

ENTRELAÇANDO SABERES: A MODA COMO CAMPO DE PESQUISA INTERDISCIPLINAR E MULTIDISCIPLINAR

INTERWEAVING KNOWLEDGE: FASHION AS A FIELD OF INTERDISCIPLINARY AND MULTIDISCIPLINARY RESEARCH

Cleber Cristiano Prodanov

Doutor em História pela Universidade de São Paulo (USP). Professor do Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale (Feevale).

E-mail: prodanov@feevale.br

Claudia Schemes

Doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professora do Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale (Feevale).

E-mail: claudias@feevale.br

Glauber Soares Junior

Doutorando em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale (Feevale) e mestre em Economia Doméstica pela Universidade Federal de Viçosa (UFV).

E-mail: glaubersoares196@hotmail.com

Resumo: No Brasil, a moda como um campo acadêmico-científico é ainda recente. Entretanto, nas últimas décadas, vêm sendo desenvolvidos estudos que abordam a área, a partir de óticas interdisciplinares e multidisciplinares, discutindo problemáticas históricas, artísticas, socioculturais, ergonômicas, sustentáveis, entre outras. Este artigo foi desenvolvido com o objetivo de analisar quais óticas teóricas e metodológicas vêm sendo utilizadas em manuscritos que possuem a moda como objeto de pesquisa, investigando especificamente cinco periódicos associados à Universidade Feevale. Trata-se de uma pesquisa de natureza básica, com abordagem quantitativa-qualitativa, do tipo exploratório-descritivo, realizada por meio de um levantamento sistemático de bibliografia. Os dados foram analisados com a utilização da técnica das redes temáticas com auxílio do *software* Iramuteq. Encontraram-se 29 artigos que foram subdivididos em cinco redes de temas: 1. mulher, consumo e pessoa idosa; 2. linguagem e cultura; 3. produção, ensino e metodologias; 4. gestão, estratégias e inovação; e 5. processo de criação. De modo geral, compreende-se que os

estudos da moda assimilam as transformações que ocorrem na sociedade, buscando elucidar e solucionar problemáticas sociais, culturais, econômicas, tecnológicas e sustentáveis.

Palavras-chave: Moda. Vestuário. Interdisciplinar. Multidisciplinar. Sociocultural.

Abstract: In Brazil, fashion as an academic-scientific field is still recent. However, in the last decades, studies have been developed that approach the area, from interdisciplinary and multidisciplinary perspectives, discussing historical, artistic, sociocultural, ergonomic, sustainable issues, among others. This article was developed with the aim of analyzing what theoretical and methodological approaches have been used in manuscripts that have fashion as an object of research, investigating specifically five periodicals associated with the Feevale University. This is a basic research, with a quantitative-qualitative approach, of an exploratory-descriptive type, carried out through a systematic survey of bibliography. The data were analyzed using the technique of thematic networks with the help of the Iramuteq software. It was found that 29 articles were found, and these were subdivided into five thematic networks, these being: 1. women, consumption and the aidoid person; 2. language and culture; 3. school production and methodologies; 4) management, strategies and innovation; and 5. creation process. In general, it is understood that fashion studies assimilate the transformations occurring in society, seeking to elucidate and solve social, cultural, economic, technological and sustainability problems.

Keywords: Fashion. Clothing. Interdisciplinary. Multidisciplinary. Sociocultural.

INTRODUÇÃO

A moda, como um campo de ensino e pesquisa no Brasil, ainda é hodierna. Sabe-se que o primeiro curso de graduação foi instituído apenas no ano de 1987. Trinta e cinco anos após a institucionalização – em termos de criação de cursos universitários – da área, o curso de Moda ainda não possui uma categoria específica formulada pelo Ministério da Educação (MEC), mantendo-se circulando e sendo categorizado entre as áreas de *design* e artes. Atualmente, existem cerca de 243 cursos universitários da área no país, estando a maioria localizada em instituições privadas e concentrada nas regiões Sudeste – São Paulo e Minas Gerais – e Sul – Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná – do território brasileiro. Ademais, no país, existem apenas dois programas de pós-graduação diretamente associados à moda (Poerner, 2020), e ambos ofertam apenas o nível de mestrado, sendo um acadêmico em outro profissional, não havendo nenhum programa de doutoramento.

É nesse contexto que muitos pesquisadores dessa temática buscam desenvolver suas pesquisas em programas de pós-graduação de diferentes áreas, destacando-se os

campos das artes e do *design* e o interdisciplinar em ciências humanas e sociais. Por esse ângulo, as pesquisas cuja centralidade se alçam no âmago da moda vêm sendo realizadas por diversas óticas teóricas, caracterizando esse campo como interdisciplinar, multidisciplinar e transversal. Nesse sentido, são desenvolvidos estudos que atravessam questões sociais, artísticas, econômicas, culturais, ambientais, antropológicas, ergonômicas, entre muitos outros aspectos. E esses diálogos são apresentados por diferentes processos metodológicos, culminando em discussões apoiadas em diferentes perspectivas teóricas e técnicas de investigação científica.

Com esse entendimento, o desenvolvimento de artigos que contemplem a temática da moda é relevante primariamente por eles fomentarem o estado da arte de produções dessa área em específico, solidificando os conceitos formulados por pesquisadores desse campo, além de elucidarem a importância social e científica dessas concepções. À vista disso, este artigo analisou pesquisas cuja temática central está associada ao campo da moda, com base na seguinte questão:

- A partir de quais visões teóricas e caminhos metodológicos esses estudos estão sendo realizados?

Por meio dessa problematização, o objetivo deste artigo foi analisar quais óticas teóricas e metodológicas vêm sendo utilizadas em artigos que possuem a moda como objeto de investigação. Para tal, escolheu-se como *corpus* de pesquisa estabelecer uma análise sistemática de artigos publicados em periódicos da Universidade Feevale, compreendendo que a instituição possui protagonismo no ensino e na pesquisa no que diz respeito ao campo da moda, sobretudo por essa organização dispor de programas de pós-graduação localizados na área interdisciplinar e por esses periódicos estarem associados aos programas.

No que tange aos procedimentos metodológicos, a pesquisa, quanto à sua natureza é básica, possui como propósito impulsionar o escopo teórico, de modo a utilizar e ampliar preceitos acerca da temática da moda e de seus atravessamentos. Quanto à forma de abordagem do problema, trata-se de um estudo quantitativo e qualitativo, realizado por meio de um levantamento bibliográfico. Com respeito aos fins da pesquisa, tem-se um desenho metodológico exploratório-descritivo, em que se faz um estudo com certa profundidade no entorno do objeto de pesquisa, possuindo como base materiais já elaborados (Prodanov; Freitas, 2013).

Em tal contexto, o presente artigo foi redigido com base em uma análise sistemática de bibliografia, possuindo como foco investigativo cinco periódicos associados à Universidade Feevale: *Revista Prâksis*, conectada ao Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais; *Revista Conhecimento Online*, ligada ao Programa

de Pós-Graduação em Diversidade e Inclusão Social; *Revista Gestão e Desenvolvimento*, que integra o mestrado acadêmico em Administração; *Revista Tecnologia e Tendências*, que engloba a instituição mencionada de forma geral; e *Brazilian Creative Industries Journal*, revista relacionada ao mestrado profissional em Indústria Criativa. A opção por investigar os periódicos dessa instituição foi impulsionada pela compreensão de que ela estimula o desenvolvimento de pesquisas que possuem a moda como temática, pois, nessa universidade, existem cursos de graduação e pós-graduação (*lato e stricto sensu*) oriundos desse campo temático ou com abertura para essas discussões, sobretudo fomentando debates interdisciplinares e multidisciplinares.

A escolha pela análise sistemática como forma de construção do *corpus* da pesquisa foi estimulada, pois, mediante essa técnica metodológica, utilizam-se dados bibliográficos oriundos de um campo temático específico. Assim, sintetizam-se tais dados, de modo a integrá-los e analisá-los, e esmiuçar e fomentar o estado da arte ora explorado (Sampaio; Mancini, 2007).

Com base nas objetivações elencadas, buscou-se analisar manuscritos que possuíam como tônica central a moda e que propiciassem discussões inter e multidisciplinares, sendo essa também uma das justificativas para escolha dos periódicos selecionados. Assim, consideraram-se como recorte temporal para busca desses artigos todas as edições, até a última publicada no primeiro semestre do ano de 2022, dos periódicos selecionados.

No que concerne à seleção dos artigos, destaca-se que foram utilizados como marcadores os termos “moda” e “vestuário”, sendo a busca realizada nos próprios *sites* das revistas supramencionadas. Como critérios de inclusão, os artigos precisavam deter pelo menos um dos marcadores como palavra-chave. Nessa investigação, foram encontrados 29 artigos, que serão apresentados posteriormente. Em um primeiro momento, leram-se os títulos, as palavras-chave e os resumos de todos os manuscritos, constatando se os marcadores de fato constavam nesses trabalhos. Com a identificação de que esses artigos atendiam aos critérios anunciados, todos seguiram para a análise geral.

Após realizada a seleção, os artigos foram lidos em totalidade, organizados em uma planilha produzida no *software* Microsoft Excel, sistematizados em tabela, contendo informações como: periódico, edição e ano de publicação, título, resumo, metodologia e autores dos trabalhos.

Sequencialmente, realizou-se uma análise quantitativa desses dados, constituída por meio de uma investigação acerca do número de manuscritos publicados em cada revista e as metodologias utilizadas. Ainda, comparou-se também a relação quantitativa de artigos publicados em todas as edições das revistas, escabeceando o percentual de ocorrências dos trabalhos que possuíam conteúdo relacionado à moda. Tais dados foram apresentados em forma de tabelas, quadros e gráficos.

Por fim, realizou-se uma investigação qualitativa dos artigos mediante uma análise de conteúdo por meio da técnica das redes temáticas, como propõe Attride-Stirling (2001). Tal análise foi efetivada com o auxílio do *software* Iramuteq, em que se manusearam as ferramentas “nuvem de palavras” e “matriz dendrograma”.

Em relação às ferramentas do Iramuteq, destaca-se que a nuvem de palavras é formulada por meio do agrupamento de vocábulos, ordenados mediante suas ocorrências, formando-se um gráfico que expressa as palavras que mais se repetem no *corpus* analisado. Nesse gráfico, quanto maior a ocorrência da palavra, maior ela é representada (Salviati, 2017). O dendrograma é constituído pela repartição do *corpus*, em que se dividem as classes temáticas em matrizes. Por meio dessa análise, tem-se uma formação fatorial de correspondências, em que se apresentam os “segmentos de texto mais característicos de cada classe (*corpus* em cor)” (Camargo; Justo, 2013, p. 5).

A MODA COMO UM CAMPO DE PESQUISA INTERDISCIPLINAR E MULTIDISCIPLINAR

Sem a pretensão de aprofundar e estabelecer novas reflexões acerca dos conceitos que estruturam esse referencial teórico, buscou-se elucidar a relevância da moda como temática de pesquisa, que, ao longo da história, recebeu contribuições de filósofos, sociólogos e historiadores renomados.

Nesse sentido, tem-se a compreensão de que por meio do vestuário são representados elementos culturais e socioeconômicos, caracterizando épocas e povos específicos. A história do vestir acompanha o desenvolvimento da humanidade. Existem vestígios que indicam a presença de têxteis desde o período pré-histórico (Pezzolo, 2021). As roupas têm como função básica vestir os corpos, protegendo contra adversidades climáticas, mas ainda mais significativos são seus sistemas simbólicos que demarcam fontes sociais, econômicas, culturais, ritualistas, tecnológicas e identitárias (Godart, 2010).

Embora o estudo da moda seja ainda muito recente – sobretudo no Brasil –, filósofos, historiadores e sociólogos, ainda que não especialistas da área, deixaram contribuições conceituais para pesquisa e ensino nesse campo. Nessa perspectiva, Veblen (1988), ao debater acerca do consumo como reflexo da estrutura social, teorizou o que compreende por “classe ociosa”, contemplando a moda, a partir do consumo, como demarcadora de distinções sociais.

De maneira similar, Simmel (2008) interpreta a moda como um fenômeno social complexo capaz de influenciar linguagens e gerar normas de conduta próprias. Nas teorias do autor, a moda é um mecanismo utilizado para distinção entre classes sociais, em uma relação de criação-imitação. Com esse entendimento, tem-se, para o autor, a assimilação do surgimento do sistema de moda. À vista disso, salienta-se que as principais contribuições do autor para o campo da moda são relacionadas ao vestuário como dispositivo que define e representa hierarquias sociais.

Discutindo também a respeito da estrutura e hierarquia social, Bourdieu (2011) realça o ato de vestir como prática cultural resultante dessas relações estruturais e hierarquizadas. Dessa maneira, a moda faria parte da produção de símbolos e de comportamentos, representando sentidos e valores atribuídos pelos indivíduos e por seus grupos sociais. Portanto, a moda seria uma prática cultural que permeia a sociabilidade, aproximando e afastando grupos e sociedades por meio de ordens materiais e simbólicas.

De forma similar quanto à compreensão da moda como geradora de símbolos, Barthes (2009) a compreende como um sistema de signos possível de ser decifrado. O autor analisa o vestuário como artefato que comunica. Para o autor, o sistema de moda é complexo e possui regras e componentes que se transformam.

No Brasil, Gilda de Mello e Souza (1987) foi pioneira ao pesquisar – em tese doutoral – a roupa – por ilustrações, fotografias, pinturas e obras literárias – como documento sociológico, artístico e estético, e possível de ser compreendido como uma manifestação cultural. A autora ainda vislumbrava a moda como diferenciadora de gênero, em que o vestuário poderia representar masculinidades e, sobretudo, feminilidades – temática da qual se tem maior aprofundamento. Mello e Souza (1987) também abordou o caráter de distinção social da moda, indo além ao enfatizar os atravessamentos das influências da moda em âmbitos urbano e rural.

Em um contexto mais contemporâneo, investigando a sociedade do consumo na dita hipermodernidade, Lipovetsky (2009) analisa a moda inserida nessa sociedade, buscando elucidar as dinâmicas notadas na atualidade. Para o autor, a moda é, primariamente, um mecanismo social geral que perpassa a ideia de vestuário, influenciando e modificando outros campos sociais. O sociólogo focaliza como a moda deixa de ser de monopólio burguês e torna-se democrática e ao alcance das camadas populares da sociedade. Entretanto, essa relação é ambígua e dual, na medida em que, pela indústria da moda, são gerados desejos que influenciam decisões de compra e fomentam padrões que delineiam gostos e comportamentos, criando necessidades, ou seja, detendo de algum tipo de poder. Assim, a lógica da sociedade de consumo estaria ligada à busca incessante por satisfazer desejos criados por meio da compra.

Atualmente, no Brasil, alguns professores-pesquisadores se destacam no desenvolvimento e na orientação de pesquisas que possuem a moda como objeto central, investigando-a por múltiplos olhares. Como exemplificação, podem-se citar os seguintes autores: Bonadio (2007) que focaliza aspectos relacionados à história e ao consumo de moda, de modo a evidenciar questões relativas ao gênero; Sant’Anna (2014) que centraliza suas pesquisas nas relações entre história, cultura e moda; Andrade (2008, 2014) que estuda a história do vestir a partir da perspectiva da cultura material e visual, relacionando categorias como memória e identidade; Menezes e Spaine (2010) e

Menezes e Moura (2014) que evidenciam o *design* de moda por meio dos processos e das metodologias de ensino, criação e produção; Merlo (2012, 2016) que analisa a moda e a indumentária pela ótica museológica, destacando aspectos como tradição, cultura e conservação; Berlim (2012) que traz reflexões principalmente acerca da aplicação do conceito de sustentabilidade na cadeia têxtil; entre outros importantes pesquisadores.

Essas elucidações ajudam a demonstrar que estudar/pesquisar moda não é nada trivial, pelo contrário: por meio da pesquisa acerca da moda/do vestuário, são abordadas questões interdisciplinares que permeiam construções e estruturas da sociedade. Por esse ângulo, moda é manifestação cultural, social, econômica e política. Entretanto, os estudos acadêmico-científicos oriundos dessa temática e desenvolvidos por pesquisadores que se dedicam ao tema ainda são recentes, mas muito relevantes, por desvelarem questões ainda pouco apuradas.

RESULTADOS E ANÁLISES

Esta seção foi desenvolvida com o objetivo de apresentar os resultados e as análises deste estudo. Para tal, optou-se por expor esses dados inicialmente de forma conjunta, formando uma análise quantitativa dos textos investigados. Na sequência, são explicitadas as análises qualitativas, desenvolvidas pela organização e sistematização dos manuscritos em redes temáticas.

Análise quantitativa

Como ponto de partida, analisaram-se os estudos com base nas seguintes variáveis: número de artigos selecionados publicados em cada um dos periódicos, ano de publicação e escolhas metodológicas utilizadas. Em relação ao quantitativo de artigos publicados, pode-se verificar o percentual de ocorrência dos manuscritos pertencentes ao campo temático estudado em relação ao escopo total das revistas elencadas (Tabela 1).

Tabela 1: Periódicos, número de artigos analisados e percentual de ocorrência

Periódico	Artigos analisados	Percentual
<i>Revista Prâxis</i>	17	3,80%
<i>Revista Conhecimento Online</i>	4	1,21%
<i>Revista Gestão e Desenvolvimento</i>	4	0,96%
<i>Revista Tecnologia e Tendências</i>	3	2,11%
<i>Brazilian Creative Industries Journal</i>	1	5%

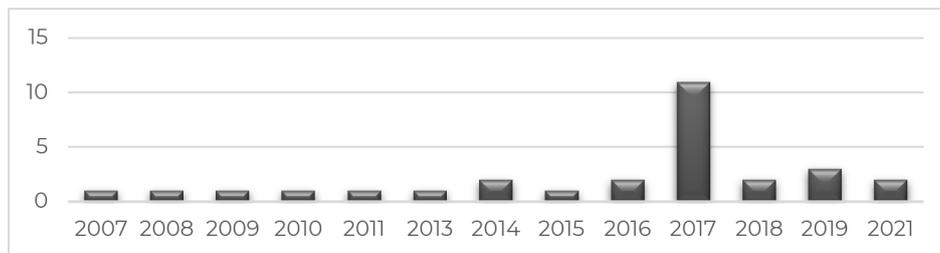
Fonte: Elaborada pelos autores.

Com base nos dados dispostos na Tabela 1, tem-se a percepção de que, dos periódicos selecionados, a *Revista Prâksis* foi o principal veículo de publicação para artigos oriundos da temática abordada. A revista vem sendo publicada desde o ano de 2004, possuindo em seu escopo 447 textos, dispostos em 39 edições. Sequencialmente, tem-se a *Revista Conhecimento Online*, editorada desde o ano de 2009, em que foram divulgados 330 manuscritos, condensados em 30 edições. Em continuidade, tem-se a *Revista Gestão e Desenvolvimento*, cuja iniciação se deu no ano de 2004. Nela, foram identificados 416 textos, amalgamados no decorrer de 40 edições. Na sequência, constata-se a *Revista Tecnologia e Tendências*, que possui periodicidades descontinuadas. A revista, iniciada no ano de 2002, foi publicada até 2020, entretanto identificaram-se períodos de interrupções entre 2010 e 2013, 2015 e 2018, e 2021 e 2022. Nesse jornal, constam publicados 142 escritos, agrupados em 19 edições. Por fim, o periódico *Brazilian Creative Industries Journal* foi fundado em 2021, possuindo apenas duas edições e 20 textos difundidos.

A importância de exibir esses dados na análise se dá pela percepção da porcentagem de ocorrência dos artigos cujas temáticas atravessam a área da moda nesses periódicos que não são especificamente desse campo. Nessa acepção, foi possível constatar que essas revistas são buscadas por pesquisadores da moda e possuem abertura para a exposição de textos que abordem esse conteúdo, mas a temática ainda tem sub-representação. Essa sub-representação pode ser considerada por meio de três reflexões: 1. as revistas interdisciplinares publicam grandes variedades de pesquisas, oriundas de diferentes áreas, fazendo com que a representação de subtemas específicos tenha menores ocorrências; 2. houve, nos últimos anos, desenvolvimento de periódicos específicos do campo da moda, os quais são mais buscados para a publicação dos manuscritos desses conteúdos; 3. como a temática da moda ainda vem sendo pouco estudada no Brasil em relação a outras áreas, existem poucos artigos publicados.

No que concerne à temporalidade de publicação desses estudos, elucida-se que o primeiro texto foi divulgado no ano de 2007 e o último em 2021, como pode ser percebido nos dados do Gráfico 1.

Gráfico 1: Artigos por ano de publicação



Fonte: Elaborado pelos autores.

Com base nesses dados, consegue-se aferir que, a partir do ano de 2007, vem sendo publicado de forma contínua e linear pelo menos um artigo que contemple a área estudada – com exceção de 2012 e 2020. É interessante observar o pico de textos publicados em 2017. Essa extremidade é justificada porque, nesse ano, a *Revista Prâksis* ostentou um dossiê temático elucidando a moda como manifestação cultural. Apenas nesse editorial, foram publicados sete manuscritos oriundos desse assunto.

Com respeito aos caminhos e às técnicas metodológicas utilizadas na construção dos artigos analisados, observou-se que a maioria possui natureza básica que abordou os problemas pela perspectiva qualitativa. Em relação aos fins/objetivos da pesquisa, a maioria refere-se a estudos exploratórios. Esses dados podem ser observados na Tabela 2.

Tabela 2: Metodologias utilizadas nos artigos por natureza, abordagem do problema e fins da pesquisa

Natureza	
Básica	85%
Aplicada	15%
Abordagem do problema	
Qualitativa	94%
Quantitativa	3%
Quanti-qualitativa	3%
Fins da pesquisa	
Exploratória	70%
Descritiva	30%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Com base na nuvem de palavras ora apresentada, tem-se a compreensão de que o termo “moda” aparece como temática central, circulado principalmente pelos vocábulos “corpo”, “forma”, “mulher”, “*design*”, “relação”, “consumo”, “social”, “movimento”, “idade”, “idoso”, “cultura”, “vida”, “criativo”, “trabalho”, “processo”, “identidade”, “inovação”, “desenvolvimento”, “empresa”, entre outros.

Mediante essa variedade e multiplicidade de expressões, consegue-se visualizar a complexidade e diversidade das articulações que esses estudos constituem. De forma geral, observa-se que a moda vem sendo investigada por meio de sua relação com o corpo, tanto no sentido de verificar, ensinar e produzir produtos que melhorem a qualidade de vida dos usuários – sobretudo mulheres idosas – quanto como um mecanismo empoderador e subversivo, que auxilia na quebra de padrões e estereótipos, especialmente do ponto de vista do vestuário feminino, questionado por movimentos feministas.

Em continuidade, as reflexões centram também aspectos relacionados ao vestuário como forma de linguagem capaz de representar culturas e identidades. Nesse sentido, as pesquisas são desenvolvidas por meio da articulação entre a moda, a música, a literatura, entre outros produtos culturais. Ainda, existe um conjunto de pesquisas que focalizam a análise e o desenvolvimento de estratégias ligadas à gestão e aplicação de inovação no campo empresarial. Por fim, há um grupo de manuscritos que discorrem acerca do processo criativo na construção de produtos de moda, relacionando-o à aplicação de elementos artísticos e culturais na cadeia produtiva por meio do *design*.

A partir das aproximações entre as temáticas dos artigos, eles foram agrupados em cinco redes: 1. mulher, consumo e pessoa idosa; 2. linguagem e cultura; 3. produção, ensino e metodologias; 4. gestão, estratégias e inovação; e 5. processo de criação. Formaram-se essas redes de acordo com suas aproximações temáticas pelo *software* Iramuteq, como pode ser constatado na Figura 2.

Figura 2: Dendrograma das classes temáticas



Fonte: Elaborada pelos autores.

É significativo ressaltar que alguns dos artigos que compõem determinada classe temática também poderiam ser agrupados em outras. Nesse sentido, os trabalhos foram anexados nos blocos cujos conteúdos centrais mais se aproximavam das subtemáticas observadas. Feitas as elucidações, na próxima seção, apresenta-se de forma detalhada o conteúdo que constitui cada uma das redes construídas, destacando a relevância de cada uma delas para difusão e desenvolvimento do campo temático que compreende a moda.

Análise qualitativa: construção e detalhamento das redes temáticas

Neste bloco, apresentam-se as análises qualitativas, em que se elucida a relevância dos grupos temáticos para o campo da moda e discutem-se as continuidades, as revisitações e os desenvolvimentos de conceitos caros à área. Os artigos foram agrupados por meio das relações estabelecidas entre os conteúdos abordados.

Mulher, consumo e pessoa idosa

Nesta subseção, concentram-se os estudos que analisam a moda por meio de sua relação com o corpo, sobretudo feminino, e o consumo, destacando-se elucidações a respeito da relação vestuário-mulher idosa. Em tal sentido, enfocando a conexão de mulheres idosas – com idade superior a 65 anos – com a moda, Schemes, Duarte e

Magalhães (2015) estabeleceram indagações ao trazerem tensionamentos no que diz respeito à alteração nos modos de se vestir dessas mulheres e relataram as modificações comportamentais do público feminino contemporâneo e a reflexão que essas transformações acentuam no vestuário. Em uma pesquisa de campo realizada por meio de entrevistas em profundidade, abordou-se a relação envelhecimento-vestimenta, focalizando esse vínculo com categorias como a cultura, memória e identidade.

De forma similar, ao destacarem que as mulheres idosas vêm sendo sistematicamente negligenciadas no que diz respeito ao desenvolvimento de peças de vestuário para esse público, por meio de uma pesquisa exploratória e bibliográfica, Prodanov e Reinke (2016) analisaram como são realizadas as escolhas de vestuário em relação a diferentes consumidores, destacando como se sucedem as práticas de consumo de moda por mulheres idosas.

Também acendendo discussões acerca da relação moda e pessoa idosa, Dalsin, Schemes e Giuliano (2019) acrescentam a essa temática a problemática relação entre mulheres idosas obesas e o consumo de itens de vestuário. Os autores verificaram a percepção do público supramencionado no que toca ao consumo de vestuário, tendo como focalização variáveis como conforto, ergonomia e qualidade estética dos artefatos de moda, aspectos fundamentais na manutenção da qualidade de vida do usuário.

Ainda, algumas pesquisas também salientaram relações de consumo, destacando outros segmentos e públicos. Buscando analisar a percepção de estudantes universitárias – pertencentes ao grupo de idade de 18 a 24 anos, no contexto específico da Universidade Feevale – no que diz respeito aos artefatos de moda brasileiros e às suas relações com o desenvolvimento da cultura nacional, Moreira e Schemes (2008) investigaram as relações entre o desenvolvimento cultural e o comportamento das consumidoras, sobretudo associando-os aos fatores culturais.

Nesse direcionamento, Flesch e Schmidt (2016) abordaram especificamente a relação das crianças com o consumo de luxo na construção de suas identidades, analisando um editorial da revista *Vogue Brasil* em sua edição *Kids* do ano de 2015. Tem-se tensionada uma problematização a respeito da forma como a construção da identidade infantil pode ser influenciada pela cultura do consumo. Nesse processo, há uma divulgação de que possuir bens materiais – no caso, itens de vestuário de luxo – estaria associado a ter sucesso na vida e que a falta deles representaria fracasso individual.

Ao investigarem a relação do estilo de vida saudável com o corpo e o consumo de moda, Steinhaus e Zanettini (2018) descreveram, por meio de uma análise bibliográfica, a complexa relação entre corpo e moda. As autoras contextualizaram o que se entende por estilo de vida saudável e destacaram como esse modo de viver impacta o processo de consumo de itens de moda. Tem-se ilustrado que o vestuário destinado para a realização de práticas esportivas é associado à vida saudável. Essas vestimentas

são caracteristicamente desenvolvidas com modelagens ajustadas à silhueta do corpo, trazendo a compreensão da hermética relação corpo-vestuário-vida saudável.

Entre os trabalhos que abordaram a questão do consumo, um possuía ligação com a perspectiva da sustentabilidade, especificamente na elevação do ciclo de vida de produtos por meio da compra e venda de artefatos usados. Ao analisar a ressignificação da moda de brechós estimulada pelas redes sociais, onde a temática vem sendo discutida, Martins (2019) compreende a maneira como essas redes incitam o consumo de moda de segunda mão em brechós. O autor destaca que os maiores encorajadores de tal prática de consumo são mulheres jovens que utilizam redes sociais populares, como o Instagram e o Facebook, tendo tais plataformas grande relevância para a ressignificação de lojas desse segmento.

Ao trazer a complexa relação mulher-vestuário, com o foco direcionado à influência do movimento feminista na moda, Castro (2017) destaca a importância do feminismo como manifestação que ocupa espaços que permeiam a vida cotidiana, analisando capas da revista *Elle Brasil*. Em 2015, a revista mencionada produziu um editorial intitulado “Manifesto feminista”. Em uma investigação semiótica, a autora analisou como as imagens selecionadas se comunicam (ou não) com as ideias feministas contemporâneas, estabelecendo discussões acerca da condição das mulheres e da feminilidade que lhes é imposta por meio do vestuário.

De forma similar, ao tramarem análises acerca do corpo feminino e da moda, Colling e Acom (2019) evidenciaram a transmutação de um corpo construído historicamente para o político. Ao analisarem o movimento social feminista “Marcha das Vadias”, as autoras salientam a presença do corpo feminino livre, em que a inclusão de mulheres transexuais e *drag queens* subverte contingências de gênero, e, nesse contexto, a moda passa a ter potencial para ser um mecanismo que auxiliará na formação e na quebra de padrões e estereótipos relacionados à construção do corpo.

Por último, entre os trabalhos publicados no periódico que possuem atravessamento com a temática da moda, tem-se também a presença de uma resenha. Trata-se da análise do livro *Moda e publicidade*, de autoria da professora e pesquisadora Maria Claudia Bonadio. Figueiredo (2017) destaca a importância desse material, sobretudo pela organização de informações relacionadas aos contextos sociocultural e econômico do Brasil dos anos 1960, e a relação dele com o surgimento de novos nichos de consumidores.

Linguagem e cultura

Neste segmento, foram agrupados artigos que investigam a moda como forma de comunicar informações, sobretudo articulando e representando questões culturais. Por esse ângulo, relacionando música e moda, Ribeiro e Schemes (2011) estudaram as

aproximações do *jazz* e da moda dos anos 1920 com a moda brasileira contemporânea. Os autores tramaram um resgate histórico relacionado ao *jazz* e à moda da década de 1920, no qual identificaram e analisaram o vestuário utilizado por músicos desse segmento em imagens de Porto Alegre e a representação dessas vestimentas na moda contemporânea.

Com temática similar, Pires e Moreira (2018) analisaram a relação moda-música, destacando o movimento grunge da década de 1990, elucidando especificamente a banda estadunidense Nirvana. Os autores buscaram identificar as influências que esse movimento deixou na moda, comparando, por análises de imagens, as vestimentas do grupo musical supramencionado com coleções criadas por determinados estilistas entre as décadas de 1990 e 2000. Dessa maneira, os autores se utilizaram do conceito de “ebulição”, sendo, para Godart (2010), o vestuário originado nas ruas por contraculturas, que posteriormente passou a ser absorvido pelo sistema da moda.

Também com enfoque em produto audiovisual, apoiando-se na técnica do *marketing* indireto – *product placement* –, Cordeiro e Lameira (2014) analisaram duas produções culturais fílmicas, as séries dramáticas *Sex and the city* e *Gossip girl*. Os autores buscaram explorar como essa forma de propaganda tem potencial para influenciar os telespectadores no que diz respeito ao consumo, especialmente de moda.

Aproximando as temáticas literatura e moda, Defilippo e Rezende (2017) relacionaram a poesia marginal da literatura brasileira com as camisetas *outdoor* – roupa como suporte midiático –, entendendo-os como artefatos socioculturais do país, de modo a esmiuçar a relevância desses produtos como contribuintes para a formação da identidade cultural do meio no qual se inserem. Os autores compreendem a moda como forma de linguagem, o que a aproxima da literatura.

Também compreendendo a moda como linguagem, Reinke (2017), em um artigo de revisão, trama discussões acerca da moda como manifestação cultural e forma de linguagem, entendendo que, por essa questão, o vestuário pode ser analisado pelo ponto de vista da semiótica. O pesquisador então contribui na formação metodológica para a análise semiótica de objetos da moda, apoiando-se em autores clássicos como Charles Sanders Peirce.

Ainda no campo da linguagem, ao analisarem o processo criativo do estilista brasileiro Jum Nakao, em sua coleção e desfile *A costura do invisível*, Prodanov, Kunz e Repenning (2017) se apoiam teoricamente em Bakhtin, interpretando o espetáculo – coleção e desfile – como uma forma de diálogo, produtor de trilhas de sentido, realizado no intuito de chocar o público contemplador. Tal coleção, produzida em papel como matéria-prima, teve em seu desfecho a destruição das peças pelas modelos que as trajavam. Esse ato foi interpretado pelos autores do trabalho como uma maneira de

fazer com que o público consumidor reflita sobre a produção e o consumo efêmero da moda.

Estudando a importância e história da formação do costureiro, Noronha (2017) analisa a construção do costureiro Rui Spohr e as representações que ele fazia de si por meio de retratos que o evidenciavam em seu campo de atuação, interpretando os elementos simbólicos que intermediavam essa relação. Nesse processo, a autora compreende o papel dos costureiros como ocupantes de um lugar semelhante ao dos reis, donos e inventores de suas coleções.

Produção, ensino e metodologias

Outra temática relevante identificada nos trabalhos analisados diz respeito ao campo do ensino e da criação de metodologias para a produção de vestuário. Nessa conjuntura, Cimadevila, Schemes e Thön (2009) evidenciaram a multidisciplinaridade desse campo de pesquisa, destacando aspectos relacionados ao diálogo entre disciplinas para o processo de ensino de moda em uma instituição específica, realçando a importância dessa temática para a formação de profissionais de moda multifacetados e preparados para o mercado de trabalho.

De forma similar, pesquisando o ensino da moda no Brasil, Pedron e Giuliano (2017) destacam a existência de tensões e desconexões entre teoria e prática, no processo de ensino de metodologias projetais aplicadas ao desenvolvimento do vestuário. Por meio de um estudo de caso, os autores realçaram a necessidade de que haja maiores conexões entre o que se ensina no âmbito universitário e a prática profissional, estreitando e tornando mais proveitosa a relação academia-indústria.

No campo metodológico, buscando fundamentar métodos e meios para o desenvolvimento dos setores têxtil e de moda, Schnaid e Schemes (2010) analisaram as razões que fizeram a moda brasileira se disseminar no mercado internacional, destacando a aplicação de processos técnicos como um dos elementos responsáveis por essa difusão.

Algumas pesquisas ilustraram a inclusão de métodos e produtos culturais na manufatura de peças do vestuário. Nesse sentido, refletindo acerca das possíveis interlocuções entre a arte grafite e a moda, Prodanov e Schemes (2013) discutiram acerca da importância da metodologia de criação da arte mencionada, sublinhando a possibilidade de ela influenciar e ser objeto de referência na e para a produção de artefatos de moda.

Na mesma linha, Azevedo e Giuliano (2017) analisaram as correlações entre o *cross-cultural* – estudos transculturais –, o *design* e a moda. Para as autoras, em uma cultura cada vez mais global, o conceito de *cross-cultural* é aplicado como uma ferramenta utilizada pelo *design* e pela moda, com o propósito de desenvolver produtos que atendam às multiplicidades culturais existentes, respeitando aspectos ligados ao local e ao global, e, sobretudo, priorizando o que os consumidores entendem como essencial.

Por fim, por meio da observação da abordagem que Gilda Mello e Souza fez sobre a moda, Bonadio (2017) analisa a tese de doutorado – e posteriormente o livro da autora – *O espírito das roupas*, destacando que se trata de uma obra visionária, considerando o ano de publicação – originalmente, 1950. Tem-se a constatação de que tal literatura faz antecipações de aspectos, metodologias e temáticas, como as relações arte-moda e corpo-moda, destacando também a relevância do vestuário na formação de identidades de gênero.

Gestão, estratégias e inovação

De forma minoritária, três trabalhos elucidaram a relação da moda com a indústria, de forma particular, abordando aspectos ligados à gestão e aplicação de estratégias em inovação. Dessa forma, focalizando o mercado industrial, especialmente no que toca à busca de estratégias empresariais que garantam às empresas permanência no mercado, Froehlich e Neumann (2007) analisaram sistemas de operações de uma empresa do setor calçadista do Rio Grande do Sul, a partir de sua inserção no mercado internacional, destacando que o principal diferencial usado pela empresa estudada foi a focalização na agregação de valor ao produto, diferenciando-a da concorrência.

No contexto da inovação, com ênfase no uso de ferramentas no processo de aperfeiçoamento na cadeia produtiva de artefatos, e entendendo que a moda é um dos setores em que a inovação é destacada, Gonçalves (2017) analisou estratégias de inovação da marca de moda Burberry, evidenciando a asserção de novos significados a produtos e serviços.

Em direção similar, entendendo que o envelhecimento populacional global está crescente, sobretudo no Brasil, e que, nesse contexto, as mulheres idosas estão tendo cada vez mais uma vida ativa, Schemes e Schuch (2021) identificaram problemáticas relacionadas ao vestuário destinado a mulheres idosas, destacando que existe uma necessidade de desenvolvimento de peças esteticamente bonitas e confortáveis. Assim, as autoras propuseram a produção de uma coleção de moda, desenvolvida por intermédio de inovações tecnológicas – tecidos nanotecnológicos – para a solução dessas tensões.

Processo de criação

Por fim, os artigos agrupados nesta seção têm como conteúdo central o desenvolvimento de processos criativos na produção de moda. Em tal sentido, intuindo aplicar conceitos do *design* estratégico na produção de um figurino teatral, Cimadevila (2017) buscou organizar de forma estratégica e sistemática o processo criativo para a construção dessa vestimenta.

De forma similar, tendo como objeto de pesquisa central o corpo humano nos processos criativos do vestuário, Krebs e Bentz (2021) compreenderam como os *designers* de moda podem potencializar suas maneiras de produzir utilizando os preceitos do *design* estratégico. Os autores investigaram as relações entre corpo e moda, elucidando o que intitulam de *moulage* dialógica, um processo criativo que inclui na *moulage* – modelagem tridimensional – elementos simbólicos e discursivos, de modo a realçar a consideração e inclusão de variados tipos corpóreos por meio desse processo.

Uma das temáticas contemporâneas que mais despertam interesse e necessidade de investigação diz respeito à sustentabilidade aplicada no processo criativo, sobretudo na relação do conceito com a moda. Em tal contexto, Silva e Giuliano (2017), por meio de um estudo bibliométrico que utilizou como base de dados o evento Colóquio de Moda, investigaram a relação entre *design*, sustentabilidade e *design* de moda. Por meio de tal análise, os autores estabeleceram reflexões sobre a necessidade de serem criados e seguidos caminhos que busquem maneiras de produzir e consumir produtos de moda de forma mais sustentável, respeitando os âmbitos social, econômico e ecológico. Nesse processo, o *designer* de moda precisa ser agente transformador, aplicando o conceito de sustentabilidade em todas as etapas da cadeia produtiva.

DISCUSSÕES PROPICIADAS PELAS REDES

O que se consegue discutir, a partir das análises suscitadas, é que as pesquisas e os debates tramados ao redor do objeto moda acompanham problemáticas provenientes do espaço e da temporalidade nas quais estão inseridos, atualizando antigas discussões e desvelando novas. Se, outrora, filósofos, sociólogos e historiadores de outros campos já ensaiavam destacar a moda como fator social complexo (Simmel, 2008) – a qual possuía um sistema e simbologias próprios (Barthes, 2009) e demarcava e distinguia papéis sociais por meio do consumo que acompanhavam a estrutura da sociedade (Veblen, 1988; Bourdieu, 2011) – e compreendiam o vestuário como manifestação cultural (Mello e Souza, 1987), na contemporaneidade são evidenciados estudos que desenvolvem esses pensamentos, sobretudo elucidando o consumo exacerbado e efêmero na sociedade hipermoderna (Lipovetsky, 2009).

Nesse contexto, os artigos agrupados na rede “mulher, consumo e pessoa idosa” se aproximam das conceituações de Bonadio (2007), sobretudo pelo fato de a autora evidenciar práticas e distinções sociais por meio do consumo de moda, especialmente em aspectos ligados ao gênero, quando há a identificação de que o consumo é demarcado como fator de sociabilidade que fazia a mulher parte da esfera pública. Então, os artigos desse grupo desenvolvem essas noções ao elucidarem a moda como fator empoderador, mas problematizando a falta de representatividade, especificamente no que tange ao vestuário produzido para pessoas idosas.

Em relação à rede “linguagem e cultura”, os artigos seguem discussões que entendem a moda quanto à sua circulação social e cultural, questão que demarca espacialidades e temporalidades, sendo aspectos que historicizam a indumentária e a moda por elementos materiais e simbólicos, assim como também tencionam os estudos de Andrade (2008, 2014). Assim, artefatos como a moda auxiliam a contar histórias e identificar práticas sociais, contribuindo para a história social e desvelando memórias coletivas. Roupas fazem parte da cultura material de povos, sendo então capazes de representar identidades culturais específicas (Merlo, 2012, 2016). Dessa forma, existe uma estreita relação entre moda e a história, em que são demarcados contextos que se modificam a partir de contatos interculturais (Sant’Anna, 2014).

No que diz respeito aos grupos “produção, ensino e metodologias”, “gestão, estratégias e inovação” e “processo de criação”, os trabalhos auxiliam na elucidação de que, por meio da moda, consegue-se também constatar transformações sociais e tecnológicas intermediadas por inovações aplicadas nessa indústria. Os campos do *design* e da moda – e da articulação entre ambos – se desenvolvem em conjunto com o modelo capitalista e com o surgimento da sociedade de consumo. Por conseguinte, na atualidade, esse campo é atravessado por áreas importantes, como o ensino, a pesquisa, o mercado e relações econômicas, políticas e socioculturais (Menezes; Moura, 2014).

Ainda que a indústria da moda seja econômica e culturalmente importante, uma problemática relacionada a esse campo diz respeito aos impactos ambientais causados por sua produção. Isso se deve ao fato de que a matéria-prima básica para confecção do vestuário advém da natureza; além disso, como a produção é desenvolvida em grandes escalas e em alta velocidade, esses objetos são tidos como efêmeros por conta de uma obsolescência programada. Nesse sentido, o *designer* de moda precisa conhecer e aplicar o conceito de sustentabilidade em toda cadeia produtiva (Lipovetsky, 2009; Berlim, 2012), problemática observada em alguns dos estudos ora elencados.

Com base no conjunto de trabalhos aqui apresentados, pode-se concluir que, assim como tencionam Menezes e Spaine (2010), a elaboração do produto de moda relaciona princípios sociais e econômicos, históricos e antropológicos, ecológicos, tecnológicos e ergonômicos, conforme as necessidades e os interesses dos indivíduos pertencentes a um espaço geográfico e a uma temporalidade específica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, buscou-se investigar a partir de quais preceitos teóricos e metodológicos o campo de moda vem sendo estudado. Como resultados gerais, foi identificado que as pesquisas aqui elencadas e que envolvem tal conteúdo usam diferentes caminhos metodológicos. Em suma, a maioria possui natureza básica ao abordar o problema de forma qualitativa e tratar os objetivos de maneira exploratória.

No que diz respeito ao conteúdo desses manuscritos, evidenciou-se que a moda vem sendo investigada de forma inter e multidisciplinar, com escopos teóricos variados. Em síntese, pode ser observado que a maior parte das pesquisas investiga esse tema na perspectiva do consumo, especialmente no que diz respeito a mulheres idosas. Entretanto, outros contextos foram elucidados: a relevância da moda ser investigada em uma perspectiva feminista; a moda como forma comunicacional por meio de sua articulação com produtos culturais; a importância do ensino e da criação de metodologias para a produção na cadeia têxtil; a moda pela perspectiva industrial, sobretudo pelo desenvolvimento gestacional a partir da aplicação de estratégias inovativas; e o desenvolvimento do processo criativo na produção de peças do vestuário. Compreende-se que os estudos da moda assimilam as transformações que ocorrem na sociedade, com o intuito de elucidar, analisar e solucionar problemáticas sociais, culturais, econômicas, tecnológicas e sustentáveis.

Com base nessas elucidações, considera-se que o objetivo de analisar quais as óticas teóricas e metodológicas vêm sendo utilizadas em artigos que possuem a moda como objeto de pesquisa foi alcançado, gerando contribuições principalmente na expressão e solidificação do estado da arte desse relevante e ainda pouco explorado campo temático.

Por fim, no que concerne à expectativa para realização de pesquisas futuras, acredita-se que o conjunto metodológico aplicado neste estudo pode ser replicado especialmente para analisar como a moda vem sendo investigada no âmbito da pós-graduação brasileira, de modo a investigar a produção de dissertações e teses desenvolvidas nos arredores dessa temática.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. M. de. *Boué Soeurs RG 7091: a biografia cultural de um vestido*. 2008. Tese (Doutorado em História) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/13076>. Acesso em: 20 maio 2021.
- ANDRADE, R. M. de. Historicizar indumentária (e moda) a partir do estudo de artefatos: reflexões acerca da disseminação de práticas de pesquisa e ensino no Brasil. *Modapalavra e-periódico*, Florianópolis, v. 7, n. 14, p. 72-82, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/5099>. Acesso em: 16 jun. 2022.
- ATTRIDE-STIRLING, J. Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, v. 1, n. 3, p. 385-405, 2001. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2002-17203-005> Acesso em: 29 jun. 2020.

- AZEVEDO, P. Z.; GIULIANO, C. P. Correlações entre o *cross-cultural design* e a moda. *Revista Prâksis*, v. 2, p. 99-112, 2017. DOI 10.25112/rpr.v2i0.1223.
- BARTHES, R. *Sistemas da moda*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- BERLIM, L. *Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.
- BONADIO, M. C. *Moda e sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920*. São Paulo: Senac, 2007.
- BONADIO, M. C. Algumas anotações (e questões) sobre Gilda de Mello e Souza e a moda como objeto de estudo. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 5-20, 2017. DOI 10.25112/rpr.v1i0.1177.
- BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.
- CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. Iramuteq: um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, p. 513-518, dez. 2013. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2013000200016&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 12 jun. 2022.
- CASTRO, L. L. C. de. O feminismo está na moda: as capas do manifesto feminista da revista *ELLE Brasil*. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 37-50, 2017. DOI 10.25112/rpr.v1i0.1194.
- CIMADEVILA, A. C. R. *Design estratégico na construção do figurino: um relato de experiência*. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 66-74, 2017. DOI 10.25112/rpr.v1i0.1218.
- CIMADEVILA, A. C. R.; SCHEMES, C.; THÖN, I. H. Projeta-me: cultura, história e interdisciplinaridade. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 57-62, 2009. DOI 10.25112/rp.v1i0.666.
- COLLING, A. M.; ACOM, A. C. Corpo feminino, corpo político: de fustigado a devorador do instituído. *Revista Prâksis*, v. 2, p. 128-147, 2019. DOI: 10.25112/rpr.v2i0.1855.
- CORDEIRO, P.; LAMEIRA, S. *Sex and the city* e *Gossip girl*: análise dos efeitos do *product placement* nos jovens portugueses. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, v. 11, n. 1, 2014. DOI 10.25112/rgd.v11i1.70.
- DALSIN, C.; SCHEMES, C.; GIULIANO, C. P. A percepção das mulheres idosas obesas em relação ao vestuário sob a perspectiva do conforto. *Revista Tecnologia e Tendências*, v. 10, n. 1, p. 88-106, 12 mar. 2019. DOI 10.25112/rtt.v10i1.1530.
- DEFILIPPO, J. G.; REZENDE, B. de C. D. C. e. Impressões e expressões: literatura e moda como comunicadores culturais. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 51-65, 2017. DOI 10.25112/rpr.v1i0.1123.
- FIGUEIREDO, J. B. de. Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 160-162, 2017. DOI 10.25112/rpr.v1i0.1228.
- FLESC, D. C.; SCHMIDT, S. Moda, criança, consumo e sucesso na *Vogue Brasil Kids*. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 112-120, 2016. DOI 10.25112/rp.v1i0.438.
- FROELICH, C.; NEUMANN, L. Estratégias de operações para o fortalecimento da marca própria no mercado internacional: um estudo de caso numa empresa calçadista do

- Vale dos Sinos (RS). *Revista Gestão e Desenvolvimento*, v. 4, n. 2, p. 32-44, 2007. DOI 10.25112/rgd.v4i2.874.
- GODART, F. *Sociologia da moda*. São Paulo: Senac, 2010.
- GONÇALVES, A. S. Q. Inovação na moda: a reinvenção da Burberry. *Revista Tecnologia e Tendências*, v. 2, n. 9, p. 1-12, dez. 2017. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistatecnologiaetendencias/article/view/1345>. Acesso em: 5 jun. 2022.
- KREBS, R.; BENTZ, I. Do corpo ao corpo: *design* de moda e *moulage* dialógica. *Brazilian Creative Industries Journal*, v. 1, n. 1, p. 148-170, 1º jul. 2021. DOI 10.25112/bcij.v1i1.2678.
- LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MARTINS, R. D. S. S. da. A ascensão da moda de brechós na era digital. *Revista Tecnologia e Tendências*, v. 10, n. 1, p. 23-34, 12 mar. 2019. DOI 10.25112/rtt.v10i1.1473.
- MELLO E SOUZA, G. de. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- MENEZES, M. dos S.; MOURA, M. (org.). *Design de moda: reflexões no caminho da pesquisa*. Bauru: Canal 6, 2014.
- MENEZES, M. dos S.; SPAINE, P. A. A. de. Modelagem plana industrial do vestuário: diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado. *Projetica*, v. 1, n. 1, p. 82-101, 29 dez. 2010. DOI 10.5433/2236-2207.2010v1n1p82.
- MERLO, M. Moda e indumentária aplicada ao estudo da museologia. *Modapalavra e-periódico*, Florianópolis, v. 5, n. 10, p. 6-17, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7746>. Acesso em: 16 jun. 2022.
- MERLO, M. Traje de tradição: elementos da contemporaneidade na cultura de rua. *Modapalavra e-periódico*, Florianópolis, v. 9, n. 18, p. 057-071, 2016. DOI 10.5965/1982615x09182016057.
- MOREIRA, B. R.; SCHEMES, C. A percepção do produto feminino de moda e sua relação com o desenvolvimento cultural do Brasil. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, v. 5, n. 2, p. 21-35, 2008. DOI 10.25112/rgd.v5i2.915.
- NORONHA, R. F. Afinal, qual é o papel do costureiro? Da imagem do rei aos retratos de Rui Spohr. *Revista Prâksis*, v. 2, p. 113-130, 2017. DOI 10.25112/rpr.v2i0.1281.
- PEDRON, R.; GIULIANO, C. P. A teoria e a prática no desenvolvimento de coleção de moda: estudo de caso em empresas de vestuário no estado do Rio Grande do Sul. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 21-36, 2017. DOI 10.25112/rpr.v1i0.1220.
- PEZZOLO, D. B. *Tecidos: histórias, tramas, tipos e usos*. 6. ed. São Paulo: Senac, 2021.
- PIRES, M.; MOREIRA, B. R. As relações entre moda e música observadas pelo viés do movimento grunge. *Revista Prâksis*, v. 2, p. 214-230, 2018. DOI 10.25112/rpr.v2i0.1239.
- POERNER, B. Como se ensina moda no Brasil? 2020. *Elle Brasil*, 2020. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/como-se-ensina-moda-no-brasil>. Acesso em: 10 jun. 2022.

- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 6. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2022.
- PRODANOV, L. S.; KUNZ, M. A.; REPENNING, S. da S. L. A costura do invisível: coleção e desfile de Jum Nakao. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 85-98, 2017. DOI 10.25112/rpr.v1i0.1242.
- PRODANOV, L. S.; REINKE, C. Mulher madura e o consumo de moda no Brasil. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 121-137, 2016. DOI 10.25112/rp.v1i0.439.
- PRODANOV, L. S.; SCHEMES, C. O grafite e a moda: algumas reflexões. *Revista Conhecimento Online*, v. 2, p. 1-9, 2013. DOI 10.25112/rco.v2i0.226.
- REINKE, C. A. Quando as roupas falam: debate sobre a moda como uma forma de linguagem. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 75-84, 2017. DOI 10.25112/rpr.v1i0.1189.
- RIBEIRO, F.; SCHEMES, C. O jazz e a moda no Brasil: algumas reflexões. *Revista Conhecimento Online*, v. 1, p. 41-61, 2011. DOI 10.25112/rco.v1i0.161.
- SALVIATI, M. E. Manual do aplicativo Iramuteq. Planaltina, 2017. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>. Acesso em: 12 jun. 2022.
- SAMPAIO, R. F; MANCINI, M. C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. *Revista Brasileira de Fisioterapia*, São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbfis/a/79nG9Vvk3syHhnSgY7Vs-B6jG/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 abr. 2022.
- SANT'ANNA, M. R. Vestindo Clio: a produção do conhecimento histórico em moda. *Modapalavra e-periódico*, Florianópolis, v. 7, n. 14, p. 51-71, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/5100>. Acesso em: 16 jun. 2022.
- SCHEMES, C.; DUARTE, P. H. S.; MAGALHÃES, M. L. Anseios e desejos: mulher madura e a moda como construção social. *Revista Prâksis*, v. 2, p. 146-158, 2015. DOI 10.25112/rp.v2i0.401.
- SCHEMES, C.; SCHUCH, M. F. Moda, conforto e inovação no vestuário de mulheres idosas. *Revista Conhecimento Online*, v. 2, p. 159-186, 2021. DOI 10.25112/rco.v2i0.2234.
- SCHNAID, G. M.; SCHEMES, C. O processo de difusão da moda brasileira no mercado internacional. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, v. 7, n. 1, p. 69-81, 2010. DOI 10.25112/rgd.v7i1.959.
- SILVA, C. V. da; GIULIANO, C. P. Sustentabilidade e moda: um estudo bibliométrico dos anais do Colóquio de Moda. *Revista Conhecimento Online*, v. 2, p. 92-104, 2017. DOI 10.25112/rco.v2i0.1209.
- SIMMEL, G. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto e Grafias, 2008.

STEINHAUS, C.; ZANETTINI, J. O estilo de vida saudável e seu impacto no consumo de moda. *Revista Prâksis*, v. 1, p. 40-63, 2018. DOI 10.25112/rpr.v1i0.1353.

VEBLEN, T. *Teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Pioneira, 1988.

Recebido em: dezembro de 2022.

Aprovado em: março de 2023.