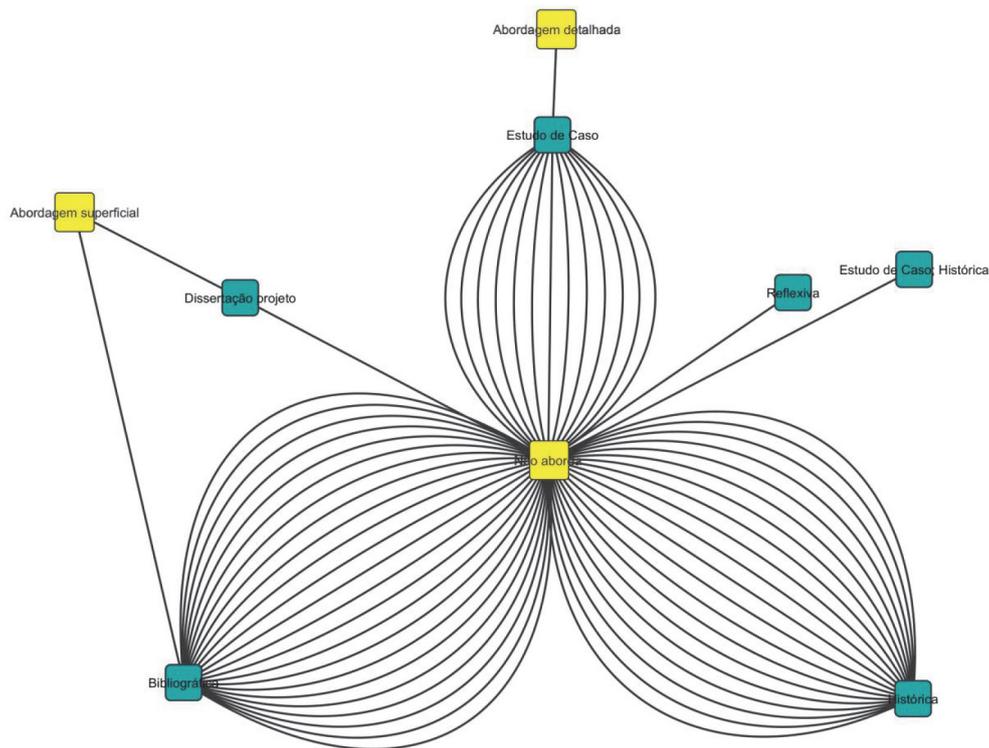


Gráfico 2. Abordagem de metodologia e métodos de pesquisa.
Graph 2. Methodological approach and research methods.

acontece em dois casos, um artigo de dissertação projeto e um de pesquisa bibliográfica. Os demais trabalhos não mencionam a metodologia de pesquisa científica. A definição dessa classificação foi apresentada na seção de pré-processamento.

No Gráfico 3, pode se verificar, de forma mais particularizada, como é a abordagem científica das instituições que publicaram artigos nesse periódico. A instituição que faz abordagem detalhada da metodologia é a Faculdade Boa Viagem de Pernambuco. E as instituições que apresentaram artigos com uma abordagem superficial de metodologia foram a Universidade de Caxias do Sul, do Rio Grande do Sul, e a PUC-SP, em conjunto com a PUC-PR – as demais não mencionaram a metodologia de forma explícita.

Por meio da chamada “análise de regras por associação”, ilustrada na Figura 3, é possível afirmar que as categorias mais pesquisadas são: História da Moda, Moda e Sociedade, Semiótica na Moda, Consumo de moda, Moda e Arte e História da moda no Brasil, respectivamente. Foram consideradas categorias que apareceram acima de 9%.

Podemos observar a seguinte regra presente na Figura 2, 24, 33% dos artigos que são de Moda e Arte também estão na categoria de História da moda. Destaca-se que essa regra ocorre em 32% dos artigos presentes na revista Dobras, que totalizam 62 artigos.

Outra regra com valores idênticos, porém categorias diferentes, se encontra na linha 32 do relatório de resultados. Nessa, observa-se que 33% dos artigos de Moda e Arte também são enquadrados em Semiótica

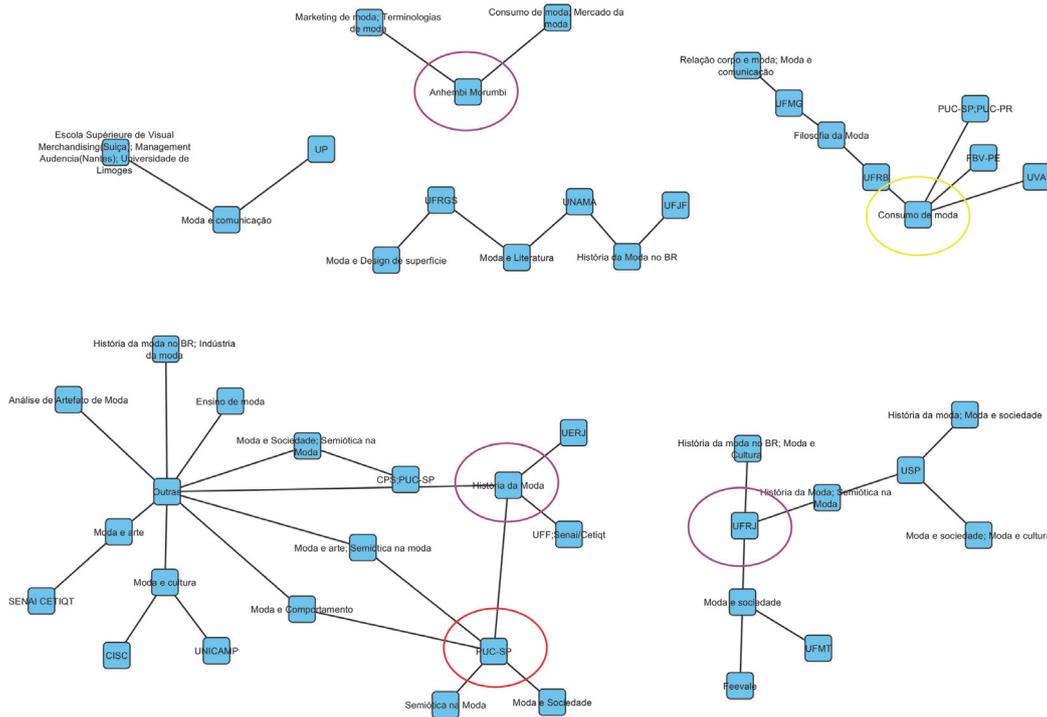


Gráfico 4. IE e categorias temáticas.
Graph 4. IE and thematic categories.

Considerações finais

Por meios dos dados verificados e de todos os resultados obtidos, foi gerado um conjunto de relatórios que oportuniza a identificação de um panorama dos artigos publicados no periódico Dobras. Obteve-se um grande número de categorias temáticas – observa-se maior concentração de trabalhos nas categorias temáticas História da Moda, Ensino de Moda e Moda e Sociedade. Observa-se que temas mais técnicos de moda não são abordados com muita frequência, se comparados com outra temáticas.

As instituições com maior número de publicações foram a PUC-SP e a UFRJ, lembrando que foram consideradas, para esse cômputo, referências a publicações de apenas uma determinada instituição, e não de instituições agrupadas entre si.

Há um número significativo de artigos que não abordam métodos de pesquisa e coleta de dados. Quanto aos métodos, a maioria das pesquisas é predominantemente Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Histórica e Estudo de Caso. Os tipos de coletas de dados predominantes são a coleta puramente Bibliográfica, a Análise de Fotografias e a Análise de Conteúdo. Considerando essas informações, já se esperava um grande número de trabalhos de caráter qualitativo.

Ainda é possível refletir acerca das categorias temáticas pesquisadas. Com base na pesquisa teórica realizada para este trabalho, Pires (2002) afirma que as escolas de moda no Brasil surgiram da necessidade de profissionais capacitados para atender o mercado e indústria. Assim, a escola de moda teve origem na prática, com um perfil técnico.

Com isso, é possível levantar os seguintes questionamentos para futuros trabalhos: porque uma área da prática e técnica resultou em pesquisas opostas a esse perfil técnico? Com esses resultados, pode-se afirmar que áreas ainda não exploradas abrem oportunidades de investigação e geração de conhecimento para futuras pesquisas na área de moda.

Em relação à metodologia utilizada, o presente estudo contribui para futuras pesquisas que poderão vir a utilizar este tipo de metodologia para trabalhos das mais diversas áreas. Um trabalho que empregue essa técnica pode apoiar a definição de perfis de periódicos – permitindo, assim, que pesquisadores possam analisar outros periódicos, vindo a formar um banco de perfis de periódicos para seus grupos de pesquisa.

Referências

ANDRADE NETO, M.L. 2012. A produção científica de Design de Moda no Brasil: um estudo bibliométrico. Disponível em: <http://sitios.anhembi.br/damt/arquivos/1.pdf>. Acesso em: 09/06/2013.

BONADIO, M.C. 2010. A produção acadêmica sobre moda na pós-graduação *Stricto Sensu* no Brasil. *IARA: revista de Moda, Cultura e Arte*, 3(3):50-146.

CALANCA, D. 2008. *História social da moda*. São Paulo, Senac, 227 p.

CALDAS, D. 2006. *Observatório de sinais: Teoria e prática da pesquisa de tendências*. Rio de Janeiro, Senac, 221 p.

CALLADO, C.F.; LUCIO, P.B.; SAMPIERI, C.R.H. 1997. *Metodología dela investigación*. Colombia, Panamericana Formas e Impresos S.A., 411 p.

- CONTI, G.M. 2008. Moda e cultura de projeto industrial: hibridação entre saberes complexos. In: D.B. PIRES (org.), *Design de moda olhares diversos*. Barueri, Estação das Letras, p. 219-230.
- DIAS, M.M. 2001. *Um modelo de formalização do processo de sistema de descoberta de Conhecimento em banco de dados*. Florianópolis, SC. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, 197 p.
- FIORINI, V. 2008. Design de moda: abordagens conceituais e metodológicas. In: D.B. PIRES (org.), *Design de moda olhares diversos*. Barueri, Estação das Letras, p. 95-114.
- GOLDSCHIMIDT, R.; PASSOS, E. 2005. *Data Mining – um guia prático*. Rio de Janeiro, Elsevier, 158 p.
- HORN, B.S. 2014. *Uma análise da pesquisa em design de moda no Brasil a partir de periódicos da área*. Porto Alegre, RS. Dissertação de Mestrado. Centro Universitário Ritter dos Reis, 119 p.
- LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. 2009. *Metodologias do Trabalho Científico*. São Paulo, Atlas, 261 p.
- LIPOVESTKY, G. 2009. *O império do efêmero: a Moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo, Editora Schwarcz LTDA., 247 p.
- MATHARU, G. 2011. *O que é design de moda?* Porto Alegre, Bookman, 255 p.
- MOURA, M. 2008. A moda entre a arte e o design. In: D.B. PIRES (org.), *Design de moda olhares diversos*. Barueri, Estação das Letras, p. 37-74.
- NISBET, R.; ELDER, J.; MINER, G. 2009. *Handbook Statistical Analysis Data Mining Applications*. Oxford, Elsevier, 824 p.
- PIRES, D.B. 2002. A história dos cursos de design de moda no Brasil. *Nexus: Estudos em Comunicação e Educação*, n. 9, ano VI, p. 1-13.
- RIBEIRO, V.G.; SILVEIRA, S.R.; BISCONSIN, E.P.; ZABADAL, J.G. 2011. Uma análise conceitual sobre métodos de pesquisa utilizados em Design. *Revista D*, 3:97-112.
- SABINO, M. 2007. *Dicionário da Moda*. Rio de Janeiro, Campos 656 p.
- SAMPIERI, C.R.H.; CALLADO, C.F.; LUCIO, P.B. 1997. *Metodología dela investigación*. Colombia, Panamericana Formas e Impresos S.A., 411 p.
- SVENDSEN, L. 2010. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro, Zahar, 223 p.
- TAN, P.N.; STEINBACH, M.; KUMAR, V. 2005. *Introduction to Data Mining*. London, Addison Wesley, 769 p.
- TREPTOW, D. 2003. *Inventando Moda: Planejamento de Coleção*. Brusque, Ed. do Autor, 209 p.

Submitted on September 17, 2015

Accepted on October 24, 2015