

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

MARY NICE BRANCHI DE SOUZA

**FONTES DE INFORMAÇÃO PARA A CADEIA PRODUTIVA DA
MODA ÍNTIMA FEMININA**

Porto Alegre
2011

MARY NICE BRANCHI DE SOUZA

**FONTES DE INFORMAÇÃO PARA A CADEIA PRODUTIVA DA
MODA ÍNTIMA FEMININA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
a obtenção do Título de Bacharel em
Biblioteconomia pela Universidade
Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof^a Me. Maria do Rocio
Fontoura Teixeira

Porto Alegre
2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice Reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretor: Prof. Bel. Ricardo Schneiders da Silva

Vice-Diretora: Profª Drª Regina Helena Van der Laan

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefe: Profª. Drª. Ana Maria Mielniczuk de Moura

Chefe-Substituta: Sônia Elisa Caregnatto

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DA BIBLIOTECONOMIA

Coordenadora: Profª Me. Glória Isabel Sattamini Ferreira

Vice-Cordenadora: Profª Drª. Samile Andréa de Souza Vanz

CIP. Brasil. Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação

S729f Souza, Mary Nice Branchi de
Fontes de Informação para a cadeia Produtiva da Moda Íntima Feminina / Mary Nice Branchi de Souza; orientação Maria do Rocio Fontoura Teixeira. – Porto Alegre, 2011. – Monografia (graduação). – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

1. Fontes de Informação 2. Moda Íntima Feminina
I. Teixeira, Maria do Rocio Fontoura II. Título.

CDU 02:391

Departamento de Ciências da Informação

Rua Ramiro Barcellos, 2705, sala 507

CEP: 90.035-007 – Porto Alegre/RS

Tel: (51) 3308 5143

E-mail: dci@ufrgs.br

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

A Banca Examinadora abaixo assinada aprova o trabalho de conclusão de curso intitulado “FONTES DE INFORMAÇÃO PARA A CADEIA PRODUTIVA DA MODA ÍNTIMA BRASILEIRA”, elaborado por Mary Nice Branchi de Souza como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia:

Profª Me. Maria do Rocio Fontoura Teixeira
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

Profª Dr. Iara Conceição Bitencourt Neves
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

Me. Rita do Carmo Laipelt
Departamento Ciências da Informação – UFRGS

AGRADECIMENTOS

À minha avó Diva (*in memoriam*) e ao meu irmão Thiago (*in memoriam*) por sempre torcerem por mim. O amor nunca morre!

Ao meu pai Mário pelo incentivo e por ter sido fundamental para a realização deste estudo. À minha mãe Nice, que sempre me ajudou, cuidando das meninas para que eu pudesse assistir às aulas e realizar este estudo. Vocês são um exemplo de vida e superação!

Ao meu amado Fábio, companheiro inigualável desta jornada, presente em todos os momentos, pelo carinho, dedicação e apoio.

Às minhas filhas amadas Marina, que tão pequeninha já sabia que a mamãe precisava estudar e Joana, que ouviu muitas aulas dentro da barriga: vocês são as melhores filhas do mundo!

À Leda Maffioletti, pelos conselhos valiosos e amizade.

À minha orientadora, Prof^ª. Me. Maria do Rocio Fontoura Teixeira pelas dicas imprescindíveis para a realização deste estudo.

À Professora Doutora Iara Neves e Doutoranda Rita Laipelt, que gentilmente aceitaram participar da banca.

Às Professoras que me ensinaram muito: Marlise Giovanaz, Iara Neves, Maria Lúcia Dias, Ana Moura, Helen Rozados, Helen Flores e Eliane Moro.

Aos meus amigos queridos, em especial à Angélica Ono e Fabrício Leão, integrantes do nosso “Trio Los Angeles”: sem vocês esta jornada não teria tanta graça e cor.

A todos os confeccionistas que colaboraram com este estudo.

“Há conhecimento de dois tipos: sabemos sobre um assunto, ou sabemos onde podemos buscar informações sobre ele” (Samuel Johnson).

RESUMO

O conhecimento das fontes de informação associado com o de cadeias produtivas é um valioso instrumento para o bibliotecário especializado e fator de inovação e diferencial competitivo de uma empresa. O setor de moda íntima feminina é o objeto deste estudo de caráter exploratório, e foi analisado através das etapas da cadeia produtiva para que seu conhecimento permitisse associar fontes de informação especializada a cada uma delas. A delimitação deste estudo é o elo confecção e a pesquisa sob forma de estudo de caso focou a cidade de Guaporé, RS, pólo de moda íntima feminina no Brasil. Para embasar o projeto, foi arrolado um referencial teórico sobre fontes de informação, cadeia produtiva, moda íntima feminina e indústria de confecções. O estudo apresenta um mapa informacional da cadeia produtiva da moda, construído através da coleta e verificação de diversas fontes de informação com conteúdos voltados às áreas abrangidas por esta cadeia produtiva. Conclui que o potencial das fontes de informação para utilização no campo da cadeia produtiva da moda íntima feminina não é devidamente aproveitado, visto que estas não se encontram interrelacionadas, o que torna o bibliotecário uma peça fundamental na capacitação para a utilização destes recursos.

Palavras-chave: Fontes de Informação. Moda Íntima Feminina. Cadeia Produtiva. Guaporé, RS.

ABSTRACT

The knowledge of information sources associated with the production chains is a valuable tool for the librarian specialized and innovation factor and competitive advantage of a company. The fashion feminine industry is the object of this exploratory study, and was analyzed through the steps of the production chain to allow knowledge of specialized information sources associated with each of them. The delimitation of this study is the link manufacturing and research in the form of case study focused on the city of Guaporé, RS, the pole of female fashion underwear in Brazil. To support the project, was enrolled on theoretical sources of information, supply chain, feminine fashion and garment industry. The study presents an informational map of the productive chain of fashion, built by collecting and verifying information from various sources with content targeted to areas covered by this chain. Concludes that the potential sources of information for use in the field of supply chain female fashion underwear is not properly harnessed, as they are not interrelated, which makes the librarian a fundamental part of training for the use of these resources.

Keywords: Sources of Information. Female Fashion Underwear. Production Chain. Guaporé RS.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	– Localização geográfica do município de Guaporé, RS.....	16
Figura 2	– Quadro Comparativo dos Sistemas do Vestuário e da Moda.....	38
Figura 3	– Deusa das Serpentes do palácio de Knossos, 1600 a.C.	41
Figura 4	– Desenho de um <i>bliaud</i>	41
Figura 5	– Desenho de um <i>surcot</i>	42
Figura 6	– Desenho de 1606 retratando a moda íntima feminina à época.....	43
Figura 7	– Foto de uma <i>pantalette</i>	43
Figura 8	– Damas usando anquinhas e culo.....	44
Figura 9	– Propaganda de marca de <i>corsets</i>	45
Figura 10	– Patente do primeiro sutiã em 1914.....	45
Figura 11	– Modelo usando sutiã e cinta nos anos 20.....	46
Figura 12	– Modelo usando cinta-calça nos anos 30.....	46
Figura 13	– Sutiãs e cintas-calças feitos de fibras sintéticas.....	47
Figura 14	– Atriz Jane Russel no filme “O Proscrito” em 1943.....	47
Figura 15	– <i>Pinup</i> usando <i>hot pants</i>	48
Figura 16	– Fotos de modelos vestindo sutiã e tanga básicos nos anos 70.....	49
Figura 17	– A cantora Madonna, nos anos 80, precursora do <i>outwear</i>	50
Figura 18	– A cantora Madonna, nos anos 90, na turnê <i>Blond Ambition</i>	50
Figura 19	– Modelo usando <i>corset</i>	52
Figura 20	– Diagrama Esquemático de Uma Cadeia Produtiva.....	56
Figura 21	– Cadeias produtivas: elos a montante e a jusante.....	57
Figura 22	– Cadeia Produtiva Têxtil/Confecções.....	60
Quadro 1	– Fontes de Informação para o Elo Agroindústria.....	74
Quadro 2	– Fontes de Informação para o Elo Indústria Química Têxtil.....	80
Quadro 3	– Fontes de Informação para o Elo Indústria Petroquímica Têxtil.....	84
Quadro 4	– Fontes de Informação para o Elo Atacado e Varejo Têxtil.....	87
Quadro 5	– Fontes de Informação Institucionais para o Elo Confecção de Moda Íntima Feminina.....	91
Quadro 6	– Fontes de Informação Bibliográficas para o Elo Confecção de Moda Íntima Feminina.....	97
Quadro 7	– Fontes de Informação Pessoais para o Elo Confecção de Moda Íntima Feminina.....	101
Quadro 8	– Fontes de Informação –Eventos- para o elo Confecção de Moda Íntima Feminina.....	102

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	Justificativa.....	13
1.2	Contexto.....	14
1.3	Questão Problema.....	16
2	OBJETIVOS.....	17
2.1	Objetivo Geral.....	17
2.2	Objetivos Específicos.....	17
3	REVISÃO DE LITERATURA.....	18
3.1	Fontes de Informação.....	18
3.1.1	Definição de Fontes de Informação.....	18
3.1.2	Tipologia das Fontes de Informação.....	20
3.1.3	Fontes de Informação Especializada.....	21
3.1.4	Instituições como Fonte de Informação.....	26
3.1.4.1	<i>Bibliotecas como Fonte de Informação.....</i>	<i>30</i>
3.1.4.2	<i>Museus como Fonte de Informação.....</i>	<i>33</i>
3.2	A Moda.....	36
3.2.1	Um pouco da história da Moda.....	39
3.2.1.1	<i>Um pouco da história da Moda Intima Feminina.....</i>	<i>41</i>
3.2.2	A Pesquisa de Tendências.....	51
3.3	Cadeias Produtivas.....	53
3.3.1	Conceito e Estrutura.....	54
3.3.2	A Cadeia Produtiva Têxtil / Confecções.....	58
3.4	Indústria de Confecções de Moda.....	62
3.4.1	Indústria de Confecções de Moda Intima Feminina no Brasil.....	66
3.4.1.1	<i>Indústria de Confecções de Moda Intima Feminina no Rio Grande do Sul.....</i>	<i>67</i>
4	METODOLOGIA.....	69
4.1	Tipo de Estudo.....	69
4.2	População e Amostra.....	70
4.3	Instrumentos de Coleta dos Dados.....	70
4.4	Procedimentos.....	71
4.6	Limitações da Pesquisa.....	72
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	73
5.1	Fontes de Informação para a Cadeia Produtiva da Moda Íntima Feminina.....	73
5.1.1	Elos a Montante da Cadeia Produtiva.....	73
5.1.1.1	<i>Agroindústria.....</i>	<i>74</i>
5.1.1.2	<i>A Indústria Química Têxtil.....</i>	<i>79</i>
5.1.1.3	<i>A Petroquímica Têxtil.....</i>	<i>83</i>
5.1.2	Elo a Jusante da Cadeia Produtiva.....	86
5.1.2.1	<i>Fontes Institucionais.....</i>	<i>87</i>
5.1.2.2	<i>Fontes Bibliográficas.....</i>	<i>88</i>
5.1.2.3	<i>Fontes Pessoais.....</i>	<i>89</i>

5.1.2.4	<i>Eventos</i>	89
5.1.3	Elo Confeção de Moda Íntima Feminina.....	90
5.1.3.1	<i>Fontes Institucionais</i>	91
5.1.3.2	<i>Fontes Bibliográficas</i>	97
5.1.3.3	<i>Fontes Pessoais</i>	100
5.1.3.4	<i>Eventos</i>	101
5.2	Fontes de Informação utilizadas pelos Confeccionistas de Guaporé, RS na criação de moda íntima feminina	103
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
	REFERÊNCIAS	108
	APÊNDICE A – Questionário sobre as Fontes de Informação para a Cadeia Produtiva da Moda Íntima Brasileira.....	122

1 INTRODUÇÃO

Podemos considerar que o principal produto de nossa sociedade é a informação. Este é um fenômeno de enorme abrangência, a ponto de ser identificado como uma das entidades fundamentais da realidade, junto com a matéria e a energia. A informação não é apenas consumida, mas elaborada e produzida. O processo de entrada no mercado da indústria da moda pressupõe ações e práticas informacionais (MARTELETO, 1994) que revelem conhecimentos sobre o universo da indústria e sobre o campo da moda, ou seja, a reunião de um conjunto de informações elaboradas, resultando em novas possibilidades.

Le Coadic (1996) nos diz que:

A MARÉ montante dos fluxos de informação eletrônica na rede *internet* e as aplicações a isso ligadas (jornais, livros, revistas, grupos de discussão, conferências, sítios, bibliotecas, museus, etc., todos eletrônicos) levam a que se proponham questões sobre as habilidades necessárias para aprender a se informar e aprender a informar, e sobre onde adquiri-las. (p.112).

Para tal, o conhecimento de fontes de informação confiáveis levam à inovação e à competitividade de um Arranjo Produtivo Local (APL), que

[...] são aglomerações de empresas, localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa”. (BRASIL. MDIC, 2011)

Isso muda a forma do seu posicionamento no mercado, de forma a atender melhor suas necessidades e expectativas.

As instituições precisam utilizar e gerenciar a informação estrategicamente, tanto para a tomada de decisão quanto para a inovação no setor de atuação. Borges e Carvalho (1998, p. 76), afirmam que: “[...] a cada dia torna-se mais claro o papel econômico da informação como insumo para o desenvolvimento de produtos, captação de recursos, conhecimento de mercado e sobrevivência de muitas empresas.” Para isto, precisam obter informações confiáveis, de maneira rápida e eficiente. De acordo com Rezende

(2002), o que determina a excelência de uma empresa é a habilidade com que ela coleta, organiza, analisa e realiza mudanças a partir de informações.

O Brasil pouco investe em produtos e serviços de informação e muitas empresas ainda não sabem como fazer negócios e decidir seus rumos tendo como insumo a informação. A indústria têxtil/confecções, em função disso e de outros aspectos significativos, tem sofrido muito para acompanhar as contínuas mudanças de uma economia que exige qualidade de produtos, agilidade de processos e que sofre ameaças constantes do mercado. Apesar disto, o Brasil se destaca dentro da América Latina como o país onde existem melhores condições para o desenvolvimento da área de informação para negócios (BARRETO, 1996).

Tendo por base as idéias apresentadas acima, este trabalho abordará a importância do conhecimento das fontes de informação em todos os segmentos da cadeia produtiva da moda íntima feminina, com destaque para o elo indústria de confecção de moda íntima feminina. Assim, pretende-se indicar aos confeccionistas de moda íntima feminina fontes de informação tecnológicas, mercadológicas, de moda e de tendências, possibilitando conhecimento e inovação.

1.1 Justificativa

O papel econômico que a informação exerce como insumo para o desenvolvimento de produtos, conhecimento de mercado, captação de recursos e sobrevivência das empresas torna-se cada vez mais claro. A habilidade de uma empresa apreender e consumir a informação correta e em tempo hábil determina suas possibilidades de inovação, aumento do lucro e fidelização de clientes.

A competitividade neste ramo é outro ponto que possui grande relevância em relação à problemática da informação. O Rio Grande do Sul apresenta o pólo regional de confecção de moda íntima feminina: Guaporé, que conta com 125 empresas e possui grande importância para o mercado nacional. Partindo da premissa de que um empresário que pretenda ter sucesso no setor necessita, além das informações óbvias, fontes de

informação cujo conhecimento faça a diferença, observou-se a importância do desenvolvimento deste estudo.

Além disto, a familiaridade da autora com o assunto por ter como pai um tradicional representante de tecidos e acessórios para a moda íntima feminina, atuante no sul do Brasil, testemunha do nascimento e do crescimento das indústrias de Guaporé, RS, facilitou a escolha do tema. Através da construção de um panorama da indústria de confecções de moda íntima feminina de Guaporé, RS e do mapeamento de fontes de informação para este ramo empresarial, pretende-se contribuir com subsídios para a qualificação destas empresas.

1.2 Contexto

No Brasil, as indústrias de confecção representam a sexta maior potência do setor no mundo, equivalente a 2,5% da produção global, empregando 1.56 milhões de pessoas representando 17,3% dos empregos do Brasil (ABIT, 2011). Este é o elo de menor gasto de capital por posto de trabalho entre todos os elos da cadeia produtiva, o que o torna um dos maiores empregadores no Brasil, e é formado em grande parte por empresas de pequeno porte.

A heterogeneidade dos produtos, bem como a influência da moda, faz com que nem todos os mercados possibilitem a atuação de empresas de grande porte, seja devido à geração de nichos específicos, seja pela flexibilidade produtiva demandada, que só são viáveis economicamente para empresas pequenas (ANTERO, 2006).

Neste segmento está incluso o Arranjo Produtivo Local (APL) de *lingerie* de Guaporé, com 125 empresas, que geram 12% do PIB da cidade e que contratam 60% de sua mão-de-obra (AJOLI, 2011).

O município de Guaporé está localizado na serra gaúcha, a 210 km de distância da capital. Sua área abrange 297,7 quilômetros quadrados, está situada a uma altitude de 450 metros, com densidade demográfica de 64,2 habitantes por quilômetro quadrado. O nome Guaporé tem origem indígena, e significa "vale do deserto". Rio de "Ygapo" + "ré" = água/enchente, que invade. Foi colonizado no final do século XIX por imigrantes que vieram do norte da

Itália. Foram tantos imigrantes que o aumento da população e o progresso em todos os setores elevaram-no de povoado para município em 1904. Foi criado oficialmente em 11 de dezembro de 1903. Seu primeiro Prefeito foi Vespasiano Rodrigues Corrêa, que o projetou de forma ousada para a época e, até hoje, seu Plano Diretor segue as normas delineadas há 100 anos, mantendo-o como um dos mais bem traçados do Estado. Foi projetado com quadras de 100m por 100m e avenidas de 25m de largura, desde 1903.

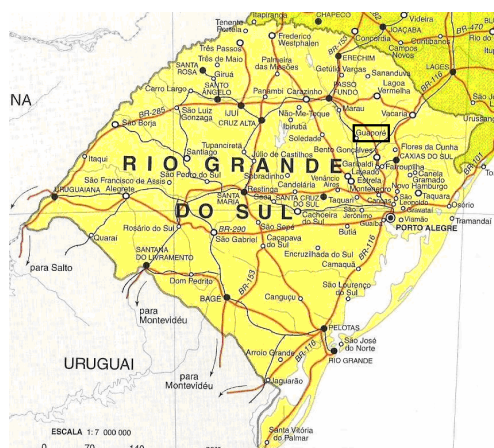
Já a história do ramo pioneiro na área da indústria e comércio, o joalheiro, começou em 1907, com a chegada de uma família de ourives chamada Pasquali. Hoje Guaporé é o segundo maior pólo do país. Decorrente do espírito empreendedor, em 1990 passou a destacar-se no mercado estadual e nacional, com abrangência de outros países da América e da Europa.com o emergente mercado de moda íntima. Sua população é de aproximadamente 21.421 mil habitantes (IBGE, 2011), sendo 90% da população localizada na zona urbana. A indústria é hoje a principal fonte de riqueza do município (GIRELLI, 2003).

Guaporé é o pólo gaúcho em moda íntima feminina. Realiza o *Intima Sul Fashion Fair*, entre outros eventos, a fim de expor seus produtos. As características de Guaporé no contexto regional, somadas aos dados populacionais e sócio-econômicos do município, anteriormente apresentados, indicam sua importância no contexto regional. Segundo dados da Fundação de Economia e Estatística do RS (FEE), Guaporé apresentou em 2008 um PIB de R\$ 323.683,00 ocupando o 98º lugar no Estado, com uma variação positiva de 17,7% em relação a 2007, o que demonstra seu ritmo de crescimento. O PIB (Produto Interno Bruto) *per capita* no mesmo ano de 2008 foi de R\$ 18.084,00 (FEE, 2011).

Com um número significativo de empresas especializadas neste ramo de confecções, o município passou a ser conhecido nos últimos cinco anos, pela alcunha de “capital da *lingerie*”. É necessário salientar que, além da roupa íntima feminina, há todo um sistema produtivo voltado para o ramo de confecções, muito desenvolvido e consolidado, que cresceu gradativamente desde a década de 80 e possui extrema importância no parque industrial guaporense. Segundo Girelli (2003), existiram empresas pioneiras, que serviram de modelo para as novas iniciativas. Guaporé é um município com

índice de crescimento acima da média geral, que está atrelado ao pólo da *lingerie* (a qual chamaremos de moda íntima feminina) que não pára de crescer e gerar empregos. Este desenvolvimento proporciona reconhecimento de grandes referências nacionais, dando destaque à cidade. Possibilita também um acréscimo significativo do PIB e abertura de novas vagas de trabalho. A grande demanda de empregos ocasiona uma maior imigração para o município, que ainda assim não supre o total de postos de trabalho disponíveis, já que em 99% das indústrias de confecção existem vagas a ser preenchidas. Através da atividade industrial, conforme a Associação de Jóias e Lingerie - AJOLI (2011) houve o surgimento de dezenas de lojas de fábrica que são responsáveis pelo turismo de compras. Este vem crescendo de forma acentuada no município, motivando a criação de novas empresas, tanto no setor industrial quanto comercial.

Figura 1 – Localização geográfica do município de Guaporé, RS.



Fonte: RIO GRANDE DO SUL. 2010

1.3 Questão Problema

Com base no contexto anteriormente descrito, pergunta-se: quais são as fontes de informação utilizadas como subsídio para o processo de criação na confecção de moda íntima feminina em Guaporé, RS?

2 OBJETIVOS

Os objetivos deste trabalho estão divididos em geral e específicos, conforme será apresentado a seguir.

2.1 Objetivo Geral

Identificar as fontes de informação úteis aos diferentes segmentos da cadeia produtiva da moda íntima de Guaporé, RS, com ênfase no elo confecção.

2.2 Objetivos Específicos

Nesta pesquisa, pretende-se atingir os seguintes objetivos específicos:

- a) traçar um panorama da indústria de confecção de moda íntima feminina de Guaporé;
- b) identificar quais são as fontes de informação utilizadas pelos confeccionistas de moda íntima feminina em Guaporé;
- c) indicar aos confeccionistas fontes de informação que possam auxiliá-los em suas atividades.

3 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura abordada a seguir, embasará este estudo e tratará sobre fontes de informação, moda íntima feminina, cadeias produtivas e indústria de confecções de moda íntima feminina.

3.1 Fontes de Informação

As definições de fontes de informação e a de documentos parecem semelhantes, pois ambos são meios através dos quais a informação é transmitida. Para a literatura da Ciência da Informação, o documento é a base e o objeto de estudo das fontes de informação, que se constituem no meio para alcançar o conhecimento. Para esta pesquisa, apresenta-se a definição e a tipificação de forma concisa o suficiente para fundamentá-la.

Embasada na afirmação de Davenport (1998, p. 194): “A ampla difusão do conhecimento científico e tecnológico disponível é condição básica para o processo de desenvolvimento individual e coletivo de uma sociedade.”, intenciona-se indicar a importância que as fontes de informação têm na vida profissional. Desta maneira, para abordar as fontes de informação relativas à moda íntima feminina, definiu-se o que são fontes de informação, suas características e tipos, mantendo o foco nas mais expressivas para este estudo.

3.1.1 Definição de fontes de Informação

A definição do que são fontes de informação é confusa na área da Biblioteconomia. Nem mesmo os glossários da área de Ciência da Informação são claros no que diz respeito à sua definição. Desta forma, optou-se por transcrever as definições de alguns teóricos do assunto. Para Amat Noguera (1978, p. 11), um documento é: “Todo conhecimento fixado materialmente sobre um suporte, e passível de ser utilizado para consulta, estudo ou trabalho.”¹ (tradução nossa). Arruda (2002, p. 99), complementa afirmando que as “[...] fontes de informação designam todos os tipos de meios (suportes) que

¹ Todo conocimiento fijado materialmente sobre um suporte, y susceptible de ser utilizado para consulta, estudio o trabajo.

contêm informações suscetíveis de serem comunicadas.”, e estes abrangem o meio eletrônico e diversos outros materiais. Villaseñor Rodrigues (1998, p. 29), afirma que as fontes de informação são como “[...] instrumentos de trabalho de uso indispensável para poder alcançar a informação que pesquisadores e usuários de biblioteca e centros de documentação necessitam.”² (Tradução nossa). Podemos complementar ainda, afirmando que, não só estes, mas todo e qualquer indivíduo que usa fontes de informação no seu cotidiano as utiliza como instrumento.

De forma global, Villaseñor Rodrigues (1998,p. 31), nos fala que a definição do termo “fonte de informação” compreende

[...] todas as ferramentas e recursos que atendem às necessidades informacionais de qualquer pessoa, tendo sido ou não criadas com essa finalidade e que sejam utilizados diretamente ou por um profissional da informação como intermediário.³ (Tradução nossa).

De forma mais simples e ampla, Carrizo Sainero (1994, p. 30), afirma:

As fontes de informação constituem um conceito muito amplo. São consideradas fontes de informação os materiais ou produtos, originais ou elaborados que fornecem notícias ou testemunhos através dos quais se acessa o conhecimento, seja ele qual for.⁴ (Tradução nossa).

Quando se pensa em fontes de informação, percebe-se que as mesmas estão ligadas a uma necessidade informacional, que varia de indivíduo para indivíduo, e, para poder supri-la, existem fontes específicas que podem ser utilizadas. A necessidade de informação define a necessidade de dados a serem utilizados para remover a incerteza diante de um problema concreto (KSCHENKA ,1970).

3.1.2 Tipologia das Fontes de Informação

² [...] instrumento de trabajo de uso indispensable para poder alcanzar la información que necesitan investigadores y usuarios de bibliotecas y centros de documentación.

³ [...] se conocen todos aquellos instrumentos y recursos que sirven para satisfacer las necesidades informativas de cualquier persona, se hayan creado o no con ese fin y sean utilizados directamente o por un profesional de la información como intermediario.

⁴ Las fuentes de información constituyen un concepto muy amplio. Se consideran fuentes de información a los materiales o productos, originales o elaborados, que aportan noticias o testimonios a través de los cuales se accede al conocimiento, cualquiera que éste sea.

Na área da Ciência da Informação não existe um consenso sobre a tipologia das fontes de informação. Em relação à originalidade da informação que apresentam ou o grau que remetem a outras, as fontes de informação podem ser divididas em fontes primárias, fontes secundárias e fontes terciárias. Segundo Dias e Pires (2005), as fontes primárias devem possuir informações originais, ou ao menos novas interpretações de fatos ou idéias já conhecidas, como, por exemplo, as monografias, periódicos, relatórios técnicos e patentes. Bernardo, Nobre e Jatene (2004, p. 15), acrescentam que as mesmas “[...] disponibilizam os trabalhos originais, cabendo ao leitor o ônus de selecionar e analisar criticamente a validade de seus resultados.”

As fontes secundárias têm o propósito de facilitar o uso do conhecimento que se encontra disseminado nas fontes primárias. São as obras de referência, que contêm índices para facilitar a localização da informação em diferentes meios, do assunto na íntegra. Fazem parte desta categoria as enciclopédias, os manuais, as revisões de literatura, entre outras. Guinchat e Menou (1994), classificam estes documentos como “documentos secundários” por não abarcarem informações originais, mas repetições e/ou sistematizações das mesmas.

As fontes terciárias têm por objetivo remeter o usuário da informação para as fontes primárias e secundárias, entre estas os periódicos de indexação e resumo, os diretórios, etc.

Em relação à procedência e origem da informação elas podem ser: documentais, institucionais ou pessoais, o que significa que podem ser fontes informacionais: documentos, organizações ou pessoas. Conforme a autora Villaseñor Rodríguez, as fontes documentais (1998, p. 34), “[...] são as que proporcionam informação a partir de, ou sobre, um documento [...]”⁵ (Tradução nossa). O que significa que o conteúdo pode ser uma informação sobre documentos ou o próprio documento.

As fontes institucionais transmitem informações a respeito de si próprias, seus produtos e seus serviços. Os documentos que arrolam este tipo de informação são os documentos desenvolvidos pela própria instituição. “A informação provida é sobre o seu funcionamento, organização e serviços, e, às

⁵ [...] son las que proporcionan información a partir de o sobre um documento [...].

vezes, não é confiável por tratar-se de uma informação oficial, pouco realista e muito preocupada com a boa imagem da instituição.”⁶ (VILLASEÑOR RODRÍGUEZ, 1998, p. 33, tradução nossa).

As fontes de informação pessoais, para Villaseñor Rodríguez (1998, p. 32) “[...] se referem a pessoas ou a grupo de pessoas entre as quais existe uma relação, geralmente profissional.”⁷ (Tradução nossa). Quando coletivas, segundo o autor, apesar de serem transmitidas normalmente por via oral, podem transformar-se em documentos, quando publicadas por meio de anais, atas, reuniões e congressos. Quando individuais, podem gerar entrevistas e publicações científicas. A autora relata a existência de diretórios e listas de discussão que contém estas informações individuais, e a *internet*, com o uso de *email*

O tipo de informação que apresentam pode ser geral ou especializada. A informação especializada refere-se às áreas específicas como a que será abordada neste trabalho.

3.1.3 Fontes de Informação Especializada

Para cada esfera do conhecimento, existem inúmeras fontes de informação especializada que colaboram para transmitir e desenvolver os estudos. Estas se referem a uma área específica do conhecimento, e possuem canais de comunicação que podem ser classificados como canais formais e informais de comunicação. Para Dias e Pires (2005) e Campello e Campos (1993), os canais formais são representados pela literatura científica, que é definida desta forma:

O resultado do trabalho intelectual de estudiosos e pesquisadores é comunicado, geralmente, através de algum tipo de publicação. Idéias, descobertas, dados e opiniões que são registrados na forma de artigos de periódicos, trabalhos de congressos, relatórios técnicos, listagens de computador, material audiovisual, etc. e, divulgados, passam ao domínio público. O conjunto desses registros vai formar a chamada literatura científica. (CAMPELLO E CAMPOS, 1993, p. 17).

⁶ La información proporcionada es sobre su funcionamiento, organización y servicios, y a veces no resulta fiable por tratarse de una información oficial y, aunque no siempre, poco realista y demasiado preocupada por la buena imagen.

⁷ [...] se refieren a personas o a grupos de personas entre las que existe una relación generalmente profesional.

Os canais formais subdividem-se em canais que veiculam a informação impressa ou eletrônica e as que veiculam a informação pela imagem e palavra (televisão e rádio). Algumas das fontes formais também podem ser pensadas como informais, visto o assunto que compreendem e a maneira como são expressas (de forma pública e oral). Dentre estas fontes estão os simpósios, os seminários, as feiras, os colóquios, as conferências e outros. A apresentação de estudos em eventos científicos representa uma das mais importantes formas de difusão da informação em Ciência e Tecnologia, pela rapidez com que ocorre, evitando a demora na publicação de periódicos.

Campello e Campos (1993) categorizam como informal a comunicação oral, e exemplifica: telefone, colégios invisíveis, fontes eletrônicas, e-mail, eventos. A comunicação informal pode ser disseminada de forma pública, em conferências, congressos, colóquios e/ou de forma privada: conversas, correspondências, telefonemas. Os colégios invisíveis são canais informais, composto por membros da comunidade científica, os quais Villaseñor Rodrigues (1998, p. 33), assim define “[...] conjunto de cientistas, com objetivos e temas de pesquisa afins, que mantêm relações entre si através de contatos telefônicos, em forma de “carta” (correio postal e eletrônico), pessoais (congressos) e fóruns eletrônicos de discussão.”⁸ (Tradução nossa). A comunicação pessoal entre pesquisadores por meio dos diretórios e dos grupos de discussão, são formas que facilitam a divulgação de pesquisas em andamento (CAMPELLO, 2000).

Os tipos de informação especializada, segundo Campello e Campos (1993), compreendem a literatura cinzenta, que se constitui de material não convencional, pois não tem publicação formal e comercial. Apresenta assim, limite de exemplares, o que dificulta seu acesso. A responsabilidade da disseminação, para as autoras, sempre fica a cargo de órgãos governamentais, universidades, institutos de pesquisa, agências de pesquisa, entre outras entidades. A característica deste material é a dificuldade de acesso pela tiragem pequena, divulgação limitada, escassez de depositários e falta de

⁸ [...] conjunto de científicos, con objetivos y temas de investigación afines, que mantienen relaciones entre sí a través de contactos telefónicos, epistolares (correo postal y electrónico), personales (congresos) y foros electrónicos de discusión.

controle sistematizado dos serviços de indexação e resumo (CAMPELLO; CAMPOS, 1993).

Teses e dissertações também são consideradas materiais não convencionais, assim como as pesquisas em andamento, com um pequeno número de exemplares. Apesar disso, cada vez com mais frequência, as universidades disponibilizam seus trabalhos de forma eletrônica em bancos de teses e dissertações, o que torna o acesso mais fácil. O grande detalhamento do assunto e a bibliografia extensa fazem da tese, sobretudo da pesquisa em andamento, materiais muito úteis para a referência teórica das mesmas e para informar aos pesquisadores sobre o que está sendo pesquisado.

Os periódicos científicos e os periódicos técnicos e comerciais têm grande vantagem em relação ao livro, pois sua publicação é feita de forma mais rápida. Surgem, a todo instante, periódicos concernentes a diferentes áreas (CAMPELLO; CAMPOS, 1993). O meio eletrônico tem disponíveis versões digitais de periódicos científicos impressos ou criados de forma exclusiva para este meio. De forma paralela, as bases eletrônicas de *preprints* (versão original de um artigo ainda não publicado) também vêm crescendo como importantes fontes de informação para algumas áreas.

Entre as fontes especializadas está a literatura comercial, que interpreta, comenta e informa sobre novos processos, produtos, equipamentos e materiais e é importante fonte para as áreas que necessitam conhecer e avaliar produtos e serviços. É o “[...] material produzido por uma empresa com o objetivo de divulgar seus produtos.” (CAMPELLO; CAMPOS, 1993, p. 55). Conforme as autoras, esta fonte é importante para as áreas que precisam conhecer materiais que estão disponíveis no mercado. No caso das indústrias de confecção de moda íntima feminina, a utilidade está no reconhecimento do concorrente e dos seus produtos.

Nos encontros científicos, as ideias novas são discutidas e avaliadas de maneira mais rápida do que as fontes impressas (CAMPELLO; CAMPOS, 1993, p. 35). Permitem o contato informal entre pessoas que trabalham em áreas afins e a disseminação de novos conhecimentos. As informações são transmitidas tanto de modo informal quanto formal, podendo ser publicadas após o encontro em anais de congressos e outras obras, impressas ou não. As feiras e as exposições são tipos de eventos onde, conforme a definição de

Cunha (2001), são difundidos novos equipamentos, processos, produtos e serviços. Os eventos de moda íntima feminina apresentam novas criações e produtos, o que os insere neste grupo.

Existem ainda os relatórios técnicos, que são fontes de informação especializada que apresentam resultados ou progressos de pesquisas feitas por uma instituição. No Brasil, a NBR 10719 – Apresentação de relatórios técnico-científicos publicada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) trata dos aspectos técnicos de apresentação, fixando as condições para sua elaboração. A economia quando pelo emprego de normas técnicas na área industrial pode ser exemplificada com a numeração das peças de roupa íntima feminina que, se fosse padronizada, asseguraria a uniformidade de tamanhos e a confiabilidade do consumidor.

Normas técnicas são, segundo Cunha (2001, p. 6), um “[...] documento que indica regras, linhas básicas ou características mínimas que determinado produto processo ou serviço deve seguir”. Incluem “[...] especificações, códigos de práticas, recomendações, métodos de testes, nomenclaturas, etc.” (CAMPELLO; CAMPOS, 1988 p. 66). São atualizadas e sujeitas à alterações. Algumas normas permanecem iguais desde a sua criação.

As patentes são outras fontes de informação especializada. Para Campello e Campos (1993), é

[...] um monopólio concedido pelo Estado a um inventor, garantindo a exclusividade do uso econômico de determinada invenção. Em troca, o inventor é obrigado a descrever minuciosamente seu invento que torna-se-á de domínio público ao término do prazo de privilégio dado pelo Estado. (p. 89).

A patente tem como principal particularidade a descrição em detalhes dos produtos patenteados, possui estrutura uniforme, sendo igual em qualquer parte do mundo, assim facilitando a recuperação das suas informações (CAMPELLO; CAMPOS, 1993).

Além da patente existe também a necessidade de registrar os nomes e marcas comerciais utilizadas para individualizar e identificar uma empresa, um produto ou uma linha de produtos. No Brasil, o órgão responsável é o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual – INPI.

As publicações governamentais são fontes de informação especializada oficial gerada por órgãos públicos, as quais reproduzem a ação governamental na disponibilização da informação ao cidadão para o conhecimento de seus direitos e deveres (CAMPELLO; CAMPOS, 1993).

Para as fontes de informação especializadas em suporte eletrônico como no caso dos repositórios digitais, a definição de Weitzel (2006, p. 59), nos mostra que: “Um repositório digital é um arquivo digital que reúne uma coleção de documentos digitais.”. E os termos “[...] ‘repositórios digitais’ ou ‘temáticos’ são adotados para caracterizar os repositórios digitais que reúnem respectivamente a produção científica de uma instituição e de uma área.” No ambiente eletrônico, as fontes que podemos encontrar são importantes na busca da informação especializada, e sua disseminação pode acontecer de maneira ágil e em muitas versões, que podem ser referenciadas e armazenadas.

Os portais, conforme a definição de Dias (2001), têm por objetivo facilitar o acesso à *internet*, filtrando documentos de acordo com seu assunto, podendo também ter listas de discussão e acesso a conteúdos especializados e comerciais. Hoje em dia existe a possibilidade de cada instituição criar seu repositório ou portal de revistas para a divulgação científica ou comercial de diversas áreas. Isso acarreta uma explosão da informação, por causa da quantidade de dados gerados.

As bibliotecas digitais são repositórios de documentos eletrônicos que possibilitam a consulta aos textos na íntegra, do mesmo modo como ocorre com as publicações de livre acesso, sem custo. As bibliotecas digitais ampliam o acesso à informação; permitem consultas ao texto de vários tipos de documentos em formato digital na íntegra e podem ser acessados em qualquer lugar (acesso remoto) e a qualquer momento (RODRIGUES; CRESPO, 2006).

As publicações em acesso livre disponibilizam os textos de maneira integral, sem pagamento, cadastramento ou senhas para poder consultá-los. Os *open archives*, são arquivos *online* de acesso público, depositados pelo próprio autor no meio eletrônico (RODRIGUES; CRESPO, 2006). Segundo o Manifesto Brasileiro de Apoio à Informação Científica (IBCT, 2011), o paradigma do acesso livre provocará diminuição nos custos de registro de

acesso à informação, além de promover maior rapidez no fluxo da informação científica e no desenvolvimento científico e tecnológico.

As bases de dados são recursos que tornam acessíveis informações e proporcionam várias formas de busca. Algumas delas contêm apenas a referência dos documentos, mas outras, em contrapartida, além do resumo, disponibilizam o texto completo (RODRIGUES; CRESPO, 2006). Para distingui-las dos bancos de dados, Dias e Pires (2005) determinam que estes são conjuntos de bases de dados e que desempenham papéis semelhantes. Quando reúnem mais de uma base oferecem maior número de fontes para disponibilizar.

Os *e-books* são livros em formato eletrônico que podem ser vistos na tela do computador. Podem ser baixados através de *download*, via *internet*, e acessados de forma gratuita ou através de pagamento (SANTOS, 2010).

Conhecer as fontes de informação referentes aos assuntos mais procurados pelos usuários de centros de informação é requisito básico para o bibliotecário, que deve saber onde e como encontrar a informação para o desenvolvimento e sucesso na realização da tarefa.

As fontes de informação institucionais, assim como as fontes documentais, possuem grande importância informacional, principalmente no que se refere às indústrias abordadas neste estudo e serão tratadas a seguir.

3.1.4 Instituições como fonte de informação

A definição de instituição, para Dias e Pires (2005, p. 63), é “[...] um conjunto organizado de pessoas trabalhando juntas com objetivos determinados, desenvolvendo, armazenando e, muitas vezes, divulgando informações.”. Segundo Campello (2000, p. 37), são importantes fontes de informação “[...] seja através dos indivíduos que nelas trabalham ou a elas pertencem, seja através de documentos que geram.”. E isso independe de sua finalidade, tipo ou especialidade.

Os tipos de entidade podem variar muito e ter características e finalidades próprias. São seis tipos básicos: organizações comerciais, organizações educacionais e de pesquisa, organizações internacionais,

organizações oficiais e organizações profissionais e organizações não-governamentais.

As organizações comerciais disponibilizam produtos ou serviços geralmente visando o lucro (CAMPELLO, 2000). As publicações comerciais são os meios utilizados para a divulgação de seus serviços, normalmente catálogos, fôlderes e folhetos. Essas obras possuem uma listagem dos nomes das instituições com informações a seu respeito, como endereço, telefone, produtos e serviços, nomes e cargos, *e-mail*, entre outras (CAMPELLO, 2000). Um exemplo de diretório deste tipo de organização são as Páginas Amarelas das listas telefônicas. O Guia da *Lingerie*⁹, disponível em meio eletrônico, apresenta uma relação com informações sobre fornecedores de matéria-prima para as confecções de moda íntima feminina no Brasil e seus respectivos contatos.

As organizações educacionais e de pesquisa são as universidades, centros ou institutos de pesquisa, bibliotecas, arquivos, museus e podem ser excelentes fontes de informação, pois produzem um grande volume de documentos técnicos, científicos, culturais e artísticos (DIAS; PIRES, 2005). A fonte mais tradicional para identificar esse tipo de organização é o diretório *The World of Learning*, pois tem abrangência internacional, com foco nos Estados Unidos da América e Europa, possui um índice e é organizada por país (CAMPELLO, 2000). Ainda a mesma autora nos indica páginas da *internet* como a do Prossiga¹⁰, voltada à identificação de organizações educacionais e de pesquisa no Brasil.

As organizações internacionais são representadas por membros do governo ou de entidades particulares de diversos países, sendo mantidas por contribuição dos associados. São organizações internacionais importantes pela cobertura de assuntos e pela quantidade de material que publicam. Como exemplo está o *Ulrich's International Periodicals Directory* que é uma fonte para periódicos e anais de congressos de organizações internacionais.

Estas organizações podem ser intergovernamentais ou não-governamentais. As intergovernamentais são “[...] baseadas em acordos ou tratados formais, firmados entre os governos dos países membros.”

⁹ Documento eletrônico. Disponível em: <<http://www.guialingerie.com/index.html>>

¹⁰ Documento eletrônico. Disponível em: <<http://prossiga.ibct.br/>>

(CAMPELLO; CAMPOS, 1993, p. 27). Como desenvolvem várias atividades e admitem vários assuntos, publicam materiais de interesse para múltiplas áreas do conhecimento. É o caso da Organização Mundial do Comércio, que é uma organização internacional que trata das regras sobre as moedas e seus preços no mercado mundial entre as nações.

As organizações não governamentais (ONGs) “[...] realizam trabalhos voltados para o bem público, sem ligação com o Estado e sem o compromisso com as políticas oficiais.” (CAMPELLO, 2000, p. 46). A manutenção destas instituições dá-se através da difusão dos seus serviços sociais, e isto leva a uma grande produção de informação sobre a causa defendida. Esse conhecimento pode ser adquirido, na maioria das vezes, de forma gratuita. Sua identificação pode ser feita nas mesmas fontes usadas para as organizações internacionais. Um exemplo é a Associação Brasileira de ONGs¹¹ (ABONG), que reúne as ONGs brasileiras.

As organizações oficiais ou governamentais para Dias e Pires (2005, p. 68), são

[...] instituições ligadas aos governos federal, estadual e municipal para divulgar o desempenho das funções legais e administrativas dos órgãos públicos; as publicações produzidas sob a responsabilidade e às expensas delas, por ordem ou com a participação dos órgãos da administração pública ou de entidades por elas controladas, refletem o pensamento e a ação política do governo.

O conhecimento por elas disseminado reflete a ação de um governo, informa o cidadão e proporciona a conservação do processo democrático. (CAMPELLO; CAMPOS, 1993). São importantes informações e podem auxiliar no conhecimento da economia e da atividade industrial de uma localidade. Conforme Campello (2000), algumas publicações não são acessíveis por causa do propósito não-comercial. Por outro lado, a grande quantidade de informações gratuitas e pagas oferecidas possibilitam extensa utilidade para pesquisas, mas que devem ser analisadas com cuidado por serem, em alguns casos, propaganda política enganosa. Um exemplo de informação governamental é a transmitida pelo Portal da Imprensa Nacional¹², que reúne matérias publicadas nos jornais oficiais: Diário Oficial da União e Diário de Justiça, editados pela Imprensa Nacional brasileira.

¹¹ Documento eletrônico. Disponível em: <<http://www.abong.org.br/>>

¹² Documento eletrônico. Disponível em: <<http://portal.in.gov.br/in>>

As organizações profissionais encerram a tipologia de entidades arroladas até aqui. Segundo Campello (2000, p. 26), estas são “[...] entidades criadas a fim de estimular o aperfeiçoamento de determinada classe profissional ou de promover o conhecimento em áreas específicas.”. Para quem procura informações sobre uma área de atuação como as confecções de moda íntima feminina, as publicações destas organizações possuem grande importância. São mantidas com a contribuição de seus sócios ou membros e sua denominação pode ser dependendo da sua esfera ou finalidade, federação, conselho federal, conselho regional, associação ou centro sindical (DIAS; PIRES, 2005). Na área da indústria têxtil e de confecções, a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecções (ABIT) atua no mercado como uma organização profissional muito representativa. De maneira geral, as organizações profissionais não têm fins lucrativos, mas cobram pelos produtos que oferecem, sendo mais comuns as informações originadas de eventos. A avaliação do valor agregado fica a critério do usuário.

Para Campello (2000), neste tipo de instituição incluem-se as sociedades científicas, diferentes das antecedentes por focar-se em uma área do conhecimento, não em uma classe profissional. Conforme Villaseñor Rodríguez (1998, p. 33), estas organizações:

[...] são o conjunto dos profissionais de um setor da atividade humana, reunidos com a finalidade de poder trocar experiências e informar, assim como para multiplicar as possibilidades de intervenção frente à sociedade e aos poderes públicos à favor de seus interesses coletivos.¹³ (tradução nossa).

As sociedades científicas têm na publicação e edição de periódicos especializados e anais de encontros que realizam os seus principais veículos de comunicação, São também os intermediários das comunidades científicas que representam junto às agências financiadoras de pesquisa.

A subseção seguinte é voltada para a caracterização das bibliotecas, pois são instituições de interesse para este estudo, assim como os museus, que serão caracterizados posteriormente.

¹³ [...] son el conjunto de los profesionales de un sector de la actividad humana, reunidos con la finalidad de poder intercambiar experiencias e información, así como para multiplicar las posibilidades de intervención ante la sociedad y los poderes públicos en favor de sus intereses colectivos.

3.1.4.1 Bibliotecas como Fontes de Informação

A definição de biblioteca como fonte de informação, para Lemos (2005, p. 102), é:

[...] um acervo de materiais impressos (livros, periódicos, cartazes, mapas, etc.), ou não-impressos, como filmes cinematográficos, fotografias, fitas sonoras, discos, microformas, cederrons, devedês, programas de computador, etc.), organizados e mantidos para leitura, visualização, estudo e consulta.

E para ser considerada uma instituição social, deve atender a três pré-requisitos:

[...] a intencionalidade política e social, o acervo e os meios para sua permanente renovação, o imperativo de organização e sistematização; uma comunidade de usuários, efetivos ou potenciais, com necessidades de informação conhecidas ou pressupostas, e, por último, mas não menos importante, o local, o espaço físico onde se dará o encontro entre os usuários e os serviços da biblioteca. (LEMOS, 2005, p. 101).

Os tipos básicos de biblioteca, ainda segundo o mesmo autor são: nacionais, escolares, universitárias, especializadas e especiais. Neste estudo, o interesse são as bibliotecas universitárias e as especializadas, as quais serão tratadas à seguir.

As bibliotecas universitárias surgiram no século XII, na Itália. Surgiram como forma de um maior aprofundamento nos assuntos estudados. As bibliotecas universitárias pertencem e servem a uma universidade, e seus acervos são geralmente vastos, e para Lemos (2005, p. 109): “lá se encontram as maiores e melhores coleções de periódicos especializados e também os melhores acervos de obras de referência.”. A maior parte do acervo de bibliotecas universitárias é atual e em grande volume. Conforme o autor, a maioria delas possui acesso a bases de dados bibliográficos e experiência para obter cópias de artigos científicos, o que as torna um excelente recurso para o pesquisador. Algumas restringem o uso do acervo a usuários com vínculo na universidade, permitindo apenas consulta das obras no local (LEMOS, 2005). A disponibilização dos catálogos na *internet*, prática freqüente na maioria das universidades, facilita por evitar um deslocamento desnecessário até o local para verificação das obras de interesse.

As bibliotecas especializadas, do jeito que conhecemos hoje, surgiram após a Segunda Guerra Mundial, no começo do século XX, em virtude da necessidade do avanço crescente nas áreas tecnológicas e científicas. As primeiras bibliotecas especializadas organizaram-se nas universidades, em departamentos especializados ou faculdades com o intuito de formarem a coleção de documentos relativos à sua área específica. Conforme Ashworth (1967, p. 632): “A biblioteca especializada é uma biblioteca quase exclusivamente dedicada a publicações sobre um assunto ou sobre um grupo de assuntos em particular. Inclui também coleções de uma espécie particular de documentos.”.

O autor Targino (1984), complementa dizendo que a biblioteca especializada possui material bibliográfico técnico destinado a atender os campos de atuação de uma determinada instituição. As bibliotecas especializadas diferenciam-se dos demais tipos de bibliotecas em virtude de sua estrutura e organização. Estão organizadas por assuntos e objetivos específicos os quais devem se enquadrar e nortear as atividades da biblioteca dentro das áreas de conhecimento abrangido.

Conforme Maia *et al.* (1991), as bibliotecas especializadas são centros processadores da informação, os quais podem ser locais de suporte à informação, exercendo o papel de veicular a informação relevante para o planejamento, a tomada de decisão e a solução de problemas. As bibliotecas especializadas se estabelecem em virtude das necessidades das instituições, sejam elas órgãos governamentais ou de empresas (de atuação industrial ou comercial).

De acordo com Salasário (2000, p. 112):

A organização e a disseminação da informação nas bibliotecas especializadas pode ser o fator que mantém ou exclui a instituição no meio tecnológico. Nesta linha de pensamento Jannuzzi e Montalli (1999)¹⁴ destacam que a informação para uso tecnológico é justificada pela sua qualidade como suporte competitivo, o que pode justificar ou não a manutenção dos investimentos governamentais privados nas linhas de pesquisas destas instituições. Portanto este tipo de biblioteca deve ter informações organizadas de forma que estejam sempre prontas para o uso.

14 JANNUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa, MONTALLÍ, Katia Maria Lemos. Informação tecnológica e para negócios no Brasil: introdução a uma discussão conceptual. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 28, n. 1, p. 200- 208. maio/ago. 1999.

As bibliotecas especializadas atendem a grupos profissionais cujas necessidades informacionais são orientadas para um determinado assunto ou atividade. Estão localizadas em uma grande variedade de configurações, incluindo organizações internacionais, agências governamentais, associações profissionais, grandes empresas, médicos e/ou instituições de saúde, escritórios de advocacia, organizações com ou sem fins lucrativos e centros de investigação.

Os serviços fornecidos por uma biblioteca especializada tornam acessíveis os conhecimentos e experiências coletados para o contínuo avanço dos trabalhos da empresa, com a finalidade de atingir as metas e os objetivos dos indivíduos e da organização. Ferreira (1996), afirma que toda e qualquer atividade de informação deve estar direcionada ao indivíduo, pois é este que tem necessidades cognitivas, culturais e sociológicas, cabendo às bibliotecas especializadas satisfazer estas necessidades.

A Biblioteca especializada como lembra Figueiredo apud Targino (1984, p. 44):

[...] se assemelha a biblioteca universitária, no que diz respeito ao nível de suas coleções, desde que visam a servir a uma clientela de formação superior, bem como, no que tange aos serviços prestados. Por outro lado, este tipo de biblioteca se diferencia das demais por sua estrutura de orientação por assunto, e pelo fato de que as organizações, as quais elas pertencem, mantêm objetivos específicos que vão direcionar todas as atividades da biblioteca dentro das áreas de conhecimento abrangida pela empresa.

Oliveira (1989), numa visão objetiva, demonstra que a biblioteca especializada deve planejar, produzir e transferir informações e serviços que estejam de acordo com as necessidades do seu usuário.

Suas funções são as de desenvolver coleções de acordo com as necessidades da organização, manter catálogos, índices e referências sobre assuntos especializados, disseminar a informação por intermédio de exposições, cópias, notificações pessoais, preparação e distribuição de listas de novas aquisições de boletins e publicações especiais, empréstimo de livros e circulação automática de periódicos, indexação e resumo de relatórios internos e de correspondência técnica, compilação de bibliografias e preparação de relatórios, assistência editorial às publicações da organização,

serviços de tradução e orientação em levantamentos da literatura e educação de usuários. Conforme Salvato (1998, p. 48), a biblioteca especializada deve oferecer

[...] suporte científico e tecnológico necessitando de uma constante atualização para atender a demanda. Ela não deve estar isolada, mas em constante comunicação com outras fontes de informação, fazendo intercâmbio para suprir as necessidades de informação da instituição e/ou dos seus usuários.

As bibliotecas especializadas tendem a crescer e se desenvolver, uma vez que os profissionais estão cada vez mais especializados e suas áreas mais fragmentadas, havendo a necessidade do aprofundamento de pesquisas em todos os campos, especialmente técnicos e científicos, fazendo com que haja um incremento nas produções científicas.

As bibliotecas especializadas são agentes disseminadores dos conhecimentos específicos aos estudos e às tomadas de decisões das organizações às quais fazem parte. Planejando um bom desenvolvimento na formação de suas coleções, respondem de forma positiva ao seu público específico, contribuindo para redução de custos e fornecendo informações práticas que ajudam na administração, na pesquisa e no desenvolvimento da companhia, de maneira mais eficaz e mais eficiente.

3.1.4.2 Museus como Fonte de Informação

Os museus já foram considerados lugares estagnados, que tinham como destino “coisas velhas” e sem utilidade. No entanto o conceito da palavra museu e o campo onde atua esta instituição renovaram-se com o passar dos anos e tornaram-se mais amplos. A palavra “museu” é de origem grega, e tem por significado “templo das musas”. O International Council of Museums (2010) – ICOM é uma organização internacional de museus e dos profissionais de museus, e define que:

Um museu é uma instituição permanente sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e expõe o patrimônio material

e imaterial da humanidade e seu meio ambiente para fins de educação, estudo e diversão.¹⁵ (Tradução nossa).

No site do ICOM, constam variados diretórios internacionais, nacionais e regionais, que listam museus pelo mundo e inclusive possibilitam acesso *on-line* aos seus acervos. No Brasil, o Museu do Instituto Arqueológico Histórico e Geográfico Pernambucano foi o primeiro museu e data de 1862. Os outros museus brasileiros foram todos fundados durante o século XX, sendo o mais importante, pela qualidade do acervo, o Museu de Arte de São Paulo - MASP, fundado em 1947.

Segundo Bruno (2007), por serem gestores e administradores das formas de expressões da humanidade e suas interpretações, estas instituições podem atuar, especialmente, com quatro finalidades:

- a) salvaguardar e comunicar as expressões culturais com vistas à sua valorização e ressignificação, evidenciando a sua função socialcontemporânea;
- b) amparar a negociação sobre os valores culturais a partir de estudos científicos e da interlocução com distintos segmentos das sociedades;
- c) desenvolver processos sistemáticos que consolidem a trajetória da educação da memória;
- d) preservar o espaço e o tempo para a fruição e argumentação sobre os nossos próprios valores e dramas culturais.

Conforme Caldeira (1998, p. 393) museus, bibliotecas e arquivos são “[...] instituições culturais responsáveis pela armazenagem, conservação e divulgação dos acervos coletados ao longo da trajetória das comunidades humanas.” Perante esta afirmação, podemos concluir que a disseminação do conhecimento também é função dos museus, que recebem a seguinte definição de Caldeira (1998, p. 396):

¹⁵ A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.

[...] são locais que reúnem e organizam coleções de objetos que apresentam interesse histórico, técnico, científico ou artístico. Têm a finalidade de zelar pela sua conservação e de utilizá-los adequadamente para o aprimoramento do conhecimento dos seus usuários.

Para o mesmo autor, os museus contemporâneos podem apresentar novas tecnologias e interagir com o público:

Atualmente, os museus são instituições que armazenam e exibem o cabedal de realizações e progressos da humanidade, de seu meio ambiente natural, cultural e social, interagindo com seus visitantes e influenciando-os através do contato com os objetos expostos como quadros, esculturas, etc. ou suas representações, como fotografias, slides, filmes, programas de televisão, em CD-Rom, etc.[...] (p. 394).

Os serviços informacionais podem ser expandidos com a acessibilidade para pesquisadores e especialistas das peças que não estejam sendo exibidas e da documentação gerada pelos departamentos de pesquisas destas instituições.

Não há um consenso quanto à classificação de museus, no entanto Caldeira (1998) classifica-os em: museus de arte, museus históricos, museus de ciências, museus especializados, museus ao ar livre e centros de cultura. Assim, o autor classifica:

Os museus de arte (p. 400): “São instituições cujas coleções estão concebidas e dispostas pelo seu valor estático, independentemente de serem os objetos expostos criados ou não como obras de arte.” Estes, como os museus históricos, são os mais populares, com maior divulgação e recursos culturais. Seu público é heterogêneo, formado por estudiosos, amadores, curiosos e artistas.

Os museus históricos (p. 400): “São instituições com coleções concebidas e apresentadas em uma perspectiva histórica”. Um exemplo citado pelo autor são os sítios arqueológicos, que indicam a história de uma época, através dos artefatos que a representam.

Os museus de ciências (p. 402): “São as instituições que se preocupam com o meio ambiente, o desenvolvimento cultural dos povos, a educação da comunidade e os avanços tecnológicos.”. Uma vantagem que estes museus proporcionam, segundo o autor é a associação do modelo ao objeto real, que dá lugar a demonstrações, experiências físicas, exposições planetárias, viagens

virtuais, entre outras. Nesta categoria, os museus são geralmente ligados a instituições direcionadas à indústria e à tecnologia.

Os museus especializados “[...] são aqueles nos quais as coleções se voltam para áreas específicas do conhecimento ou para objetos determinados como: rádio, telefone, máquinas, faianças e uma infinidade de outros” (p. 402-403). Esta categoria inclui os museus de moda, os quais interessam sobremaneira neste estudo.

Os museus ao ar livre são “[...] espaços determinados nos limites de um jardim, de um parque, onde os objetos estão dispostos naturalmente ou seguindo determinada tendência.” (p. 403). O autor exemplifica este tipo de museu com os jardins botânicos, os aquários, os zoológicos e os planetários.

Por fim, os centros de cultura, que vem sendo criados atualmente “[...] integram exposições (pintura, escultura, desenho, fotografia), escola de arte, centro de preservação, etc.” (p. 403). Estes abrangem diversas manifestações artísticas, culturais e educacionais.

Com esta classificação podemos compreender que os museus são importantes fontes de informação para a pesquisa, pois incluem diversas áreas do conhecimento. Sua grande vantagem é ter, além da possibilidade de visitação de forma presencial, a consulta através de catálogos publicados e os sites destas instituições.

A próxima seção tratará da moda, as suas características e a sua história, o que se torna necessário para o entendimento das fontes específicas da mesma.

3.2 A Moda

O termo “moda” é utilizado para designar gostos, maneiras e modo pelo qual se faz alguma coisa. Podemos dizer que a moda não tem um conteúdo específico, nem está ligada a um objeto em particular, sendo um dispositivo social definido pela temporalidade breve e pelas mudanças constantes (Lipovetzky, 2006, p. 24).

Baldini (2006, p. 10), complementa que “[...] nos dias de hoje a moda tornou-se um fenômeno social de difícil definição dada a sua amplitude e a diversidade de opiniões de que tem sido objeto.”

Para Rech (2002, p. 29), “[...] a moda compreende mudanças sociológicas, psicológicas, e estéticas intrínsecas à arquitetura, às artes visuais, à música, à religião, à política, à literatura, à perspectiva filosófica, à decoração e ao vestuário”.

Kawamura (2005), nos fala que a moda não se expressa apenas através de uma peça de roupa, mas congrega elementos invisíveis por ela representados e que os seres humanos agregaram àquele determinado pedaço de tecido.

A partir desses conceitos, podemos afirmar que a moda não é só limitada à forma de vestir, mas também ao comportamento das pessoas e das sociedades em geral.

Conforme Hellmann (2009), moda e o vestuário são duas coisas distintas: a primeira é mais abrangente, sendo um processo de produção e consumo de significados simbólicos e não necessariamente se refere ao vestuário, que faz parte do sistema de produção e consumo material.

A moda está presente em diversos campos, mas é no vestuário que a moda se manifesta de maneira contundente

[...] porque exhibe os traços mais significativos do problema, o vestuário é por excelência a esfera apropriada para desfazer o mais exatamente possível a meada do sistema da moda [...] a esfera do parecer é aquela em que a moda se exerceu com mais rumor e radicalidade, aquela que, durante séculos representou a manifestação mais pura da organização do efêmero.” (LIPOVETZKY, 2006, p. 24).

A institucionalização do sistema moda-vestuário ocorreu a partir do século XX, com a complementação entre a dimensão material do vestuário (*clothing*) e a dimensão simbólica da moda (*fashion*) (KAWAMURA, 2005).

A partir disto Hellmann (2009) comparou moda e vestuário, e as suas principais diferenças:

Figura 2 – Quadro Comparativo dos Sistemas do Vestuário e da Moda.

Moda (<i>fashion</i>)	Vestuário (<i>clothing</i>)
Produção simbólica	Produção material
Intangível	Tangível
Excesso	Necessidade
Função de distinção	Função de utilidade
Encontra-se somente em sociedade onde está construída institucionalmente e difundida culturalmente	Encontra-se em qualquer sociedade ou cultura onde pessoas cubram seus corpos

Fonte: Helmann, 2009.

O vestuário é um produto de moda, que tem por objetivo principal atender a um grupo em especial, de acordo com o seu estilo de vida. Conforme Rech (2002, p. 37), o conceito de produto de moda é:

[...] qualquer elemento ou serviço que conjugue as propriedades da criação, (design e tendências de moda), qualidade (conceitual e física), vestibilidade, aparência (apresentação) e preço a partir das vontades e anseios do segmento de mercado ao qual o produto se destina.

O termo “tendência”, assim como o termo “moda” também denota elementos que não necessariamente estão atrelados à moda. Conforme Caldas (2006), o conceito de tendência presente na sociedade contemporânea teve sua construção baseada nas ideias de movimento, mudança, representação do futuro e evolução.

Conforme Palomino (2003), as tendências são o “denominador comum da moda” surgindo na ponta inicial da cadeia produtiva da moda, nas indústrias que produzem os fios e fibras e vem até o mercado do vestuário. A tendência pode ser considerada como uma parte da moda, que se encontra inserida dentro desta. Através da tendência, uma coleção de moda é criada e uma cor é adotada.

Lynch e Strauss (2007, p. 39) definem desta forma:

Desde uma perspectiva antropológica, o vestuário e a aparência, e as tendências de moda em particular, são visíveis incorporações dos sistemas culturais e seus significados. Como o consumidor se constrói e expressa sua visão de mundo e do sistema de valores, são fundamentais para a compreensão do tempo na atualidade.¹⁶ (Tradução nossa).

3.2.1 Um pouco da história da Moda

O homem relaciona-se com a moda desde o início dos tempos, no início para proteger-se, depois para adornar-se e posteriormente como forma de distinguir-se socialmente. A palavra moda significa costume, e vem do latim *modus*. A variação de vestimentas surgiu para diferenciar o que antes era igual, pois se usava um estilo de roupa desde a infância até a morte. Conforme Lipovetsky (2006, p.23), a moda nasceu no final da Idade Média, “[...] quando a renovação das formas de vestir e viver se tornou um valor mundano, quando a inconstância em matéria de formas e ornamentações deixou de ser uma exceção, tornando-se a norma social aceita.”.

Na Idade Média, as roupas seguiam um padrão segundo a classe social, com restrição de tecidos e cores usados somente pelos nobres. A burguesia que não era nobre, mas era próspera, passou a copiar o estilo nobre das roupas, gerando um processo de grande trabalho aos costureiros, que a partir de então, foram obrigados a produzir novos padrões para diferenciar os nobres dos burgueses.

Com a revolução industrial no século XVIII, o custo dos tecidos diminuiu, e em 1850, com a invenção das máquinas de costura, o custo dos tecidos caiu ainda mais. Mesmo após a facilidade das confecções, as mulheres ainda continuavam a usar roupas sob medida. Desta dificuldade, surgiu a alta costura que produzia diferentes estilos por meio de estilistas que inventavam tendências.

Segundo Lipovetski (2006), a moda, da metade do século XIX até os anos 60 ficou atrelada não apenas à alta costura que era a mais significativa

¹⁶ “From an anthropological perspective, the clothing and appearance, and fashion trends in particular are visible embodiments of cultural systems and their meanings. Since the consumer is constructed and expressed, his world view and value system, are fundamental to the understanding of time today.”

instituição da moda moderna até os anos 60, mas também à confecção industrial. Ou seja, tanto na produção do luxo com roupas feitas sob medida quanto na produção em massa, feita com roupas em série e de valor menor. Esta fase da moda tem características de “[...] uma produção burocrática orquestrada por criadores profissionais, uma lógica industrial serial, coleções sazonais, desfiles de manequins com fins publicitários.” (LIPOVETSKI, 2006, p. 107). E a Alta Costura continuou a monopolizar as inovações e lançar as tendências do ano. As publicações de moda surgiram neste período e contribuíram para a moda perdurar na paisagem social e também para determinar a forma particular que ela tomaria (Monneyron, 2006).

Para Lipovetsky (2006), de 1960 até os dias atuais vivemos na segunda fase da moda moderna, quando todas as faces da vida são atingidas, de forma parcial pela lógica da moda. A identificação da moda de hoje não é com o luxo das aparências, mas com o transitório, a tentação, e a diferenciação individual. Novos símbolos surgiram com manifestações em todas as peças do vestuário, e conforme Lipovetsky (2006):

[...] hoje o *must* quase só é conhecido por um público circunscrito de profissionais ou de iniciados, a maioria não sabe mais exatamente o que está na ponta de novo, a moda se assemelha cada vez mais a um conjunto vago, cujo conhecimento é distante e incerto. Simultaneamente o fora de moda perde sua radicalidade; ainda que não desapareça é mais impreciso; menos rápido, menos ridículo.” (p. 142)

Assim, a moda se torna mais democrática e acessível, com alternativas para todos os gostos, assim como a moda íntima feminina, tratada a seguir.

3.2.1.1 Um pouco da história da Moda Íntima Feminina

A moda íntima feminina é composta de várias peças, ou “roupas de baixo”. Segundo Freud (1987), a relação do erotismo com as roupas íntimas nada mais é do que o fetiche, ou feitiço. Isso acontece quando a satisfação pessoal se dá através de objetos ou ornamentos.

Desde a Antiguidade a moda íntima tem um papel importante na vida das mulheres. Em Creta (2500 a.C.) as mulheres usavam um corpete simples que sustentava a base do busto, projetando os seios nus. Esta moda era

inspirada na Deusa das Serpentes, que era o ideal feminino daquela época. Em Atenas, na Grécia Antiga, eram usadas túnicas sobre um triângulo amarrado com fios ao quadril. São os primeiros registros de uso destas peças. Em Roma no ano de 40 a.C eram usados pedaços de algodão, linho ou lã amarrados ao corpo como fraldas e faixas de pano amarradas na altura dos seios.

Figura 3 – Deusa das Serpentes do palácio de Knossos, 1600 a.C.



Fonte: Nazareth, 2010.

Na Idade Média, surgiu o primeiro tipo de *corset*, chamado de cota, que era uma túnica com cordões, e o *bliaud*, um tipo de corpete com amarração nas costas ou laterais, que apertava o busto como uma couraça e era costurado a uma saia plissada (STEELE, 2001).

Figura 4 – Desenho de um *bliaud*.



Fonte: Steele, 2001.

Conforme Steele (2001), o *sourquerie* era uma cota muito justa também conhecida como “guarda-corpo” ou corpete, usada sob a roupa. E também existia o *surcot*, um colete usado por cima da roupa e amarrado.

Figura 5 – Desenho de um *surcot*.



Fonte: Stelle, 2001.

Somente no final da Idade Média, por volta do século XV, durante o ducado de Borgonha, as mulheres passaram a usar faixas na cintura que sustentavam os seios e os deixavam mais volumosos, mas isto durou pouco.

No Renascimento (séculos XV ao XVI), a roupa íntima feminina ficou ainda mais rigorosa com o surgimento do *corps psique*. Tratava-se de um corpete pespontado com o objetivo de afinar a cintura, comprimir o abdômen e deixar os seios com aspecto de cones e que, em alguns modelos, havia uma haste de metal no centro que pesava até um quilo. Estes corpetes começaram a causar polêmica entre médicos esclarecidos, pois comprimiam órgãos internos, causando entrelaçamento de costelas e até a morte (STEELE, 2001). Neste mesmo século, o corpete foi separado da saia, e os dois passaram a ser cortados separadamente e em seguida, unidos por uma costura dupla. O volume das saias passou a significar riqueza. Com isto surgiram os saíotes, que com o tempo foram ficando mais pesados e maiores, até serem substituídos pelo *vertugadin* (TICIANEL, 2007). O *vertugadin* é um tipo de estofado usado embaixo de saias e vestidos com o intuito de oferecer um aspecto bufante (SABINO, 2007).

Figura 6 –Desenho de 1606 retratando a moda íntima feminina à época.



Fonte: Hawthorne, 2009

No século XVIII as mulheres passam a usar corpetes feitos com barbatanas de baleia, mas “confortáveis” do que os de metal. Os decotes aumentam e os *corsets* passaram a ser confeccionados para comprimir a base do busto e deixar os seios em evidência. Conforme Steele (2001), em 1770, com o Iluminismo e a posterior Revolução Francesa, houve uma cruzada anti-espartilho por parte dos médicos, filósofos, feministas e escritores. E com a Revolução, a simplificação do vestuário na Europa trouxe os vestidos “império”, que eram confeccionados em musselina fina e necessitavam de roupas íntimas. Assim, nasceu em 1800 o primeiro modelo de calcinha, chamado de calção ou *pantaloon*, que ia até os joelhos ou tornozelos e era feito de um tecido “cor de carne” (HAWTHORNE, 2009). Ainda segundo a autora, o *pantaloon* era usado apenas pelas damas mais ousadas da sociedade ocidental.

Entre os anos de 1820 e 1850, as americanas passaram a usar as *pantalettes* (diminutivo de *pantaloons*) e eram, segundo Hawthorne (2009, p. 16): “calções folgados com babados na extremidade de cada uma das pernas”.

Figura 7 – Foto de uma *pantalette*.



Fonte: Nazareth, 2007.

Ainda segundo Hawthorne:

A mulher das classes sociais mais elevadas, ou mesmo das medianas, só saía de casa embrulhada numa quantidade considerável de peças de roupa – inclusive no verão. Já se fora o tempo das musselinas diáfanas marcando a silhueta – as damas, agora, tinham de vestir metros e mais metros de tecidos opacos. A primeira camada era a velha camisola de baixo, ou veste, basicamente um saco de algodão ou linho que chegava abaixo dos joelhos. Em seguida vinham os “calções divididos” (abertos entre as pernas) e a cinta (ou, mais especificamente o espartilho) e, por cima destes, o corpete. Depois, a moça precisava ainda meter-se em entre as ferragens da anágua com armação ou crinolina (inventada em 1856) e jogar por cima desta mais uma série de anáguas simples, para então colocar o vestido. (2009, p. 19-20).

No final do século XIX desaparecem as crinolinas (anáguas feitas de crina de cavalo para armar as saias), e entram em cena as anquinhas, armação que ficava nas costas, logo abaixo da cintura, e acentuavam muito as curvas do quadril. Com o tempo, estas foram substituídas pelo *culo*, que deixava as mulheres finas na frente e com aspecto de “barriga de grávida” atrás.

Figura 8 – Damas usando anquinhas e culo.



Fonte: Hawthorne, 2009.

A diminuição desta curva e o rebaixamento da mesma são as principais mudanças do período de 1877 a 1883, assim como a diminuição do volume da saia. Já os *corsets* continuavam na moda e, em 1840, foi lançado um modelo com elásticos para que fosse colocado sem a ajuda de ninguém (STEELE, 2001). Na década de 1890, a anquinha desapareceu e os vestidos ganharam a forma de sino. Este padrão se manteve até aproximadamente 1910.

Figura 9 – Propaganda de marca de corsets.



Fonte: Nazareth, 2007.

A partir de 1900, o espartilho ficou mais flexível. A bailarina Isadora Duncan e os estilistas franceses Paul Poiret e Madeleine Vionnet, inspirados nos trajes neo-orientais do balé russo de Serge de Diaghliev, que se apresentava em Paris, influenciaram a moda íntima feminina e produziram roupas com uma silhueta mais natural.

Em 1904, a palavra *sotien-gourge* entrou para o dicionário francês, e em 1907 a revista *Vogue* inglesa utilizou o termo *Brassière* pela primeira vez. Em 1913, a inglesa Mary Phelps Jacob inventou o sutiã e vendeu a patente para a *Warner Company*, uma empresa de moda íntima feminina que existe até hoje.

Figura 10 – Patente do primeiro sutiã em 1914.



Fonte: Steele, 2001.

Em 1914, com o começo da Primeira Guerra Mundial as mulheres passaram a trabalhar em fábricas, fazendo com que os espartilhos fossem substituídos por sutiãs e cintas.

Figura 11 – Modelo usando sutiã e cinta nos anos 20.



Fonte: Steele, 2001.

Nos anos 20, as roupas íntimas passaram a ter outras cores, além do tradicional branco. A *Kestos Company of América* produziu, no final deste período, um sutiã composto por dois triângulos com elásticos que se cruzavam nas costas e amarravam-se na frente. No final do decênio, uma imigrante russa, Ida Rosenthal, junto com seu marido, fundou a *Maidenform* e desenvolveu sutiãs, pela primeira vez, com tamanhos de taças diferentes, que não achatavam os seios.

Em 1930, a *Dunlop Company* inventou um fio elástico muito fino, o látex. A roupa íntima passou a ser fabricada em modelagens que respeitavam ainda mais a diversidade dos corpos femininos.

Figura 12 – Modelo usando cinta-calça nos anos 30.



Fonte: Nazareth, 2007.

A influência de Hollywood, representada pela atriz Lana Turner, a *sweater girl*, que usava sutiãs de bojos cônicos, trouxe a valorização do busto. Em 1932, a *Warner Company* lançou a cinta-calça e em 1935 sutiãs em forma de taça. Durante a II Grande Guerra (1939-1945), a escassez de seda e o uso do náilon na fabricação de pára-quadras militares, fez com que a indústria têxtil buscasse novos materiais, assim surgindo as fibras sintéticas.

Figura 13 – Sutiãs e cintas-calças feitos de fibras sintéticas.



Fonte: Steele, 2001.

No início dos anos 40, um excêntrico milionário, aviador e empresário cinematográfico chamado Howard Hughes, fascinado pelas curvas de Jane Russel, desenvolveu, especialmente para realçar suas medidas, um sutiã especial, segundo alguns, baseado na aerodinâmica dos aviões. (Há quem diga hoje que a engenharia dos sutiãs é semelhante à das pontes suspensas, pelas ações de força e sustentação). A partir da veiculação do filme “O Proscrito” (*The Outlaw*), em que a atriz vestia o sutiã *Maidenform*, os modelos de vários tamanhos de bojo viraram febre entre as mulheres.

Figura 14 – Atriz Jane Russel no filme “O Proscrito” em 1943.



Fonte: Nazareth, 2007.

Segundo Ticianel (2007):

Com o final da Segunda Guerra Mundial, o *New Look* do costureiro Dior, lançado em 1947, propunha a volta da elegância e dos volumes perdidos durante o período da guerra. Para acompanhar a nova silhueta proposta pelo costureiro, a *lingerie* precisava deixar o busto bem delineado e a cintura marcadíssima. Surgiram os sutiãs que deixavam os seios empinados e as cintas que escondiam a barriga e modelavam a cinturinha. (p. 24-25).

Em 1959, a *Lycra* foi lançada pela *Du Pont*, e permitia liberdade aos movimentos. A moda íntima feminina passou a ter diversos tipos de cores e modelagens, embora, na maioria, ainda mantivesse os sutiãs estruturados (TICIANEL, 2007). As *hot pants*, calcinhas de cintura alta, foram imortalizadas pelas *pinups*:

Figura 15 – Pinup usando hot pants.



Fonte: Nazareth, 2007.

Os anos 60 foram os mais importantes do século XX para a moda íntima feminina, pois influenciaram toda uma maneira de viver. Os jovens passaram a ter uma postura contestatória. Os cabelos femininos tornaram-se curtos, assim como as saias. Os seios ficaram mais livres, em sutiãs sem bojos nem arames, mais leves e confortáveis (TICIANEL, 2007). Alças reguláveis, de elástico, foram criadas para oferecer maior conforto. No final dos anos 60, feministas americanas queimaram seus sutiãs em praça pública, pois estes seriam, para elas, símbolos da opressão feminina. Muitas mulheres foram influenciadas por essa forma de pensar, desvinculando a peça do seu vestuário. Os seios pequenos passaram então a ser mais valorizados.

Para Hawthorne (2009), com o ápice do reinado da minissaia,

[...] a *lingerie* tinha que ser mais justa ao corpo: a calcinha tipo biquíni, de náilon *stretch*, tornou-se imensamente popular. As cores eram vibrantes em padronagens chamativas: amarelo-limão, rosa-choque, roxo, laranja, ou tudo misturado em uma peça só. Muitas mulheres preferiram continuar com o branco ou os tons pastéis mais tradicionais, mas o importante é que agora elas tinham escolha (p. 108-109).

Nos anos 70, a modelagem da moda íntima feminina tornou-se mais básica, privilegiando o conforto. A mulher passou a ocupar cada vez mais espaço no mercado de trabalho e a calcinha do tipo “tanga” virou o símbolo desta época.

Figura 16 – Fotos de modelos vestindo sutiã e tanga básicos nos anos 70.



Fonte: Nazareth, 2007.

No final dos anos 70 e início dos 80, a inspiração romântica tomou conta da moda. Cinta-liga, meias 7/8 e *corsets*, sem a antiga modelagem apertada, voltaram à moda. Rendas, laços e tecidos delicados enfeitavam calcinhas e sutiãs.

Nos anos 80, foi criado o *outwear*, o sutiã que é usado como roupa, e este juntamente com os corpetes e cintas-ligas foram usados pela cantora Madonna e copiados no mundo todo. No Brasil a moda íntima era composta de calcinha de modelagem alta ou bem cavada (asa-delta) e regata de elastano.

Figura 17 – A cantora Madonna, nos anos 80, precursora do *outwear*.



Fonte: Nazareth, 2007.

A cantora continuou usando a *outwear* como figurino, e o sutiã em forma de cone produzido por Jean Paul Gautier para a turnê *Blond Ambition* tornou-se um ícone da moda.

Figura 18 – A cantora Madonna, nos anos 90, na turnê *Blond Ambition*.



Fonte: Nazareth, 2007.

Dos anos 90 até os dias de hoje, a moda íntima feminina, assim como a moda, não segue apenas um estilo. As modelagens retrôs, como os *caleçons* (calcinhas folgadas) convivem de forma harmônica com as calcinhas estilo cueca. Os sutiãs desestruturados dividem as mesmas prateleiras com os modelos de bojo. Tecidos naturais, como o algodão, são vendidos nas mesmas lojas de departamento que os modelos com tecidos tecnológicos. Surgiram os *push-ups*, que levantavam e juntavam os seios, oferecendo um colo provocante.

O sutiã do século XXI trouxe a tecnologia embutida em seus componentes. A indústria têxtil, ultra evoluída, apresenta a cada estação novidades mais interessantes. As microfibras e supermicrofibras oferecem o

conforto adequado, assim como as composições com elastano, que promovem uma compressão suficiente para modelar os corpos. É possível disfarçar ou valorizar um atributo físico, bastando para isso escolher a *lingerie* correta. Hoje o luxo não está mais associado ao desconforto e o mercado oferece a possibilidade de se ter modelos com aspecto sedutor e sem sofrimentos. Os modelos sem costura, em tecidos leves, oferecem extremo conforto. Existem modelos específicos para todas, de adolescentes a mulheres maduras, passando pelas gestantes e mães recentes.

A indústria de moda íntima feminina, que continua crescendo, aposta em alta tecnologia. No mercado é possível encontrar desde o espartilho no mais clássico modelo renascentista até o sutiã mais moderno, recheado de silicone, a última novidade.

3.2.2 A Pesquisa de Tendências

A pesquisa de tendências é fundamental para o sucesso no ramo da moda. Conforme Feghali e Dwyer (2004, p. 13): “As atividades de monitoramento de moda ou a pesquisa de moda analisam a informação de áreas distintas como economia, política, sociologia, ciência e tecnologia, até chegar à formulação de prognósticos na forma de tendências.”. Mesmo sendo realizada por estilistas, os procedimentos exigidos para a pesquisa de tendências não são apenas os do universo da moda.

De acordo com Lipovetsky (2006), a moda é o espelho da sociedade, portanto, é possível pesquisá-la em qualquer lugar, tanto nas ruas, na *internet*, em uma exposição de arte, em reportagens diversas ou nos costumes e hábitos de uma cultura. A sociedade manifesta seus sinais, e estes precisam ser compreendidos, analisados e interpretados por profissionais aptos a entendê-los, atingindo, desta maneira, o consumidor de forma sintética e organizada (RECH, 2001).

Martins (2003, p. 39), nos diz que: “As grandes empresas globais contratam empresas especializadas em mercados de nicho para que seus produtos estejam cada vez mais alinhados com os gostos e valores dos grupos alvo.”.

Portanto, não basta apenas copiar uma tendência observada, seja ela vinda do exterior ou do Brasil, é necessária uma análise comparativa entre a proposta observada e a identidade, a tecnologia e a mão-de-obra da empresa.

Para Treptow (2003):

A pesquisa de moda é um trabalho que exige disciplina e técnica, para que o profissional de criação possa descobrir, ver e registrar o que está nas ruas, vitrines, feiras, revistas e desfiles e, também compreender o que está no imaginário dos consumidores. (p. 77).

Conforme Back (2008), pesquisar tendências é perceber influências exercidas sobre um contexto e ler sua evolução buscando compreender suas futuras conseqüências. A *internet* é um meio para auxiliar nas leituras de tendências sócio-econômicas, pela velocidade, democracia e informações das tendências acerca da moda. Na *blogosfera* (termo coletivo que compreende os *blogs* como uma comunidade ou rede social virtual) cada vez mais a moda que vem das ruas é divulgada via *internet*, e serve como inspiração para pesquisadores, criadores e até para os próprios consumidores.

Figura 19 – Modelo usando corset.



Fonte: PORTAIS da Moda, 2011.

O acesso antecipado às tendências de moda é uma ferramenta eficiente para direcionar produtos e estratégias de marketing, pois a moda está nos desdobramentos e interpretações das tendências mundiais, acima de tudo, pela rapidez das transmissões das informações globalizadas. Feghali e Dwyer (2004) citam em sua obra as fontes de informação mais importantes, que são: as viagens internacionais, as feiras da indústria de vestuário, principalmente as

internacionais, e os desfiles nacionais e internacionais. As revistas de moda, para os autores, são fontes mais fáceis de serem encontradas, sendo de dois tipos: as revistas de tendências, lançadas em dois momentos do ano: primavera/verão e outono/inverno e as revistas periódicas vendidas nas bancas que informam ao público o que será usado. Ainda conforme as autoras, os cadernos de tendências ou *bureaux de style*, possuem grande importância e, conforme as mesmas “[...] estabelecem as diretrizes para a próxima estação, definindo os quatro pilares que determinarão a moda em todo o mundo: silhueta, tecido, cores e textura.” (FEGHALI; DWYER, 2004, p. 16).

Um bom exemplo de *bureaux de style* é o francês Promostyl¹⁷, que faz consultoria há quarenta anos, além de promover *trendbooks* (caderno de ver tendências) com até 24 meses de antecedência. Possui cadernos de tendências de materiais, cores e influências. No Brasil, seu representante é a Arena Bureaux¹⁸, que também representa outros *bureaux de style* e seus *trendbooks*, figurinos e revistas técnicas internacionais.

Estas fontes de informação são indispensáveis para que a pesquisa de moda seja realizada. Segundo Rech (2006), a concorrência atualmente está baseada na diferenciação (preço-qualidade-criatividade) e centrada na incorporação de elementos como estilo, design e moda nos produtos.

Mas é imprescindível que se conheça a estrutura do processo de produção da moda, e sendo assim, na próxima seção, serão focadas a cadeia produtiva e a estrutura da cadeia produtiva da moda íntima feminina.

3.3 Cadeias Produtivas

O conceito de cadeia produtiva não apresenta uma definição única, e está condicionado ao foco de análise em que o termo é utilizado. O termo vem do francês *filière* (fileira). Klieman Neto e Souza (2004) tratam junto ao conceito de *filière* outros tipos de aglomerados empresariais como *cluster* e *supply chain*. O objetivo deste estudo é analisar apenas a cadeia produtiva da moda íntima feminina sob o viés da *filière* e seu respectivo nome em português: cadeia produtiva.

¹⁷ Documento eletrônico. Disponível em: <http://www.promostyl.com/anglais/trendoffice/trendoffice.php>

¹⁸ Documento eletrônico. Disponível em: <http://www.arenabureaux.com/>

A seguir serão arrolados os possíveis significados, aspectos importantes para a definição dos elos e a estrutura das cadeias produtivas.

3.3.1 Conceito e Estrutura

De maneira geral, uma cadeia produtiva pode ser definida como o conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos. De forma simplificada pode ser definida como um conjunto de elementos “empresas” ou “sistemas” que interagem em um processo produtivo para oferta de produtos ou serviços ao mercado consumidor (SILVA, 2005).

Segundo Rech (2006) é “Uma seqüência de atividades empresariais que conduzem a uma sucessiva transformação de bens, do estado bruto ao acabado ou designado ao consumo.”. Para Haguenaer .. (2001, p. 6): “Conceitua-se cadeia produtiva como o conjunto das atividades, nas diversas etapas de processamento ou montagem, que transforma matérias-primas básicas em produtos finais.”. As atividades começam com a matéria-prima fornecida, transformam esta (em etapas sucessivas) em produto final e chegam aos canais de distribuição da mercadoria ao consumidor.

E ainda conforme Castro (2000):

Cadeia produtiva é o conjunto de componentes interativos, incluindo os sistemas produtivos, fornecedores de insumos e serviços, indústrias de processamento e transformação, agentes de distribuição e comercialização, além de consumidores finais. (CASTRO, 2000, p. 4).

Com estas definições podemos concluir que uma cadeia produtiva abrange certos procedimentos para a transformação de insumos em produtos destinados ao consumo.

Kliemann Neto e Souza (2004), mencionam ainda que as cadeias produtivas representam arranjos empresariais, resultantes de mudanças no cenário econômico mundial. Conforme os autores: “Esses arranjos empresariais redefinem as fronteiras das organizações, e fazem com que a busca da competitividade não aconteça de forma isolada, mas sim dentro de

um coletivo de empresas articulado e integrado.” (KLIEMANN NETO; SOUZA, 2004, p. 10).

Deste modo, Haguenaer *et al.* (2001, p. 6), interpretam complexos industriais como “[...] conjuntos de cadeias produtivas que têm origem nas mesmas atividades ou convergem para as mesmas indústrias ou mercados.” Os mesmos autores complementam: “Em cada cadeia produtiva encontram-se indústrias estreitamente relacionadas por compras e vendas concorrentes, constituindo os principais mercados e/ou fornecedores das demais atividades participantes.” (HAGUENAUER *et al.*, 2001, p. 6). Prochnik (2002, p. 2), conceitua os complexos industriais como blocos ou conjunto de empresas onde “[...] o valor médio das compras e vendas entre os setores constituintes de um bloco seja maior do que o valor médio das compras e vendas destes mesmos setores com os setores de outros blocos.”. E assim, pode-se afirmar que os complexos industriais concentram empresas interrelacionadas, e que estas são, em sua maioria, fornecedoras e consumidoras entre si, sendo as atividades de compra e venda entre estas organizações mais recorrentes que estas e outras empresas que não constituem esse complexo.

A análise do conceito de cadeia produtiva é de extrema importância para as empresas envolvidas. Para Haguenaer *et al.* (2001), o entendimento de conceitos como o de cadeias produtivas é importante para verificar pontos fortes, deficiências e potencialidades das empresas que engloba. Silva (2005, p. 2)

Sob a ótica de cada participante a maior vantagem da adoção do conceito está no fato de permitir entender a dinâmica da cadeia, principalmente, em compreender os impactos decorrentes de ações internas e externas, respectivamente.

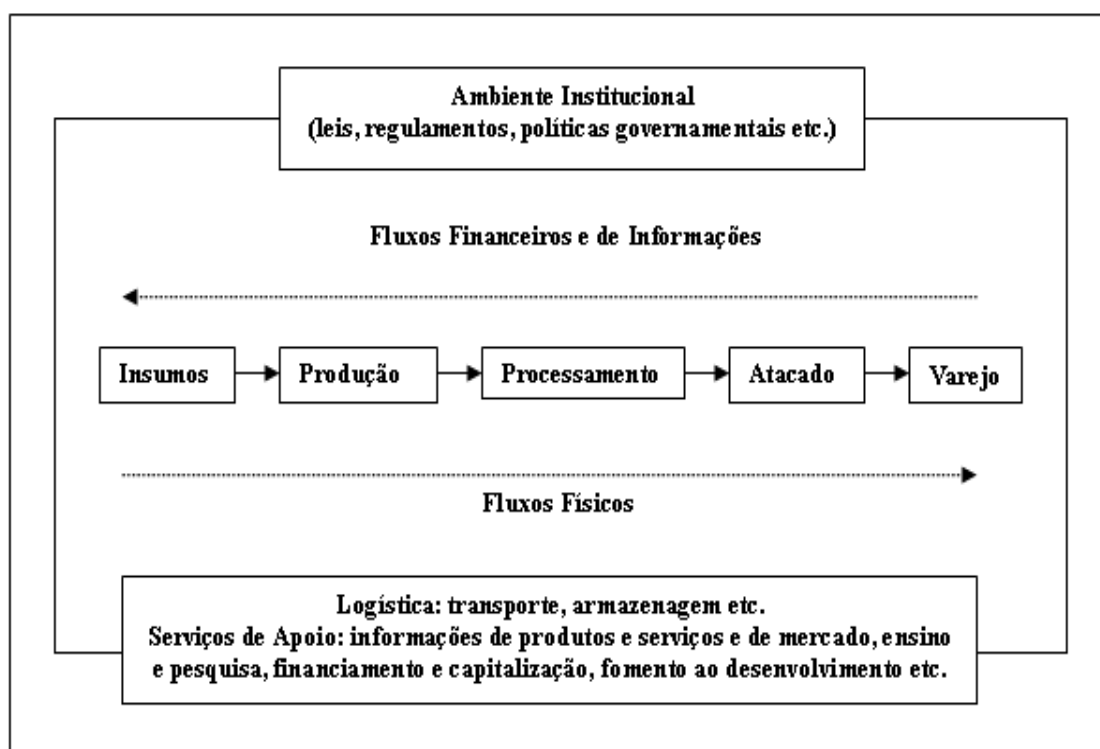
Ao aplicar o conceito de cadeias produtivas podem-se revelar fragilidades e potencialidades entre os elos, garantindo a qualidade do produto desenvolvido por estas indústrias. Para Batalha e Silva (2001), além de colaborar para a análise do funcionamento das empresas, o estudo da cadeia produtiva pode ser útil também para a aplicação de novas ferramentas gerenciais, com o intuito de buscar maior eficiência e qualidade nas produções.

A classificação das cadeias produtivas proposta por Silva (2005) é dividida em dois tipos básicos: cadeia produtiva dedicada, onde “[...] fluxos de

insumos, matérias primas, produtos e capitais, bem como os repasses de tecnologia ocorrem sob regências contratuais.”. E cadeia produtiva com integração horizontal, onde “[...] os elementos de um dado segmento podem executar a mesma função em várias cadeias, como também, vários elementos podem executar a mesma função em um dado segmento.”. (SILVA, 2005, p. 5). A diferença entre os dois tipos está na exclusividade ou não da negociação entre empresas. Um fundamenta-se em bases contratuais, que buscam uma fidelidade entre as empresas; o outro decide-se por uma liberdade maior, permitindo que a mesma empresa possa negociar também com outros segmentos.

Para ilustrar, segue abaixo um esquema básico aplicável a qualquer cadeia produtiva:

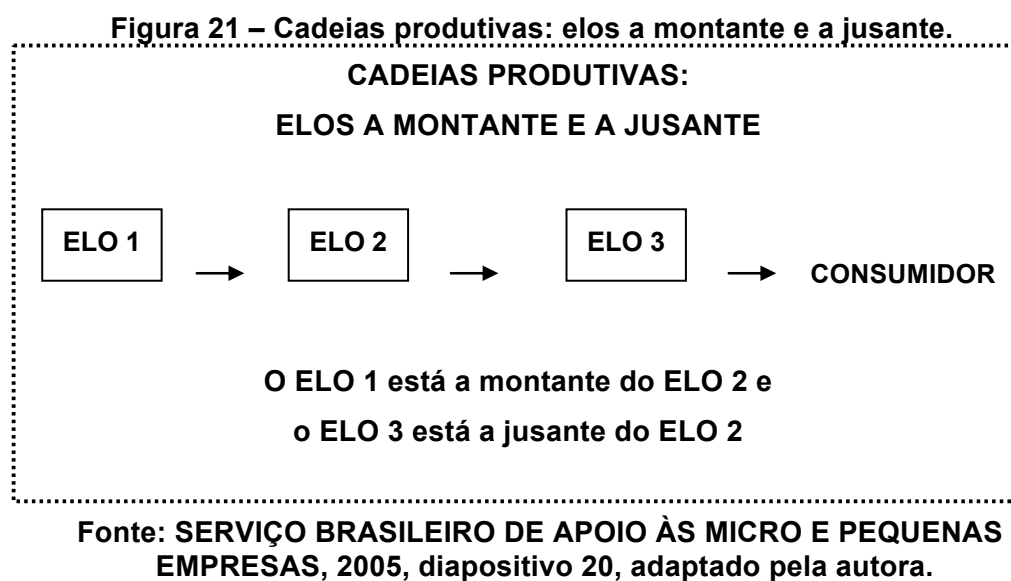
Figura 20 – Diagrama Esquemático de Uma Cadeia Produtiva



Fonte: SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2005, diapositivo 17.

Neste esquema são representados os segmentos principais de uma cadeia produtiva: os insumos (matéria-prima), a produção e o processamento (etapas de transformação da matéria-prima em produto final) e o atacado e o varejo (etapas de comercialização do produto pronto). O ambiente institucional, representado por suas leis e regulamentos, e os setores de logística e serviços

de apoio estão em torno destes elos e são fatores de grande influência no seu funcionamento. Os fluxos físicos representam a direção em que vai a cadeia, de a montante a jusante. Os fluxos financeiros e de informação seguem o caminho inverso, indo de jusante a montante na cadeia produtiva. Para melhor explicitar as denominações a montante e a jusante, foi utilizado um diagrama apresentado em seminário pelo Sebrae (2005), onde são revelados os posicionamentos entre os elos.



Este esquema demonstra que os elos que ficam a montante são aqueles que compreendem a fase anterior à analisada e os elos a jusante são aqueles localizados após o elo observado. Estes elos, aonde figuram os diferentes segmentos da cadeia produtiva, podem ser divididos em macrosegmentos. Conforme Batalha e Silva (2001), as cadeias produtivas agroindustriais, dividem-se em três macrosegmentos: a produção de matérias-primas, a industrialização e a comercialização. Com a exceção de alguns aspectos específicos das agroindústrias, foram adaptados estes conceitos para as cadeias produtivas de modo geral.

Estes segmentos são descritos assim:

- a) macrosegmento produção de matérias-primas: reúne as empresas fornecedoras de matérias-primas. Estas fornecem insumos a outras empresas, para que estas desenvolvam o seu produto final (por

exemplo, a indústria química, que fornece fios e filamentos para a indústria têxtil);

- b) macrossegmento industrialização: são as empresas que transformam as matérias-primas em produto final, que será destinado ao consumidor (por exemplo, a indústria de confecções);
- c) macrossegmento comercialização: são as empresas que realizam o contato entre o cliente e o produto final da cadeia produtiva, e assim possibilitam a venda. Também podem fazer parte deste segmento os responsáveis pela logística de distribuição (por exemplo, as lojas de atacado ou de varejo).

Os setores a montante da indústria fornecem matérias-primas e esta fabrica o produto final. A jusante fica o segmento de comercialização e este encarrega-se da distribuição do produto ao consumidor final. Esta é, de maneira simplificada, a estrutura de uma cadeia produtiva. A seguir, será apresentada a cadeia produtiva têxtil/confecções.

3.3.2 Cadeia Produtiva Têxtil / Confecções

A cadeia produtiva têxtil/confecções inicia na agropecuária para a obtenção de fibras naturais ou na indústria química no caso das fibras sintéticas, passando pelo fio, tecidos, beneficiamento, confecção e termina no consumidor final. A cadeia é extremamente diversificada no que diz respeito às matérias-primas utilizadas, processos produtivos existentes, padrões de concorrências e estratégias empresariais. Goularti Filho e Jenoveva Neto (1997), dividem a cadeia produtiva têxtil/confecções em quatro subsetores: produção de fibras; fiação, tecelagem e acabamento; confecção e vestuário; e máquinas e equipamentos para a produção têxtil. Haguenaer *et al.* (2001, p. 27), estudam o micro complexo têxtil/vestuário, apresentando-o como “[...] uma cadeia de atividades em seqüência linear, desde o beneficiamento e fiação de fibras naturais e/ou químicas, passando pela tecelagem, até a confecção final.”. Existe um consenso entre os autores que estudam a cadeia produtiva da moda, ao afirmarem que esta é composta por elos interdependentes, mas não existe um acordo quanto a isto. Alguns autores consideram os processos de fiação,

tecelagem e acabamento elos do mesmo macro segmento da confecção; outros os consideram elos a montante desta.

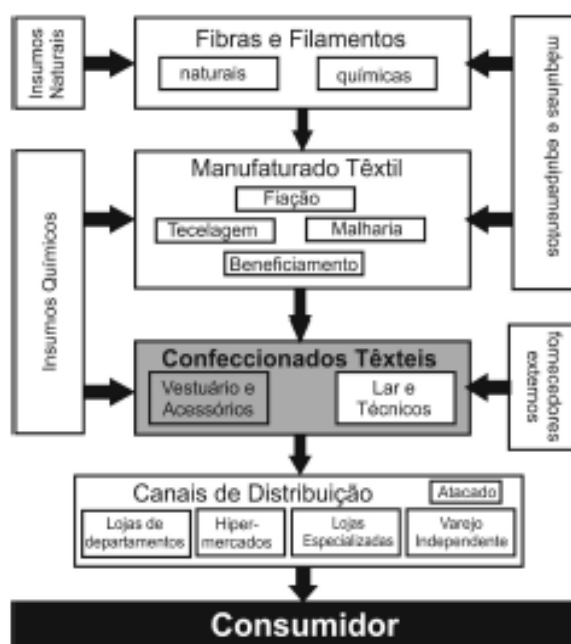
A cadeia produtiva têxtil/confecções é representada, então, por uma seqüência de atividades industriais, iniciando no fornecimento de matérias-primas, passando pela indústria de confecção e chegando ao produto final e sua distribuição no mercado. Esta atividade, como já foi visto, são representadas por diversos elos ou segmentos. Rech (2006), identifica estes segmentos da cadeia produtiva têxtil/confecção: produção de matéria-prima, fiação, tecelagem, beneficiamento, confecção e mercado. E explicita cada um deles :

a produção de matéria-prima corresponde à primeira fase da cadeia produtiva, onde são preparados fibras e filamentos que serão utilizados na etapa de fiação. Segundo Rech (2006, p. 20), ela “[...] abrange o processo químico-físico de extrusão (fibras químicas - artificiais e sintéticas) e a produção agrícola (fibras naturais vegetais) ou pecuária (fibras naturais animais).”;

- a) a fiação, que abrange a produção dos fios;
- b) a tecelagem, onde são produzidos os tecidos. O autor afirma que existem diferentes processos técnicos para a produção de tecidos, onde se situam a tecelagem de tecidos planos, a malharia circular ou retilínea e os procedimentos para os não-tecidos;
- c) o beneficiamento ou acabamento, onde são realizadas diversas operações de modificação das propriedades dos tecidos;
- d) a confecção, que se constitui no momento em que o vestuário é concebido, compreendendo as fases de criação, modelagem, enfiado, corte, costura e beneficiamento do produto final;
- e) o mercado, que corresponde à fase de distribuição e comercialização dos produtos finais (atacado e varejo).

Os segmentos supracitados, por sua vez, são classificados como setores a montante, que se situam na fase anterior à fabricação do produto, ou a jusante, localizados após a fabricação do produto, dentro da cadeia produtiva da moda. Esta divisão pode ser melhor observada na figura a seguir, onde é apresentada uma cadeia produtiva simplificada do setor têxtil/confecções.

Figura 22 - Cadeia Produtiva Têxtil/Confecções



Fonte:ABRAVEST, 2004

Na Figura 22 é mostrada a estrutura da cadeia produtiva têxtil/confecções, que compreende a descrição dos segmentos feita por Rech (2006). Verifica-se que a cadeia têxtil é constituída dos segmentos de produção de matéria-prima, representada pela agroindústria e pela petroquímica, e indústria têxtil (fiação, tecelagem). O beneficiamento ou acabamento, representado pelo elo acabamento, é realizado pela indústria química, onde o material têxtil é tratado e modificado para que esteja de acordo com os padrões requeridos pelo mercado. Há outro elo não citado antes, o dos bens de capital, que é o responsável pelo seguimento de todo o processo. Todos estes elos constituem as etapas a montante da confecção.

Existe uma interação entre os segmentos fornecedores a montante (equipamentos, produtos químicos, fibras e filamentos), os produtores de manufaturas (fios, tecidos, malhas), e os bens acabados a jusante (confeccionados e têxteis).

As fibras têxteis são transformadas em fios através da fiação. Fibras de tipos diferentes como poliéster e algodão podem ser fiadas juntas. Os fios dão origem aos tecidos, através da tecelagem. Processos têxteis de acabamentos são então aplicados para conferir ao tecido propriedades particulares. Alguns

destes processos como o tingimento, podem ser aplicados nas fibras cruas, nos fios ou nos artigos acabados. O segmento de tecelagem divide-se em tecelagem plana e malharia; cada um destes segmentos pode oferecer ao mercado um produto acabado e pode estar desconectado dos demais. O processo produtivo descontínuo é uma característica marcante da indústria têxtil. Ainda que os segmentos ou etapas do processo se interliguem pelas características técnicas do produto a ser obtido, e neste caso, o tecido a ser conseguido determina o tipo de fibra, as especificações do fio e as particularidades do acabamento, essas etapas não precisam ser todas incorporadas pelas empresas. É comum a especialização em apenas um ou dois segmentos. Isso faz com que as relações cliente/fornecedor adquiriram grande importância em toda a cadeia produtiva.

O elo “confecção e vestuário” produz roupas e acessórios de vestuário em geral; artigos de cama, mesa e banho; artigos para o lar e peças de uso específico, como meias, acessórios, moda íntima feminina e masculina, etc. Esta etapa é “[...] um sistema fragmentado, complexo e intensivo em mão-de-obra.”. Constituído por uma estrutura industrial altamente heterogênea e pela elevada divisibilidade do processo de produção.” (RECH, 2006, p. 80). Isto acontece por existirem diversos métodos de confecção, que vão da produção industrial até a caseira e pela divisão de trabalho que ocorre nas diversas etapas da confecção. Na figura 22, pode-se concluir que a etapa de acabamento não é realizada somente nos produtos têxteis não-acabados, ocorrendo também em peças finais da confecção.

O mercado é representado na figura 22 pelo elo comércio varejista/atacadista. Esta etapa localiza-se a jusante do elo confecção, porque depois de a indústria de confecções receber os insumos indispensáveis para produzir e confeccionar o produto final, o mesmo será distribuído até chegar, através do comércio varejista e atacadista, ao seu último destino, que é o consumidor. Além destes canais formais de distribuição, existem também as pessoas chamadas ‘sacoleiras’, que fazem a intermediação entre o atacado e o consumidor, e são um canal informal de distribuição.

Estes elos, por sua vez, podem ser novamente agrupados, constituindo três macrosegmentos. Conforme Rech (2006), estes macrosegmentos são: a

produção de matéria-prima, a indústria de transformação e o mercado consumidor.

A produção de matéria-prima envolve as atividades de transformação das fibras químicas ou naturais em fios e tecidos, sendo segmentada em relação à tecnologia aplicada e ao processo produtivo que engloba (RECH, 2006).

A indústria de transformação é composta pelas atividades de preparação, beneficiamento, acabamento e confeccionados têxteis, a partir da tecelagem plana, malharia circular e retilínea (RECH, 2006).

O mercado consumidor compreende os canais de distribuição e comercialização do produto final, que são os representantes comerciais, os atacadistas e os varejistas (RECH, 2006). Estes três macrosssegmentos representam os processos constitutivos da cadeia produtiva da moda, onde ocorre o tratamento da matéria-prima, cria-se o produto que é vendido ao consumidor, através de lojas ou vendedores autônomos.

Por ter a mesma estrutura da cadeia produtiva têxtil / confecções, não foi necessário transcrever um desenho específico para a cadeia produtiva da moda íntima feminina.

Na seção seguinte é aprofundado o elo principal deste estudo: a indústria de confecções de moda íntima feminina.

3.4 Indústria de Confecções de Moda

O setor têxtil/confecções é um dos segmentos de maior tradição dentro do segmento industrial. A sua posição é de destaque na economia dos países chamados emergentes, que devem à sua indústria têxtil a relevância que têm, hoje, no comércio mundial de manufaturas.

No Brasil, o setor representou um papel de grande importância no processo de desenvolvimento econômico e social. Atualmente, pode-se verificar que o mercado têxtil mundial vem assinalando uma expressiva expansão, tanto no que se refere aos montantes produzidos, quanto ao comércio entre os grandes países produtores e consumidores. Isto tem sido possível pela expansão do número de consumidores em todo o mundo, tanto

pelo aumento da renda em alguns países mais desenvolvidos quanto pela abertura dos mercados ao comércio internacional (TEXTILIA, 2011).

Nas mais antigas civilizações já existiam indústrias têxteis e até mesmo de confecções, e eram geralmente as primeiras a serem instaladas em um país que iniciasse suas atividades industriais (FEGHALI; DWYER, 2004). Podemos defini-las como um

[...] conjunto de empresas que transformam pano, fabricado a partir de fibras naturais, artificiais ou sintéticas, em peças do vestuário pessoal (feminino, masculino e infantil); doméstico (cama, mesa e banho); decorativo (cortinas e toldos) ou de embalagens, entre outros. (GOMES, 2002, p. 172).

Observa-se, assim, que a indústria de confecção é aquela responsável pela fabricação de produtos através da matéria-prima têxtil. Estes produtos, conforme afirma Gomes (2002), não se restringem apenas a peças do vestuário. No entanto: “A indústria de confecção do vestuário é a principal produtora de bens finais do complexo têxtil.” (GOULARTI FILHO; JENOVEVA NETO, 1997, p. 56). Estes produtos podem ser confeccionados com tecidos naturais, artificiais ou com a mistura de ambos (GOULARTI FILHO; JENOVEVA NETO, 1997).

A confecção é composta de sete etapas de produção. Gomes (2002) explica cada uma delas, que são descritas de maneira concisa:

- a) criação do produto: etapa que “Consiste em criar, alterar, copiar ou interpretar as tendências da moda (em forma, estilo e cor), adaptando-as ao padrão do mercado, levando em consideração fatores como gênero, época, estação do ano e o consumidor.” (p. 174);
- b) modelagem: etapa principal para a qualidade do produto. “Consiste na interpretação do modelo previamente criado que é transformado em moldes, adequando as proporções do protótipo aos diversos tamanhos das roupas a serem fabricadas.” (p. 175);
- c) risco: etapa em que o tecido é riscado de acordo com o molde, desmembrando-se cada parte deste, para servir de base para o corte;

- d) corte: momento em que o tecido é cortado, conforme a marcação feita na etapa do risco; “[...] após o enfesto do tecido, que consiste na superposição de várias peças de pano para que, numa só operação de corte, sejam obtidas diversas partes de roupa que posteriormente serão montadas.” (p. 175);
- e) costura: parte em que a roupa é cosida e montada. É uma fase complexa, pelos vários tipos de costura e o envolvimento de muitas pessoas na mesma tarefa;
- f) acabamento: penúltima atividade da confecção, onde as peças são limpas, recebem acessórios (metais, ilhoses, botões etc.) e são inspecionadas, para verificar se há defeitos;
- g) passadoria: última etapa do processo, que pode ou não existir, dependendo do tipo de tecido, onde “[...] a roupa é passada, geralmente com o uso de ferro a vácuo ou a vapor, para em seguida ser empacotada e encaminhada para o estoque ou, dependendo da fábrica, enviada ao cliente.” (p. 176).

Estas etapas formam o processo de confecção, antes que o produto final chegue ao seu destino. Muitas empresas, geralmente as menores, terceirizam algumas etapas, principalmente a da costura. Gazzona (1997, p. 95), informa que existem facções de costura que “[...] são empresas subcontratadas, especialistas em uma ou mais etapas do processo produtivo, geralmente a etapa mais intensiva em trabalho, a costura.” De maneira geral, as atividades concentradas na confecção caracterizam-se pela grande absorção e dependência da mão-de-obra, com procedimentos pouco automatizados (GAZZONA, 1997).

Goularti Filho e Jenoveva Neto (1997) apresentam os principais tipos de produtos vindos desta indústria: vestuário padrão, vestuário de moda, artigos para o lar e artigos técnicos/industriais. Brevemente, busca-se descrevê-los:

- a) vestuário padrão: são “[...] artigos padronizados, não muito sujeitos à oscilação da moda e se caracterizam pelo grande volume de vendas e têm seu conceito de qualidade fortemente associado à sua durabilidade.” (p. 57);

- b) vestuário de moda: são artigos produzidos em pequenos lotes “[...] obedecendo desenhos, cores, formas, estruturas e detalhes, ditados pelas tendências de moda.” (p. 57). Conforme os autores, estas indústrias precisam ser flexíveis e ágeis para acompanhar o movimento da moda, produzindo peças atualizadas, com bom caimento e acabamento;
- c) artigos para o lar: são os produtos para cama, mesa e banho, além daqueles utilizados em decoração. Sua qualidade está diretamente relacionada à durabilidade, ao atendimento às dimensões padronizadas e ao bom gosto e criatividade dos produtos;
- d) artigos técnico/industriais: engloba diversos produtos, sendo alguns fabricados sob padrões rígidos, relacionados a resistência, assepsia etc.. A qualidade destes remete à obediência a tais padrões.

Conforme esta classificação, mesmo as confecções voltadas ao vestuário são segmentadas. O foco deste estudo são os produtos que seguem padrões de moda, e nesta fase de produção, um ponto deve ser observado, que é o *timing* da cadeia produtiva da moda. De acordo com Rech (2006), este é “[...] o tempo que decorre entre a introdução de uma moda (produto, conceito, *look*) até a sua substituição, seja ao nível de inovação; de variações – cores, formas; ou do seu teor – conceito de moda, estilo, materiais, acessórios.”. E ele gira em torno da escolha de cores, fios, tecidos e da criação de moda. As cores da estação são determinadas com antecedência de até 24 meses da estação corrente. Os grandes fabricantes de corantes do mundo, organizados em grupos setoriais, elaboram a paleta de cores através de pesquisas de disponibilidade de corantes e de preferências do mercado (TREPTOW, 2003). Conforme Rech (2006), os fios são planejados cerca de dezoito meses antes da estação prevista, sendo que as feiras de fios ocorrem com até quatorze meses de antecedência. Os tecidos são previstos com doze meses de antecedência e as feiras de tecido ocorrem dez meses antes da estação. A criação e a produção das coleções costumam ocorrer nove meses antes da estação, para que o varejo as receba com três meses de antecedência e possam repassar este produto ao consumidor no momento certo.

Quanto à modelagem, a NBR 13377:1995 – Medidas do corpo humano para vestuário – Padrões Referenciais, oferece às confecções e aos profissionais de modelagem medidas de referência que podem ser adequadas ao perfil de cada empresa, à região em que atuam e ao seu público-alvo. Sua aplicação é voluntária. A norma descreve apenas uma medida por tipo de vestuário, sem estabelecer padrões para modelagem, que fica a critério de cada confecção.

A seguir, apresenta-se o setor têxtil/confecção de moda íntima feminina Brasil.

3.4.1 Indústria de Confecções de Moda Íntima Feminina no Brasil

A indústria de confecções de moda íntima feminina é uma das que mais crescem no Brasil. Em 2009, o faturamento foi de R\$ 5,3 bilhões, com produção de 968 milhões de peças. Há dois anos as passarelas vêm incentivando um interesse ainda maior pela roupa íntima, que passou a interferir no visual, graças a transparências e recortes que mostram o que está por baixo do vestuário. “A expectativa era que, em 2009, a produção de moda íntima crescesse entre 11% e 15%. Mas o crescimento foi de 17%. Este ano, com a recuperação das exportações, espera-se um crescimento entre 20% e 23%” (SALÃO MODA BRASIL, 2011).

O Brasil ainda é o país do biquíni, mas o mercado de moda íntima feminina é muito maior que o de moda praia. O consumidor brasileiro agora está redescobrendo a roupa íntima. Atualmente, existem vários pólos de moda íntima no Brasil: Nova Friburgo e região dos Lagos, com 900 confecções, que geram mais de 20 mil empregos diretos e indiretos, com faturamento anual em torno de R\$ 600 milhões; o pólo de Juruáia, no Ceará cuja produção de peças íntimas gera um faturamento mensal de R\$ 2 milhões, com 350 mil peças vendidas em todo o Brasil; (ABIT, 2011), e o pólo de Guaporé, no Rio Grande do Sul, já tratado em **1.2**.

O aumento do consumo, impulsionado pelo crescimento da classe média e a maior participação da mulher no mercado consumidor é uma das razões do crescimento do setor no País, mesmo com um grande número de indústrias informais, que provocam, segundo Gorini e Siqueira (2002), a saída de

indústrias legalizadas de certos segmentos, gerando efeitos negativos sobre a competitividade das empresas formais do setor.

Em relação às exportações, o Brasil situa-se na 21ª colocação entre os maiores exportadores de produtos têxteis (FEGHALI; DWYER, 2004). De acordo com dados da ABIT, no ano de 2011 (jan./set.), o montante de exportações de produtos têxteis somou US\$ 1.777,580 (ABIT, 2011). Feghali e Dwyer (2004), afirmam que esta exportação é fortemente concentrada nos mercados da América do Norte e da Comunidade Econômica Européia.

Atualmente, a grande aposta das confecções de moda íntima feminina, objeto deste estudo, são peças com tecidos inteligentes. Para Vicentini e Castilho (2008):

Os tecidos conhecidos como tecidos inteligentes, por exemplo, possuem suas estruturas alteradas de modo a adicionar qualidades não existentes, a princípio, às suas originais. Atualmente, muito utilizados nos segmentos de roupa íntima, eles têm uma grande variedade de atributos para tratamento do corpo, ou simplesmente para propiciar certos efeitos de sentido, como a sensação de conforto. Uma vez utilizados como materiais constituintes de *lingerie*, eles possuem, na peça final, um agir, um saber, e poder sobre a usuária, o que os tornam modalidades da origem pragmática no primeiro caso e cognitivas no segundo (VINCENTINI; CASTILHO, 2008, p. 390).

Após esta breve exposição da situação da indústria de confecção de moda íntima feminina no Brasil, é importante conhecer os dados referentes ao Estado que se pretende estudar: o Rio Grande do Sul.

3.4.1.1 *Indústria de Confecções de Moda Íntima Feminina no Rio Grande do Sul*

A indústria de confecções de moda íntima feminina no Rio Grande do Sul encontra-se na primeira geração, motivo pelo qual não existam dados físicos sobre a história. Por este motivo, consultou-se um especialista, Luiz Mario Machado de Souza, representante têxtil e de aviamentos que trabalha a 25 anos no ramo têxtil e há 15 anos com a moda íntima feminina no RS. Conforme o mesmo, as primeiras indústrias têxteis a comercializar tecidos próprios para a moda íntima feminina (*lingerie*) no Estado foram a TDB, a Rosset e a Sayoart, sediadas na região sudeste do Brasil. A pioneira na

indústria de confecção de moda íntima feminina é a Milan, de Guaporé, RS, que há mais de 25 anos atua no segmento. Conforme seu relato, muitas outras indústrias de confecção de moda íntima surgiram na mesma época, ou até mesmo antes, mantendo atividade por algum tempo, mas não continuaram por falta de profissionalização e estudo de mercado. A média de vendas da indústria têxtil representada por ele, é de 15 toneladas de tecidos próprios para a confecção de moda íntima feminina por mês. No Estado, as indústrias de confecção de moda íntima feminina estão localizadas em Erechim, Taquara, Igrejinha, Porto Alegre e Grande Porto Alegre, Marau, Três Passos, mas em maior número, estão em Guaporé. Criado há cerca de cinco anos, o pólo de confecções de Guaporé beneficia micro e pequenas empresas do setor de moda íntima do pólo de confecções da cidade. É o maior pólo do setor no Rio Grande do Sul, com 125 empresas de confecção de moda íntima no município, conforme já abordado anteriormente na seção **1.2**.

4 METODOLOGIA

Neste momento é abordada a metodologia seguida no desenvolvimento deste estudo.

4.1 Tipo de Estudo

Devido às características do estudo, o modelo adotado foi uma investigação exploratória, com o objetivo de buscar respostas para identificar as fontes de informação úteis aos diferentes segmentos da cadeia produtiva da moda íntima brasileira, com ênfase no elo confecção.

Conforme Gil (2002), as pesquisas exploratórias assumem, na maioria das vezes, a forma de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso. Podemos afirmar que este é um estudo de caso pelas características próprias que possui, ainda segundo Gil:

Os propósitos do estudo de caso não são o de proporcionar o conhecimento preciso das características de uma população, mas sim o de proporcionar uma visão global do problema ou de identificar possíveis fatores que o influenciam ou são por eles influenciados. (GIL, 2002, p. 55).

Foi utilizado o estudo de multicasos, o que proporcionou maior abrangência dos resultados por não se limitar a uma só fonte, apesar de demandar um maior tempo disponível. Gil (2002, p. 139), nos diz que “[...] considera-se que a utilização de múltiplos casos proporciona evidências inseridas em diferentes contextos, concorrendo para a elaboração de uma pesquisa de melhor qualidade.”

O fato do estudo ser inédito complementou a escolha do tipo exploratório. Pretendeu-se, através da realização do questionário *online*, conhecer o contexto no qual estão inseridas as confecções de moda íntima feminina brasileira, de forma a confirmar e questionar o que declara a literatura da área. Este estudo exerceu também caráter de investigação bibliográfica, feita através de levantamento em bases de dados de fontes primárias e secundárias, buscando nos estudos teóricos o apoio para alcançar os resultados.

A análise dos dados deu-se conforme a metodologia apresentada por Marteleto e Tomaél (2005, p. 45), que ressalta o fato da abordagem qualitativa analisar os dados a partir das pessoas envolvidas nos fenômenos, permitir a resposta de questões específicas e considerar o contexto onde estão os objetos de estudo.

4.2 População e Amostra

A população deste estudo consiste nos confeccionistas de moda íntima feminina atuantes no município de Guaporé, RS. São cadastradas 125 empresas no município. Para compor esta amostra foram escolhidas aleatoriamente 25 empresas. Dos vinte e cinco questionários enviados, retornaram nove, que foram utilizados para a análise deste estudo. Assim, a amostra pesquisada constituiu-se do total de confeccionistas contatados que se dispuseram a preencher o questionário, correspondendo a 36% da amostra contatada.

Para fins de anonimato, os respondentes desta pesquisa serão identificados com nomes fictícios.

4.3 Instrumento de Coletas de Dados

O instrumento de coleta de dados escolhido foi um questionário¹⁹ que segundo Gil (2002, p. 114):

[...] entende-se um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelo pesquisado, tem como vantagem ser o meio mais rápido e barato de obtenção de informações, além de não exigir treinamento de pessoal e garantir o anonimato.

O questionário foi elaborado com 14 perguntas abertas. A escolha do questionário *online* deu-se pela localização dos entrevistados e pelo escasso tempo disponível dos mesmos. Para elaboração do questionário foi utilizado o aplicativo *Google Docs*.

¹⁹ Apêndice A.

A fim de obter os dados necessários, o questionário focou os tipos de informação especializada utilizadas por estes profissionais. As áreas que as questões envolveram foram: as fontes de informação institucional, bibliográfica, pessoal e eventos.

4.4 Procedimentos

Este estudo foi dividido em duas etapas distintas, mas relacionadas: um levantamento de fontes de informação para a cadeia produtiva da moda íntima feminina e a pesquisa com os confeccionistas de moda íntima feminina de Guaporé, RS, para investigar as fontes utilizadas por eles para este fim.

O levantamento foi feito através da consulta a fontes de informações primárias e secundárias, em formato eletrônico e impresso. Os conhecimentos biblioteconômicos tornaram possível compor e organizar as fontes de informação mais importantes para a cadeia produtiva da moda íntima feminina, que antes estavam dispersas e sem relação entre si. Foram incluídas as fontes pessoais, institucionais e eventos pertencentes aos elos da cadeia produtiva estudada.

As ferramentas utilizadas foram os guias de leitura e de busca na *internet*, como o *Google*. Com a pesquisa nas instituições de ensino de moda FEEVALE, UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI, SENAC-RS e SENAI-RS tornou-se possível verificar a bibliografia mais adequada para a construção deste estudo. Como não existiam informações físicas a respeito da indústria de confecção de moda íntima feminina, consultou-se Luiz Mário Machado de Souza, especialista da área com mais de 15 anos no mercado, através de entrevista pessoal. Para as áreas à montante e à jusante da cadeia de moda íntima feminina, as instituições associadas auxiliaram na elucidação sobre estas áreas. Algumas instituições foram de extrema importância para a construção deste estudo, como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa para a área Agroindustrial, a Associação Brasileira de Técnicos Têxteis - ABTT para a Indústria Química, a Associação Brasileira de Produtores de Fibras Artificiais e Sintéticas - ABRAFAS para a Petroquímica, a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção - ABIT e o Serviço

Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE para a Indústria de Confeção.

O presente estudo não tem a pretensão de construir uma listagem de fontes primárias pertinentes a estas áreas, e sim à construção de um mapa para as etapas da cadeia produtiva da moda íntima feminina. Deste modo, foram apontadas as fontes consideradas relevantes de acordo com temas relacionados à cada uma das áreas, depois da verificação das mesmas.

Para a realização da outra parte do estudo, as fontes de informação para a pesquisa de moda íntima feminina, nove profissionais responsáveis pela criação nas confecções de moda íntima feminina do município de Guaporé. Para averiguar com os profissionais de que modo fazem suas criações, foi enviado via e-mail o *link* do questionário *online*. Assim, apontou-se aquelas fontes consideradas relevantes obtidas através do confronto dos dados adquiridos nas etapas deste estudo.

4.4 Limitações da Pesquisa

As limitações estão relacionadas ao ineditismo do assunto na área, já que não há na literatura pesquisa com enfoque nas fontes de informação utilizadas na cadeia produtiva da moda íntima feminina, o que dificultou o embasamento teórico. Outro fator de limitação corresponde à distância da cidade de Guaporé, RS, contexto deste estudo. E ainda a pouca quantidade de respondentes do questionário.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Apresentados em dois conjuntos diferentes: em primeiro lugar serão apresentadas as fontes de informação para a cadeia produtiva da moda íntima de modo geral e de modo específico para o elo de confecção. Após, serão expostas as fontes de informação para a pesquisa de moda íntima feminina, as quais foram verificadas por meio da análise dos questionários respondidos pelos confeccionistas de Guaporé, RS.

5.1 Fontes de informação para a Cadeia Produtiva da Moda Íntima Feminina

Neste momento serão apresentadas as fontes de informação reunidas para a cadeia produtiva da moda íntima feminina. As fontes elencadas serão apresentadas em quadros, para nas próximas subseções, serem descritas e analisadas. Os quadros foram separados de acordo com elo da cadeia produtiva da área a qual pertence: elos a montante, a jusante e confecção. Apesar de o elo confecção ser o elo central da cadeia produtiva, este ficará ao final, em evidência por ser o foco principal deste estudo.

As fontes de informação nos quadros estão classificadas em: fontes institucionais, pessoais, bibliográficas e eventos, de acordo com a área tratada. Após cada quadro serão apresentadas as descrições. Quando a fonte de informação for relativa a mais de uma área, sua descrição será apresentada apenas na primeira vez que ocorrer, nas seguintes será somente reportada a esta.

5.1.1 Elos a Montante da Cadeia Produtiva

De acordo com o exposto neste estudo, na seção 3.3.2, os elos à montante da indústria de confecções de moda íntima feminina são: a agroindústria, a indústria química têxtil e a petroquímica têxtil. Serão descritas a seguir as fontes informacionais para este segmento, categorizadas em institucionais, bibliográficas, pessoais e eventos.

5.1.1.1 A Agroindústria

A agroindústria é um importante segmento da cadeia produtiva da moda íntima, por produzir o algodão, fibra natural de origem vegetal, primordial na maioria das peças produzidas. As fontes de informação listadas no Quadro 1 para a agroindústria, voltada à produção têxtil, serão descritas de forma sucinta a seguir. Algumas características básicas serão apresentadas para depois serem relacionadas com o conteúdo pertinente à matéria prima têxtil. As **fontes de informação institucionais** para este elo serão descritas à seguir.

Quadro 1 – Fontes de Informação para o Elo Agroindústria

ELO	FONTES DE INFORMAÇÃO			
	INSTITUCIONAIS	BIBLIOGRÁFICAS	PESSOAIS	EVENTOS
AGROINDÚSTRIA	Apex-Brasil	AGROBASE	Plataforma Lattes	AGRISHOW
	BNDES	DATAMAQ	Prossiga	Congresso Brasileiro do Algodão
	EMBRAPA	Guide to Reference Books		SEMINAGRO
	IBGE	Observatório de La Economia Latino Americana		
	INPI	PORTAL do Agronegócio		
	NEPEA	LUME		
	Open Directory Projects			
	SEAPPA			

Fonte: elaborado pela autora (2011)

A **Agência Brasileira de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil)**, atende empresas de todo o Brasil, sobretudo as pequenas e médias. A empresa trabalha para promover as exportações dos produtos e serviços brasileiros, apoiar a internacionalização das empresas e atrair investimentos

estrangeiros para o país (Apex Brasil, 2011). Oferece soluções nas áreas de informação, qualificação para a exportação, promoção comercial, posicionamento e imagem e apoio à internacionalização. No *site* da *internet* são disponibilizadas as informações para o empresário tornar-se um exportador.

O **Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)**, é ligado ao Ministério do desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC. Sua missão é “Promover o desenvolvimento sustentável e competitivo da economia brasileira, com geração de emprego e redução das desigualdades sociais e regionais.” (BNDES, 2011). É um banco que oferece financiamentos de longo prazo, que apóia projetos nos setores da indústria, infra-estrutura, comércio e serviços.

A **Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)**, instituição ligada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (**MAPA**), tem como missão: “[...] viabilizar soluções de pesquisa, desenvolvimento e inovação para a sustentabilidade da agricultura, em benefício da sociedade brasileira.” (EMPRESA BRASILEIRA, 2010). Através do *site* da instituição na *internet* tem-se acesso a informações atualizadas referentes à agroindústria voltada à produção de matéria-prima têxtil e artigos técnico-científicos da área. No site existe o repositório Digital Embrapa, que disponibiliza trabalhos técnicos científicos da área de pesquisa e e-books gratuitos.

O **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)**, instituição subordinada ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão e é o maior fornecedor de dados e informações do Brasil. Sua missão é “Retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento da sua realidade e ao exercício da cidadania.” (INSTITUTO BRASILEIRO...2011). O *site* apresenta informações estatísticas sobre a agroindústria do algodão, como valor, área produzida, rendimento.

O **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)** autarquia federal, ligada ao Ministério do Desenvolvimento e Comércio Exterior. Apresenta base de dados de marcas e patentes com mais de 100 milhões de documentos do Brasil e do mundo que permitem ampliar pesquisas, perceber tendências tecnológicas e monitorar o que está sendo desenvolvido, onde e por

quem. O principal objetivo do instituto é incentivar o incremento tecnológico no Brasil.

O **Núcleo de Estudos e Pesquisas em Economia Agroindustrial (NEPEA)** é ligado à Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, apresenta informações sobre profissionais que atuam no desenvolvimento de pesquisas relacionadas à economia agroindustrial, à produção, transformação, distribuição, pesquisa e comercialização de matérias-primas, como também dos produtos com origem primária (NÚCLEO DE ESTUDOS...2011). Entre suas linhas de pesquisa estão as Cadeias Produtivas Agroindustriais.

O **Open Directory Projects** é um *site* de livre acesso que proporciona o uso de informações de banco de dados do mundo todo, em diversas áreas do conhecimento humano. É um diretório que aborda informações sobre associações, Instituições, profissionais, empresas, a agroindústria.

A **Secretaria Estadual da Agricultura, Pecuária, Pesca e Agronegócio – SEAPPA** é um órgão do governo estadual que apresenta informações em seu *site* sobre programas de governo e regulamenta através de Decretos Estaduais e Normas a produção e comercialização de produtos da agroindústria, entre eles o algodão.

As **fontes bibliográficas** da agroindústria são os guias de literatura, base de dados, banco de dados, portais, repositórios digitais e periódicos, que serão descritos à seguir.

A **AGROBASE** é uma base de dados desenvolvida pela Biblioteca Nacional de Agricultura (BINAGRI) reúne monografias, relatórios, documentos de congressos, teses e artigos de periódicos, documentos não-convencionais que tem a pretensão de envolver toda a área das Ciências Agrárias.

O **DATAMAQ** banco de dados de máquinas e equipamentos. Foi desenvolvido pela Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos, a ABIMAQ. São disponibilizados no *site* dados das empresas, como endereço, linha de produção e contato, bem como informações sobre produtos, como descrição padronizada, denominações comuns no mercado e características técnicas (DATAMAQ, 2011). Disponibiliza informações de fabricantes nacionais de máquinas e equipamentos de diversos segmentos da indústria. Em uma pesquisa no segmento agrícola, obtêm-se dados de maquinário para todas as

fases da produção agroindustrial, a empresa fornecedora e a forma de contatá-la.

A obra de referência **Guide to Reference Books**, é um guia de literatura de áreas específicas editado em 1996 por Robert Balay, e traz referências de bibliografias, enciclopédias, dicionários, manuais, diretórios, guias, indexes, catálogos de bibliotecas, entre outros. Está desatualizada no formato impresso, mas seu formato *online*, o **Guide to Reference** é publicado e atualizado continuamente pela *American Library Association*. A equipe editorial é composta por bibliotecários e especialistas, e conta com 16.000 referências. O acesso é feito através de assinatura, mas existe a possibilidade de fazer um *free trial*, com acesso gratuito por 60 dias. Deste modo, pode-se afirmar que este guia apresenta informações referentes à agroindústria voltada à matéria-prima têxtil.

O **Observatório de la Economía Latino Americana** é uma revista com uma base de dados integrada. Os responsáveis são do Grupo de Investigación Enumednet, da Universidade de Málaga, na Espanha. Apresenta informações sobre a economia e o agronegócio Brasileiro e Latino - Americano e estudos desenvolvidos na área.

O **PORTAL do Agronegócio** foi desenvolvido pelo Centro Tecnológico de Desenvolvimento Regional de Viçosa – CENTEV/UFV. reúne notícias correntes e atualidades no setor, além de artigos, cotações, estatísticas e novas tecnologias para este elo da cadeia produtiva.

O **LUME** – Repositório Digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – reúne os documentos gerados na universidade, com o objetivo de divulgação e preservação dos mesmos (LUME, 2011). O acervo é composto de teses e dissertações, trabalhos de conclusão de curso de especialização e graduação, trabalhos de eventos, além de um acervo fotográfico. Nele encontram-se diversos trabalhos relacionados à agroindústria voltada à matéria-prima têxtil.

As **fontes pessoais** são, geralmente, de difícil acesso, pois o contato pode ser feito apenas por telefone, *email*, via correio postal ou pessoalmente. Algumas pessoas, pelo ramo de atuação e experiência que possuem, podem tornar-se fontes valiosas para aumentar seus conhecimentos na área da agroindústria.

A **Plataforma Lattes** é um banco de dados de currículos e de instituições da área de Ciência e Tecnologia, desenvolvido pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – onde se tem acesso à vida profissional pregressa e atual de pesquisadores (PLATAFORMA..., 2011).. Para a área da Agroindústria, é o melhor acesso aos pesquisadores conceituados e seus contatos profissionais. Possui integração com os bancos de dados SciELO, LILACS, SCOPUS, Crossref, além de ser integrado com as bases de dados das universidades.

O Programa de Informação para Gestão de Ciência, Tecnologia e Inovação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia - é ligado ao IBICT (Instituto Brasileiro de Ciência e Tecnologia), e apresenta informações sobre pesquisadores e pesquisas de áreas específicas, e tem como missão “Contribuir para a implementação das diretrizes e prioridades ditadas pelo IBICT, por meio do oferecimento de serviços de informação e de comunicação na *Internet*, tendo como público alvo, gestores, pesquisadores, docentes, técnicos e empresários do setor produtivo” (PROSSIGA, 2011).

Os **eventos** são muito importantes, principalmente para a área técnica e científica, pois segundo Cunha (2001) permitem que novas idéias sejam discutidas e avaliadas rapidamente, já no momento em que estão surgindo. Na área da agroindústria são realizados em grande número, e os citados à seguir são de grande importância para a cadeia produtiva têxtil.

A **AGRISHOW** - Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação – é um evento realizado pela Associação Brasileira de Agribusiness - ABAG -, pela Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos - ABIMAQ -, pela Associação Nacional para Difusão de Adubos - ANDA – e pela Sociedade Rural Brasileira – SRB (AGRISHOW, 2011). É uma feira agrícola que expõem máquinas e equipamentos para observação de seu funcionamento e assim verificação do maquinário mais adequado para o agronegócio.

O **CONGRESSO BRASILEIRO DO ALGODÃO** é realizado pela Associação dos Cotonicultores Paranaenses – ACOPAR -, e promovido pela Associação Brasileira dos Produtores de Algodão – ABRAPA, realizado em Foz do Iguaçu – Paraná (CONGRESSO BRASILEIRO DO ALGODÃO, 2011). É um congresso para a atualização científica e profissional na área da cotonicultura, com temas como o beneficiamento, o cultivo e o controle de pragas do

algodão, através da realização de minicursos. É uma fonte de informação para o aperfeiçoamento profissional do produtor de algodão, matéria-prima natural para a área têxtil.

O **Seminário da Agroindústria (SEMINAGRO)** é realizado pelo Departamento de Gestão e Tecnologia Agroindustrial da Universidade Federal da Paraíba e visa promover a integração entre o meio acadêmico e empresarial, além de disseminar o conhecimento na área da agroindústria (SEMINAGRO, 2011). Discutem os problemas do sistema agroindustrial, enfocando as novas tecnologias de processos, tendências do mercado e modelos de gestão. No *site* disponibilizam os trabalhos apresentados nos seminários anteriores.

5.1.1.2 A Indústria Química Têxtil

É o segmento que processa ou altera matérias-primas, formando materiais e substâncias com utilidade imediata ou que são necessários para outras indústrias (ABIQUIM, 2011). A indústria química tem seu papel na cadeia produtiva da moda íntima feminina ao produzir e transformar as fibras artificiais e filamentos têxteis. As fontes de informação para este setor serão descritas à seguir.

Quadro 2 – Fontes de Informação para o Elo Indústria Química Têxtil

ELO	FONTES DE INFORMAÇÃO			
	INSTITUCIONAIS	BIBLIOGRÁFICAS	PESSOAIS	EVENTOS
INDÚSTRIA QUÍMICA TÊXTIL	ABIQUIM	CHEMICAL Abstracts	Plataforma Lattes	Congresso Latino Americano de Química Têxtil
	ABQCT	DATAMAQ	Prossiga	CNTT
	ABTT	Guide to Reference Books		ITMF
	CNI	LUME		TECNOTÊXTIL BRASIL
	Open Directory Projects			

Fonte: elaborado pela autora (2011)

As **fontes institucionais** acima são organizações da classe profissional que disponibilizam importantes informações, principalmente voltada à área técnica. Abaixo são descritas.

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA QUÍMICA (ABIQUIM)** reúne empresas de pequeno, médio e grande porte, fabricantes de produtos químicos e prestadores de serviços ao setor. As informações encontradas neste site auxiliam as indústrias. No banco de dados Produtos Químicos Brasileiros – Brazilian Chemicals, pode-se pesquisar por produto, e encontrar fabricantes de produtos químicos produzidos no Brasil, ou por empresa, para conhecer os produtos desenvolvidos por um fabricante específico. O *site* disponibiliza o catálogo *online* do centro de documentação da instituição, uma listagem dos cursos e eventos interessantes para a área, publicações da instituição para aquisição e o relatório anual da indústria química brasileira, produzido pela ABIQUIM. Outras atuações de destaque desta entidade são a coordenação nacional do Programa de Atuação Responsável, a operação do Pró-Química e a administração do CB 10 – Comitê Brasileiro de Normas Técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas. No *site* da instituição estão disponíveis diversas atividades relacionadas pelo setor a que pertencem, com informações sobre a classificação do produto, suas aplicações, o

panorama do setor no País e os produtores já existentes. Para a indústria de fios e fibras têxteis tem-se, por exemplo, os corantes e pigmentos.

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE QUÍMICOS E COLORISTAS TÊXTEIS (ABQCT)** é uma associação que congrega profissionais da área da química têxtil, tendo como objetivo promover o desenvolvimento e aperfeiçoamento da indústria têxtil nacional, além do aprimoramento dos conhecimentos tecnológicos dos profissionais do setor (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE QUÍMICOS E COLORISTAS TÊXTEIS, 2011). A instituição disponibiliza em seu *site* informações correntes do setor, cursos e palestras, oportunidades de emprego, novidades tecnológicas do setor, e o boletim editado pela instituição, que tem seu acesso gratuito. A revista publicada pela entidade e os artigos técnicos somente estão disponíveis para os associados.

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TÉCNICOS TÊXTEIS – ABTT** é uma associação com profissionais atuantes na cadeia produtiva têxtil que possuem formação em nível de ensino médio ou superior. A instituição possui como um de seus objetivos “[...] promover o intercâmbio de idéias e experiências entre os seus associados e os demais profissionais têxteis de outros países, bem como com entidades congêneres nacionais e estrangeiras.” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TÉCNICOS TÊXTEIS, 2011). É uma importante fonte de informação para a indústria química têxtil. A associação disponibiliza ainda, em seu *site*, as edições da Revista da ABTT em texto integral, além dos anais do Congresso Nacional de Técnicos Têxteis.

A **CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (CNI)** surgiu “[...] a partir da criação da Confederação Industrial do Brasil, datada de 1933, uma iniciativa de quatro federações de indústrias: São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro – capital do Brasil à época”. (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, 2011). Possui informações úteis para a indústria. Reúne publicações e pesquisas sobre o setor, apoio às exportações, normalização, metrologia e controle de qualidade. Também possui o Legisdata, que possibilita acompanhar a legislação do setor. É responsável pelo sistema indústria: SENAI, SESI e IEL.

O **Open Directory Projects**, diretório já descrito em 5.1.1.1, apresenta informações sobre associações, Instituições profissionais, empresas, etc. sobre a indústria química.

Para a indústria química voltada à produção de matéria-prima têxtil foram coletadas **fontes bibliográficas**, que serão informadas à seguir.

A base de dados **CHEMICAL Abstracts**, é uma obra de referência na área de Química, e traz indexados os itens da literatura mundial deste campo de estudo e de áreas relacionadas. É produzida pela *Chemical Abstracts Service – CAS* –, uma divisão da *American Chemical Society*, que presta serviço de indexação de periódicos científicos na área química. O *Chemical Abstracts* indexa mais de 8.000 revistas, patentes, relatórios técnicos, livros e dissertações publicados em diversos países, com informações atualizadas diariamente (CAS, 2011). O Acesso é pago, portanto não existe a possibilidade de verificar sua pertinência para a química têxtil.

No **DATAMAQ**, já descrito em 5.1.1.1, é disponibilizado o banco de dados de máquinas e equipamentos. Disponibiliza informações de fabricantes nacionais de máquinas e equipamentos para indústria química. Reúne informações sobre fibras e acabamento.

O guia de literatura **Guide to Reference Books**, com suas referências em todas as áreas, inclusive na área da indústria têxtil, e o Repositório Digital **LUME**, que possui teses e dissertações na área química, tratando especificamente de técnicas e produtos voltados à indústria têxtil, já foram descritos em 5.1.1.1, mas são de grande relevância para o elo da indústria química deste estudo.

Foram listados como repositórios de **fontes pessoais** para a indústria química, a **Plataforma Lattes** e o **Prossiga**, já descritos em 5.1.1.1, mas as fontes institucionais citadas e os eventos, que serão tratados a seguir, são locais onde é possível fazer contato com fontes pertinentes à área química.

Para a indústria química, foram listados os **eventos** à seguir:

O **CONGRESSO LATINO AMERICANO DE QUÍMICA TÊXTIL** realizado no Brasil pela Associação Brasileira de Químicos e Coloristas Têxteis – ABQCT, e pela Federação Latino Americana de Química Têxtil – FLAQT, tem como finalidade o aprimoramento técnico dos profissionais da área têxtil. É um evento em que especialistas da área têxtil de toda a América Latina debatem novos conceitos técnicos e tecnologias, para conhecimento e atualização. O congresso é voltado para os setores de química têxtil, fios e fibras, máquinas têxteis etc.

O **CONGRESSO NACIONAL DE TÉCNICOS TÊXTEIS (CNTT)** é um congresso técnico-científico da cadeia têxtil e de confecções promovido anualmente pela Associação Brasileira de Técnicos Têxteis – ABTT – que apresenta palestras, painéis e concursos para trabalhos técnicos científicos. Neste ano, o congresso teve como tema as fibras naturais (CNTT, 2011). No *site*, estão disponíveis os anais dos CNTT. Esta fonte de informação é importante por trazer ao conhecimento dos profissionais as inovações tecnológicas no setor e incentivar a pesquisa na área.

O **INTERNATIONAL TEXTILE MANUFACTURERS FEDERATION (ITMF)** é uma associação internacional não-governamental de indústrias têxteis do mundo, sediada na Suíça e ligada a ABIT. Dedicase a promover a informação pela pesquisa, estudos e publicações. Através da organização de conferências anuais, participa da evolução da indústria com publicações sobre as futuras tendências internacionais. Em 2010 o evento aconteceu em São Paulo/Brasil. No *site* são disponibilizados aos associados, publicações anuais relativas ao algodão e à indústria têxtil e informações relativas aos eventos ligados à associação.

A **TECNOTÊXTIL BRASIL** é uma feira anual de tecnologias para a Indústria Têxtil. Este evento contempla diversos segmentos da cadeia têxtil, apresentando máquinas para corte, costura, tear, estamperia, acabamento, automação industrial, fios, etiquetas etc. (TECNOTÊXTIL BRASIL, 2011). É uma importante fonte de informação para o profissional da área, para a de aquisição de maquinário, e conhecimento das tecnologias atuais.

5.1.1.3 A Petroquímica Têxtil

A indústria petroquímica, além de ser parte da indústria química, caracteriza-se por utilizar derivados do petróleo, a nafta, ou gás natural como matérias-primas básicas (ABIQUIM, 2011). A Petroquímica têxtil é o setor que produz as fibras sintéticas, transformando a nafta petroquímica em insumos básicos para a produção destas fibras. As fibras sintéticas fabricadas no Brasil possuem elevado controle de qualidade e rigor nas especificações técnicas (SINDITÊXTIL, 2011). As fontes de informação listadas abaixo, são referentes à área petroquímica e voltadas para a produção do setor têxtil.

Quadro 3 – Fontes de Informação para o Elo Indústria Petroquímica Têxtil

ELO	FONTES DE INFORMAÇÃO			
	INSTITUCIONAIS	BIBLIOGRÁFICAS	PESSOAIS	EVENTOS
PETROQUÍMICA TÊXTIL	ABRAFAS	Guide to Reference Books	Plataforma Lattes	CONGRESSO BRASILEIRO DE PETROQUÍMICA
	IBP	DATAMAQ		
	PETROQUISA	LUME		

Fonte: elaborado pela autora (2011)

As **fontes institucionais** arroladas para o setor de petroquímica têxtil são:

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTORES DE FIBRAS ARTIFICIAIS E SINTÉTICAS (ABRAFAS)** tem por objetivo “[...] representar, coordenar e defender os interesses das indústrias de fibras manufaturadas perante entidades públicas e privadas, nacionais e internacionais, buscando sempre conciliar os interesses de suas associadas com as necessidades do mercado.” (ABRAFAS, 2011). Reúne empresas relacionadas com a produção, transformação e comercialização de fibras artificiais e sintéticas. O *site* fornece informações técnicas sobre a produção de fibras e a estatísticas sobre o setor no Brasil.

O **INSTITUTO BRASILEIRO DE PETRÓLEO, GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS (IBP)** é uma organização privada de fins não econômicos que conta reúne 194 empresas associadas. Tem por objetivo “[...] promover o desenvolvimento do setor nacional de petróleo e gás, visando uma indústria competitiva, sustentável, ética e socialmente responsável.” (IBP, 2011). Desenvolvem pesquisas através de suas comissões e subcomissões, que envolvem o trabalho de diversos profissionais do setor, órgãos governamentais e instituições científicas e acadêmicas. A instituição agrega grande conhecimento técnico na área petroquímica. Assim, tanto a instituição quanto

os profissionais que nela atuam são importantes fontes de informação para esta área.

A **PETROQUISA – Petrobrás Química S/A** foi criada com o objetivo de “[...] desenvolver e consolidar a indústria química e petroquímica no Brasil” (PETROQUISA, 2011). A PETROQUISA desenvolve produtos como o enxofre, que é utilizado em corantes, e a nafta que é utilizada para a produção de fibras sintéticas. Devido ao desenvolvimento de pesquisas compreendendo o trabalho de diversos profissionais do setor, a instituição possui amplo conhecimento técnico na área de petroquímica têxtil.

As **fontes bibliográficas** coletadas são:

O guia de literatura **Guide to Reference Books**, já relatado em 5.1.1.1, traz referências de fontes de informação para a Engenharia Petroquímica. Traz listados guias, bibliografias, dicionários, manuais e anuários. Como não existe a possibilidade de acesso às fontes referenciadas, não foi possível avaliar a pertinência das informações para a produção de matéria-prima têxtil.

No **DATAMAQ**, banco de dados descrito em 5.1.1.1, quando é feita a busca pelo segmento petróleo e petroquímica, obtém-se dados de maquinário para as fases de refino, transporte, armazenamento, e outros equipamentos auxiliares e acessórios da indústria petroquímica, sendo indicada a empresa fornecedora e a forma de contatá-la.

O **LUME** – Repositório Digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul foi anteriormente abordado em 5.1.1.1 e lá encontram-se diversos trabalhos científicos, dentre teses, dissertações, trabalhos de conclusão de curso de especialização e graduação e trabalhos de eventos, relacionados à área da indústria petroquímica.

Para a indústria petroquímica foi encontrado somente um repositório de **fontes pessoais** de informação, a **Plataforma Lattes**, banco de dados descrito em 5.1.1.1, encontram-se pesquisadores nas áreas de tecnologia do petróleo e indústria petroquímica, tendo-se acesso à vida profissional dos mesmos, o contato profissional onde se pode encontrá-los. As instituições descritas anteriormente e o evento citado a seguir neste estudo também podem trazer contatos pessoais com profissionais desta área.

Os **eventos** encontrados para a área petroquímica serão descritos abaixo.

O **CONGRESSO BRASILEIRO DE PETROQUÍMICA** é realizado pelo Instituto Brasileiro de Petróleo. As sessões técnicas agregam apresentações de trabalhos de interesse geral da área. As sessões pôster promovem o contato direto entre pesquisadores e congressistas, proporcionando a discussão de assuntos técnicos, com temas científicos ou de tecnologia de ponta. As temáticas do congresso giram em torno de temas como: a expansão da indústria química e petroquímica, a disponibilidade e a competitividade em relação a matérias-primas, as novas tecnologias, as fontes de financiamento para a indústria, a regulamentação de produtos químicos, o comércio exterior, os aspectos econômicos, ambientais e energéticos etc. (IBP, 2011).

A **Feira Internacional dos Fornecedores da Indústria Química e Petroquímica – Química & Petroquímica** é realizada pela PETROBRÁS, ABIQUIM, SINPROQUIM E ABIMAQ. É a única do setor na América Latina. É o encontro da indústria com todos os seus fornecedores para gerar negócios, propor novas soluções e fomentar o mercado (QUÍMICA & PETROQUÍMICA, 2011). É uma importante fonte de informação para a área Petroquímica

5.1.2 Elo a Jusante da Cadeia Produtiva

Na cadeia produtiva da moda, o comércio varejista e atacadista, que são os distribuidores e atacadistas, cadeias de loja de venda direta e o consumidor final, compõem o elo à jusante desta cadeia. As fontes informacionais coletadas estão elencadas no **Quadro 4** e descritas à seguir.

Quadro 4 – Fontes de Informação para o Elo Atacado e Varejo Têxtil

ELO	FONTES DE INFORMAÇÃO			
	INSTITUCIONAIS	BIBLIOGRÁFICAS	PESSOAIS	EVENTOS
Atacado e Varejo Têxtil	MDIC	LUME	Plataforma Lattes	Satelite FEVEST
	SEBRAE	PORTAL DO COMÉRCIO		
		SENAC		
		VAREJISTA		

Fonte: elaborado pela autora (2011)

5.1.2.1 Fontes Institucionais

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC do governo brasileiro, instituição voltada ao desenvolvimento da indústria, do comércio e dos serviços no País. Esta instituição dispõe de informações úteis para o profissional que ingressa no ramo do comércio ou mesmo aquele que já está no mercado (BRASIL. MDIC, 2011) Disponibiliza publicações da área têxtil e seu desenvolvimento, sobre a cadeia produtiva têxtil e de confecções, estatísticas, informação para comercializar no exterior, taxas e também tributações relativas ao comércio. Apresenta uma seção especial para as empresas de médio, pequeno e grande porte, onde há informações sobre fóruns de debate e publicações acerca deste porte de empresa.

O **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)** é uma entidade privada sem fins lucrativos, tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte (SEBRAE, 2011). Tem o foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia através de parcerias com os setores público e privado, acesso ao crédito e à inovação, programas de capacitação, estímulo

ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. É uma fonte de informação importante para este segmento da cadeia produtiva da moda íntima feminina. Para o setor têxtil e confecções, o *site* apresenta informações sobre o panorama da indústria têxtil e de confecções no Brasil, informações sobre o mercado, a legislação existente relacionada ao setor, informações sobre moda e tendências no Brasil e no mundo, informações sobre linhas de crédito e financiamento, listagem dos eventos do setor previsto para o ano, os serviços prestados pelo SEBRAE ao setor, além de links para endereços de interesse à área de confecção. A biblioteca digital do site proporciona acesso gratuito aos textos completos de artigos editados pela instituição sobre têxteis e confecções; atacado e varejo.

5.1.2.2 Fontes Bibliográficas

O **LUME** – Repositório Digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul já descrito em 5.1.1.2 encontram-se diversos trabalhos científicos, dentre teses, dissertações, trabalhos de conclusão de curso de especialização e graduação e trabalhos de eventos, relacionados ao comércio varejista, inclusive pesquisas de mercado voltadas ao Elo comércio varejista e atacadista têxteis.

O **PORTAL DO COMÉRCIO**, pertencente à Confederação Nacional do Comércio – CNC, de Bens, Serviços e Turismo, é um portal voltado aos profissionais ligados à área comercial (PORTAL DO COMÉRCIO, 2011). Traz informações sobre eventos da área, no Distrito Federal e no Rio de Janeiro, acesso para sindicatos e federações de comércio associadas, Câmaras brasileiras de comércio, diário legislativo, orientações sobre a área comercial, notícias correntes sobre o comércio varejista e atacadista, artigos referentes à área comercial, trabalhos técnicos elaborados por técnicos do CNC, *links* para *sites* de interesse para a área, além de disponibilizar uma pesquisa anual da evolução do comércio varejista no País.

O **Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC)** é uma instituição de educação profissional, de direito privado, financiada pelos empresários do Setor de Comércio de Bens, Serviço e Turismo, que contribuem com 1% da sua folha de pagamento. A administração da instituição

está delegada a Confederação Nacional do Comércio – CNC e sua prestação de contas é submetida ao tribunal de Contas da União (SENAC, 2011). Além de cursos, o SENAC investe na produção de livros, vídeos, CDs, DVDs e softwares com vários assuntos, inclusive o comércio de atacado e varejo, e são hoje referência no mercado editorial brasileiro pela excelência na qualidade dos produtos e relevância dos títulos.

O **VAREJISTA** é um portal voltado aos profissionais do setor. No *site*, que é muito bem estruturado, encontram-se artigos de especialistas voltados ao comércio, com temas como gerência, meta de vendas e supervisão; calendário de feiras e eventos da área e do comércio de confecções; relação de *links* a instituições de interesse à área; além disponibilizar um jornal eletrônico produzido pelo portal (VAREJISTA, 2011). O portal constitui-se em grande fonte de atualização para o profissional que trabalha no comércio.

5.1.2.3 Fontes Pessoais

O repositório de fontes pessoais encontrados para este elo foi a **Plataforma Lattes**, banco de dados tratado anteriormente, aonde encontram-se pesquisadores das áreas do comércio e da administração de empresas, tendo-se acesso à vida profissional dos mesmos e seu contato.

5.1.2.4 Eventos

A **FEIRA BRASILEIRA DE MODA ÍNTIMA – Satelite FEVEST** é uma iniciativa do Sindvest, promovida pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) e pelo SEBRAE, com o apoio do Conselho da Moda, e apoio institucional da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT). É realizado no pólo de moda íntima de Nova Friburgo - RJ, “[...] que conta com 25% do mercado nacional. É o maior pólo de *lingerie* do país. Conta com cerca de 900 confecções, que geram mais de dez mil empregos diretos.” (FIRJAN, 2011). Abrange exposições de confeccionistas e indústrias de matéria-prima para o segmento. Promove feira de negócios, desfiles e palestras. A Satélite FEVEST é o maior evento do segmento e atrai anualmente mais de 20.000 visitantes de todo o Brasil e do exterior.

O **SALÃO MODA BRASIL** é um evento realizado em São Paulo, organizado pela iniciativa privada e que conta com o com patrocínio da Apex Brasil e da ABIT. É a mais completa feira têxtil de negócios da América Latina (SALAO MODA BRASIL, 2011). São feitos debates entre especialistas da indústria e varejo, além de palestras abertas ao público voltadas ao segmento. O evento oferece ainda a Arena de Debates conduzida em parceria com o Instituto MAR – Mercado Ação e Resultado, onde são trocadas experiências com os melhores especialistas em indústria e varejo de moda brasileira, incluindo a moda íntima feminina.

5.1.3 Elo Confeção de Moda Íntima Feminina

O elo confecção constitui-se no eixo central da cadeia produtiva da moda íntima feminina, conforme abordado no item 3.3.2. Por ser a moda íntima feminina o foco deste estudo, a coleta de fontes de informação foi mais exaustiva que dos demais elos da cadeia produtiva. Assim, as fontes coletadas e descritas abaixo abrangem tanto a pesquisa de moda íntima feminina quanto informações técnicas voltadas à indústria de confecções de moda íntima feminina. Como nos elos anteriores, a seguir é apresentado um quadro, onde são listadas todas as fontes de informação elencadas para o elo confecção de moda íntima feminina para, posteriormente, serem abordadas separadamente e descritas, tanto em sua descrição quanto em seu conteúdo relevante para a área. Abaixo são apresentados os quadros para o elo confecção de moda íntima feminina e suas respectivas **fontes institucionais, bibliográficas, pessoais e eventos**.

Quadro 5 – Fontes de Informação Institucional para o Elo Confeção de Moda Íntima Feminina.

ELO	FONTES DE INFORMAÇÃO INSTITUCIONAIS
Confeção de Moda Íntima Feminina	ABQCT
	Apex-Brasil
	ABIT
	ABTT
	ABEST
	ABNT
	FEEVALE
	CENTRO UNIVERSITÁRIO IPA METODISTA
	CNI
	FTM
	INPI
	ITMF
	MDIC
	MUSÉE DE LA MODE ET DU TEXTILE
	MUSEU DO TÊXTIL E DA MODA
	MUSEU NACIONAL DO TRAJE E DA MODA
	SEBRAE
	SENAC
	SENAI
	UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
UcPel	
UPF	
ULBRA	

Fonte: elaborado pela autora (2011)

5.1.3.1 Fontes Institucionais

Como já demonstrado neste estudo, a moda íntima feminina vem deixando de ser apenas um utilitário, para tornar-se um complemento da moda. Considerando-se que estas peças necessitam seguir tendências de moda, as instituições selecionadas neste estudo foram museus, devido à sua importância para a pesquisa de moda e instituições de ensino que oferecem cursos ligados à Cadeia da Moda.

As organizações educacionais como faculdades, escolas e institutos ligados ao campo da moda, de acordo com Feghali e Dwyer (2004, p. 13) “[...] têm em seus quadros *experts* em moda e também especialistas nos muitos segmentos relacionados ao tema.” Assim, procurou-se listar, principalmente, as faculdades de maior destaque no Estado, visto que constituem-se em grandes

fontes informacionais para quem deseja trabalhar com a moda íntima feminina. Também foram citados os cursos técnicos, associações e instituições governamentais, que podem apresentar informações técnicas do ramo da confecção de vestuário. Todas as instituições arroladas no **Quadro 4** serão descritas a seguir.

As fontes de informação podem ser utilizadas para mais de um elo da cadeia produtiva. Desta forma, para o elo principal da cadeia em estudo, são de grande importância as fontes de informação institucionais **ABQCT**, **ABTT**, **Apex-Brasil**, **INPI**, **MDIC** e **SEBRAE**, já descritas em **5.1.1**.

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TEXTIL E CONFECÇÃO (ABIT)** tem como missão “[...] apoiar o desenvolvimento sustentado da indústria têxtil brasileira, defendendo seus interesses junto aos órgãos governamentais e internacionais, além de divulgar o setor junto ao grande público.” (ABIT, 2011). Conta com comissões setoriais nas áreas de maquinários, fibras, fiações, linhas de costura, tecelagem, malharia, confecções, beneficiamento etc. A instituição oferece cursos de capacitação e reciclagem profissional, além de programas, como o **TEXBRASIL**, que promove estratégias de exportação. No *site* da associação na *internet* tem-se acesso a calendário de eventos da área têxtil, além da revista digital editada pela ABIT e seu boletim, ambos disponibilizados de forma gratuita. A ABIT também possui conteúdo informacional técnico da área de confecções.

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTILISTAS (ABEST)** é uma entidade criada em 2003, com o objetivo de “[...] fortalecer e promover a indústria de moda nacional focada nos pilares: qualidade, design e identidade.” (ABEST, 2011). A instituição congrega diversos estilistas e constitui-se em uma importante fonte de informação, de caráter institucional e pessoal. No *site*, a associação divulga um calendário com as datas dos principais eventos nacionais e internacionais de moda do ano, além de conter fotos e vídeos dos principais desfiles de moda do país. O *site* possui, ainda, uma biblioteca digital que traz artigos, estudos e resenhas de livros, tudo relacionado à moda e à confecção.

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT)** fundada em 1940 é o órgão responsável pela normalização técnica no país, fornecendo a base necessária ao desenvolvimento tecnológico brasileiro. É

uma entidade sem fins lucrativos, de capital privado. “Certificar um produto significa comprovar junto ao mercado e aos clientes que a organização possui um sistema de fabricação controlado, garantindo a confecção de produtos de acordo com normas específicas, garantindo sua diferenciação face aos concorrentes”. (ABNT, 2011). É membro fundador do ISO (International Organization Of Standardization). O CB 17 – Comitê Brasileiro de Têxteis normaliza os produtos têxteis, e juntamente com a CE 17:001.02 – Comissão de estudos de Medidas e Tamanhos de Artigos confeccionados organizou a NBR 13377 – Medidas do Corpo Humano para Vestuário – Padrões Referenciais, o qual estabelece padrões para os tamanhos de artigos de vestuário, inclusive roupa íntima.

O **CENTRO UNIVERSITÁRIO FEEVALE (FEEVALE)** tem sede em Novo Hamburgo/RS, e oferece o curso de graduação em Design de Moda e Tecnologia, com duração de oito semestres. O curso visa formar profissionais capacitados a atuar em toda a cadeia de confecção e tecnologia, incluindo setores de fiação, malharia, tecelagem e estamparia. O currículo engloba as áreas de estilismo, coordenação de moda, design têxtil e fotografia de moda (FEEVALE, 2011).

O **CENTRO UNIVERSITÁRIO IPA METODISTA**, localizado em Porto Alegre/RS, oferece o curso de graduação em Design de Moda. O curso tem a duração de oito semestres e possui no currículo quatro módulos: o universo da moda, design de moda, criação de moda e gestão da moda. O currículo também conta com um estágio supervisionado ao final do curso, objetivando a prática e inserção no mercado de trabalho (IPA METODISTA, 2011).

A **CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (CNI)** tem como missão: “Defender e representar a indústria na promoção de um ambiente favorável aos negócios, à competitividade e ao desenvolvimento sustentável do Brasil” (CNI, 2011). Possui informações úteis para a indústria. Reúne publicações e pesquisas sobre o setor, apoio às exportações, normalização, metrologia e controle de qualidade. Também possui o Legisdata, que possibilita acompanhar legislação do setor. É responsável pelo sistema indústria: SENAI, SESI e IEL.

O **FASHION AND TEXTILE MUSEUM - FTM**, localizado em Londres, na Inglaterra, foi fundado pela designer Zandra Rhodes. O museu dispõe peças

contemporâneas de vestuário, têxteis e joalheria, em exposições permanentes e temporárias. Além das exposições, o FTM oferece cursos na área da moda a estudantes e empresas. Atualmente, reformado e dirigido pela Newham College, o museu constitui-se em um centro de aprendizagem, de ideias e de trabalho em rede para a moda e indústria joalheira (FTM, 2011). A página do museu na *internet* possibilita a visualização de fotos de parte das coleções.

O **INTERNATIONAL TEXTILE MANUFACTURERS FEDERATION (ITMF)** é uma associação internacional de indústrias têxteis do mundo, que dedica-se a promover a informação através da pesquisa, de estudos e de publicações. Através da organização de conferências anuais, participa da evolução da indústria com publicações sobre as futuras tendências internacionais (ITMF, 2011).

O **MUSÉE DE LA MODE ET DU TEXTILE**, situado no Museu do Louvre, em Paris, na França, possui uma coleção com roupas, acessórios e tecidos, datados do século XVII aos dias de hoje e peças têxteis do século XIV. Através de sua coleção, o museu busca retratar a evolução do vestuário e o desenvolvimento da tecnologia têxtil após o século XIV. Atualmente, sua coleção é composta de cerca de 19.000 peças de roupa, 36.000 acessórios de moda e 31.000 peças de tecido, provenientes de doações. (MUSÉE DE LA MODE ET DU TEXTILE, 2011).

O **MUSEU DO TÊXTIL E DA MODA**, da Fundação Universidade Regional de Blumenau – FURB localiza-se na cidade de Blumenau, Santa Catarina. O museu foi criado pela FURB que preserva o “[...] patrimônio material e imaterial constituído ao longo da história da existência da cadeia têxtil [...]” de Santa Catarina (MUSEU DO TÊXTIL E DA MODA, 2011). Seu acervo é constituído por tecidos, amostras de fibras e peças do vestuário, somando cerca de seis mil peças e mais de 40.000 metros de tecidos.

O **MUSEU NACIONAL DO TRAJE E DA MODA** localiza-se em Lisboa, Portugal. O museu possui uma coleção de 35.000 peças, composta, na sua maioria, por trajes femininos e masculinos dos séculos XVIII e XIX, provenientes de doações. A coleção inicial era constituída por cerca de sete mil peças de traje e acessórios, algumas das quais tinham pertencido à Casa Real. Algumas dessas peças foram deixadas em Lisboa quando D. João VI partiu para o Brasil quando das invasões francesas. As coleções do museu dividem-

se nas seguintes seções: trajes civis, trajes menores (moda íntima), trajes ocupacionais, acessórios, calçados, ourivesaria/bijuteria, trajes regionais, brinquedos, equipamentos e utensílios e alfaias domésticas. O museu possui exposições permanentes e temporárias. (MUSEU NACIONAL DO TRAJE E DA MODA, 2011). A biblioteca do museu também é valiosa fonte de informação, pois contém uma grande coleção de obras sobre a história do traje.

O SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL (SENAC-RS) oferece cursos livres na área da moda e do design: Acabamento em Costura, Consultor Comercial de Moda, Costureiro, Customização, Desenhista de Moda, Desenvolvimento de Coleção de Moda, Modelista, *Personal Stylist*, Pesquisador de Moda, Produção de Moda, Técnicas de Corte e Costura e Técnicas de Vitrinismo. Oferece também cursos técnicos em Produção de Moda, curso de extensão em História da Moda Contemporânea e pós-graduação: especialização em Moda, Mídia e Inovação (SENAC, 2011).

O SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL (SENAI-RS) integrante do Sistema FIERGS, é uma entidade de direito privado, que tem como objetivo "[...] promover o desenvolvimento e o aprimoramento da indústria nacional (SENAI, 2011). Atua na capacitação de profissionais e no aperfeiçoamento dos produtos e processos das indústrias, por meio de cursos e serviços técnicos e tecnológicos. No Rio Grande do Sul, o Departamento Regional do SENAI localiza-se na cidade de Porto Alegre. É administrado nacionalmente pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e pelas Federações das Indústrias nos Estados. O SENAI é normatizado por um conselho nacional e por conselhos regionais, que definem a política de atuação da entidade. No Rio Grande do Sul, as cidades que mantêm cursos na área têxtil e de vestuário são Bento Gonçalves e Caxias do Sul com cursos de costura e modelagem industrial; Farroupilha com cursos destinados à área de malharia pesada; Guaporé com costura e modelagem de moda íntima; Porto Alegre com cursos voltados à tecnologia têxtil, planejamento e controle de produção, desenho digital de moda e modelagem. Com o objetivo de colocar profissionais qualificados à disposição das indústrias do Rio Grande do Sul, o SENAI-RS conta com um banco de currículos de alunos e ex-alunos. o que possibilita o intermédio entre as empresas interessadas em contratar

recursos humanos qualificados e os alunos que estão em busca de uma oportunidade no mercado de trabalho.

A **UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI**, localizada na cidade de São Paulo, oferece os cursos de Design de Moda e de Negócios da Moda. O curso de Design de Moda é um bacharelado na área, com ênfase na pesquisa, criação e desenvolvimento de produtos e imagens da área têxtil e de confecção. O curso de Negócios da Moda é voltado à geração e gestão de negócios na área da moda. A graduação visa preparar o profissional para atuar no planejamento e na gestão das marcas e dos negócios que compõem a cadeia da moda. A universidade ainda possui mestrado na área de *design*, contemplando também a Moda em seu currículo (ANHEMBI, 2011).

A **UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PELOTAS (UCPel)** de Pelotas, RS, oferece o curso de graduação de Tecnologia em Design de Moda. O curso possui duração de seis semestres e busca preparar os profissionais para atuar em empresas de confecção. O curso dá enfoque ao desenvolvimento de produtos, mas também habilita o profissional na pesquisa de tendências (UCPEL, 2011).

A **UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO (UPF)**, Passo Fundo, RS, oferece os cursos de graduação de Design de Moda e Tecnologia em Produção do Vestuário. O curso de Design de Moda é focado no desenvolvimento e gestão do produto, habilitando os profissionais a atuar junto a empresas do ramo de confecção. O curso de Tecnologia em Produção do Vestuário possui três módulos de disciplinas: Desenvolvimento de Produto do Vestuário, Modelagem do Vestuário e Gestão do Processo de Produção do Vestuário. Este curso habilita o profissional a atuar em diversas frentes do ramo de confecção e semelhantes (UPF, 2011).

A **UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL (ULBRA)** está localizada no município de Canoas/RS oferece o curso de graduação em Design de Moda, categorizado como um curso superior de tecnologia. O curso tem a duração de cinco semestres e habilita os profissionais a elaborar e gerenciar projetos para a indústria de confecção, bem como a realizar pesquisas de tendências (ULBRA, 2011).

5.1.3.2 Fontes Bibliográficas

Para o elo principal da cadeia produtiva da moda íntima foram elencadas as fontes bibliográficas listadas no quadro abaixo e descritas a seguir.

Quadro 6 – Fontes de Informação Bibliográficas para o Elo Confeção de Moda Íntima Feminina.

ELO	FONTES DE INFORMAÇÃO BIBLIOGRÁFICAS
CONFEÇÃO DE MODA ÍNTIMA FEMININA	LUME
	Guide to Reference Books
	BUSCA Trama
	DATAMAQ
	Forum Têxtil
	Guia de Mídia
	Guia Têxtil
	Internet Archive
	Online Books Page
	Portugal Têxtil
	Textilia

Fonte: elaborado pela autora (2011)

O guia de literatura **Guide to Reference Books**, e o **LUME** já amplamente descritos no item 5.1.1.1, são fontes de informação importantes para o elo de Confeção de Moda íntima.

O **BUSCA Trama** é um diretório voltado à cadeia têxtil, onde podem ser encontradas empresas do setor têxtil, associações, instituições de ensino, fornecedores, fabricantes, fornecedores, além de links para revistas de moda e têxteis (BUSCA Trama, 2011). Esta fonte é útil para o fornecimento de contatos com diversos segmento e instituições do ramo de confecções.

O **DATAMAQ**, banco de dados tratado em 5.1.1.1, disponibiliza informações de empresas nacionais fabricantes de máquinas e equipamentos para o segmento industrial de confecções. Realizando-se uma pesquisa pelo

segmento confecção, obtêm-se informações de maquinário para todas as suas fases de produção: acabamento, corte, enfiagem, costura etc., sendo apresentada a empresa fornecedora e a forma de contato.

O **Forum Têxtil** é um *site* que disponibiliza informações técnicas sobre fibras têxteis, tecelagem, beneficiamento e programas têxteis, voltado aos profissionais envolvidos na cadeia têxtil, sendo também um espaço para questionamentos e discussões (FORUM TÊXTIL, 2011). O *site* é importante fonte de informação técnica sobre diversos tipos de fibras têxteis, processos de fiação, tecelagem e beneficiamento.

O **Guia de Mídia** é um *site* que dispõe de uma lista de jornais brasileiros e internacionais, revistas, *sites* especializados em moda, que é atualizado constantemente (GUIA DE MÍDIA, 2011). Uma das revistas disponíveis é a *World Fashion*, um periódico importante para os profissionais da moda.

O **Guia Têxtil** é um portal que disponibiliza informações sobre a área têxtil. É possível encontrar informações sobre tendências de moda, calendário de feiras e eventos da área têxtil e da moda, informações técnicas do ramo têxtil, literatura têxtil, entre outros assuntos ligados à indústria de confecções de moda. O portal disponibiliza também um diretório, onde se encontram elencadas diversas empresas relacionadas à área têxtil. A empresa nasceu da necessidade prática de se visualizar a cadeia têxtil de forma organizada, facilitando o intercâmbio entre produtores/produtores e produtores/pontos de venda. (GUIA TÊXTIL, 2011). Pode-se realizar uma pesquisa pela atividade da empresa, por seu nome ou telefone, indicando a cidade onde esta se localiza.

O **Internet Archive** é uma biblioteca digital que oferece acesso a coleções históricas em formato digital para pesquisadores, historiadores e estudantes. Localizado no Presídio de São Francisco, recebe materiais doados pela Alexa Internet e outras instituições. Além de textos, disponibiliza áudios, imagens em movimento, *softwares* e páginas da web. (INTERNET ARCHIVE, 2011). Para a pesquisa da moda íntima, esta biblioteca digital apresenta diversas obras históricas, que contribuem não somente para o conhecimento da história da moda como também para a busca por inspirações para a criação de moda.

O **Online Books Page** é um *website* que busca facilitar a busca por *e-books* disponíveis na *internet*. O repositório, elaborado pelo pesquisador John

Mark Ockerbloom e provido pela Biblioteca da University of Pennsylvania, apresenta indexados diversos *e-books* disponibilizados gratuitamente na *internet*, além de *links* para diversos diretórios e arquivos de textos *online*. O repositório abrange desde livros digitalizados de domínio público (portanto, bastante antigos) até trabalhos apresentados em congressos e conferências. (ONLINE BOOKS PAGE, 2011). Para a moda e a confecção são apresentadas diversas obras sobre história da moda, técnicas de desenho de moda, a moda relacionada a aspectos psicológicos, técnicas de confecção de acessórios etc. O *Online Books Page* é uma ferramenta de fácil consulta sendo importante para a pesquisa em moda, principalmente por ser de acesso livre.

O **Portugal Têxtil** é um portal construído pelo Centro de Inteligência Têxtil, CENIT de Portugal. O CENIT acompanha o panorama mundial do setor têxtil, publicando diariamente informações atuais do setor no portal, bem como uma *newsletter* com assinatura paga. A instituição ainda publica mensalmente o Jornal têxtil, uma publicação acessível mediante assinatura paga, com informações sobre empresas, estratégias, mercados, moda, tecnologias, feiras etc. (PORTUGAL TÊXTIL, 2011). Este portal oferece informações atualizadas da área têxtil e da moda, úteis ao profissional do ramo de confecções.

O **Textilia** é um portal da Editora Brasil Têxtil, onde são disponibilizadas notícias correntes do setor têxtil, *links* para empresas, fornecedores e produtores têxteis. A editora publica a Revista Textilia, que necessita de assinatura paga. No entanto, o portal disponibiliza uma versão digital dos últimos volumes da revista, que pode ser acessado gratuitamente através do site (TEXTILIA, 2011). O periódico é de interesse para a indústria de confecções, pois apresenta ao profissional da área as inovações técnicas disponíveis no mercado brasileiro e novidades em fibras têxteis.

5.1.3.3 Fontes Pessoais

Para o elo confecção de moda íntima foram coletadas como fontes de informação pessoais a **Plataforma Lattes** e o **Portais da Moda**, ambas já descritas em 5.1.1.1. São fontes imprescindíveis para o elo em estudo.

Quadro 7 – Fontes de Informação Pessoal para o Elo Confecção de Moda Íntima Feminina.

ELO	FONTES DE INFORMAÇÃO PESSOAL
CONFEÇÃO DE MODA ÍNTIMA FEMININA	Plataforma Lattes
	Portais da Moda
	Mode à Paris

Fonte: elaborado pela autora (2011)

O **Mode à Paris** é um *site* criado pela *Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode*, traz listados os nomes de alguns dos principais costureiros e estilistas da moda mundial. Nele é possível obter informações sobre a vida profissional do estilista e endereços e telefones para contato, e, em alguns casos, o usuário é direcionado para uma página própria da marca do estilista em questão (MODE À PARIS, 2011).

5.1.3.4 Eventos

Quadro 8 – Fontes de Informação Eventos para o Elo Confeção de Moda Íntima Feminina.

ELO	FONTES DE INFORMAÇÃO - EVENTOS
Confeção de Moda Íntima Feminina	ABEST
	Satélite FEVEST
	Salão Moda Brasil
	COLÓQUIO DE MODA
	INTIMASUL
	PREMIERE VISION
	PREMIERE BRASIL
	SALON INTERNATIONAL DE LA <i>LINGERIE</i>
	TECNOTÊXTIL BRASIL

Fonte: elaborado pela autora (2011)

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTILISTAS (ABEST)**, já descrita anteriormente, em 5.1.3.1., disponibiliza em seu *site*, um calendário de eventos atualizado, com os eventos de maior relevância para o elo confecção. A **Satélite FEVEST** e o **Salão Moda Brasil**, já arrolados em 5.1.2.4, são também fontes de informação importantes para o elo confecção.

O **COLÓQUIO DE MODA** é o maior congresso científico e acadêmico de moda realizado anualmente no Brasil. Têm por objetivo a interação entre pesquisadores, acadêmicos, profissionais de moda e áreas afins, promovendo a reflexão e o debate acerca da moda. No ano de 2010, a moda foi reconhecida como um dos representantes da identidade artística e cultural pelo Ministério da Cultura. (COLÓQUIO DE MODA, 2011).

A **INTIMASUL Fashion Fair** tem o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE-RS através do projeto Arranjo Produtivo Local (APL) Moda Íntima do Pólo de Confeções, da FIERGS e da

AJOLI. O evento tem sede em Guaporé – RS, com três dias de duração. Lojistas e público em geral podem conferir em primeira mão as principais tendências do setor para o próximo ano. É palco de troca de conhecimentos e partilha de experiências, além de contatos profissionais com empresários de diferentes lugares do mundo, agregando valor e ampliando o leque de negociação às MPEs (micro e pequenas empresas) participantes. No ano passado (2010), o evento recebeu compradores de todo o País e do exterior, como Canadá e China (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2011).

A **PREMIERE VISION** (Premier Salon Mondial des Tissus d'Habillement). É considerada o mais importante evento mundial de tendências do segmento têxtil, com foco em tecidos, cartela de cores e fios. Marca de grande reconhecimento internacional, sem comparação no segmento da Moda, o salão é realizado na França e em outros países de forte tradição têxtil, como Estados Unidos, Japão, China e Rússia. É pré-requisito para a cadeia da moda. **PREMIERE BRASIL**. Expositores apresentam seus tecidos, cartelas de cores e aviamentos. E o público ainda conhece as principais tendências da moda internacional. É a edição brasileira da *Première Vision*.

O **SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE** é um evento Internacional sediado em Paris, na França e organizado pela EUROVET (empresa que projeta e organiza feiras profissionais). É o evento mundial mais importante de moda íntima. Ocorre anualmente e estilistas do mundo todo expõem suas criações. São discutidas tendências em fóruns, e realizados desfiles.

A **TECNOTÊXTIL BRASIL**, feira de tecnologias voltada à Indústria Têxtil, conforme visto em 5.1.1.2. Este evento contempla diversos segmentos da cadeia têxtil, apresentando máquinas para corte, costura, tear, estamparia, acabamento, automação industrial, fios, etiquetas etc. Deste modo, esta feira é útil para o conhecimento de novos maquinários e tecnologias relacionadas à indústria de confecções.

Após elencar as fontes de informação pertinentes a todos os elos da cadeia produtiva têxtil/confecções, que conforme já relatado em 3.3.2 possui a mesma estrutura da cadeia produtiva da moda íntima feminina, serão apresentados e analisados os resultados obtidos com os questionamentos aos

confeccionistas guaporenses, tratando-se especificamente de fontes de informação para a confecção de moda íntima feminina.

5.2 Fontes de informação utilizadas pelos confeccionistas

Nesta seção apresenta-se a análise das respostas aos questionários que foram enviados via ferramenta *Google Docs*. aos confeccionistas de Guaporé, RS.

Na totalidade da amostra, os confeccionistas iniciam a pesquisa de moda para a criação de um produto observando: as necessidades dos consumidores, as tendências na mídia, as propostas apresentadas pelas grandes marcas, através de tendências de mercado, o que as pessoas estão usando nas ruas, em fontes de informação como revistas e através do contato com clientes.

As fontes de informação utilizadas pelos confeccionistas para se atualizarem nas tendências de moda são: *sites e blogs na internet*, jornais, revistas, televisão, informações de fornecedores e formadores de opinião.

Na variável, “elemento desencadeador da criação de um produto”, houve respostas variadas. Maria respondeu que desenvolvia suas peças para que fossem pré-analisadas e demonstradas aos consumidores. Ana defende a mudança dos elementos a cada coleção, podendo ter como desencadeamento, um acontecimento na vida pessoal, ou profissional, ou ainda, alguma notícia mundial e/ou evento. “O importante é que esse elemento seja relevante tanto para o criador, para que ele tenha realmente interesse em estudá-lo e transformá-lo em coleção, quanto para o público, para que exista o interesse de consumo.”. Lúcia afirma que sua concepção é baseada no desejo de alguma idéia nova que seja absorvida pelo mercado, bem como visando à lucratividade. Carla, Andréia e José criam suas coleções tendo em vista as tendências de moda. João admite que os elementos desencadeadores na criação de suas coleções são o lucro e o perfil do cliente. Pedro e Roberta assumiram “em *off*” que copiam peças famosas.

A forma como conciliam as tendências da moda com a modelagem e o biotipo da mulher gaúcha são: Maria desenvolve seus produtos com modelagem própria e observando estilos da tendência; Ana busca sempre

adaptar as tendências com o biotipo da mulher brasileira, pois sua confecção vende para todo o território nacional. João utiliza o estilo regional. Carla e Andréia fazem ajustes constantes e adequação na produção. Roberta cria opções diferenciadas. Lúcia acredita que exista uma assimilação do biotipo e do comportamento regional que resultam no estilo das peças, porém diz ser fundamental a análise de vendas anteriores ou pesquisa de mercado que determinam a preferência das consumidoras. José e Pedro utilizam padrão comercial.

Quando perguntados sobre o respeito à modelagem padrão NBR 13377 - Medidas do Corpo Humano para Vestuário, obtiveram-se as seguintes respostas: Maria disse que embora tenham modelagem própria, observam medidas padrão. Para Ana, o padrão de medidas serve como uma base, porém não pode ser utilizado como regra, pois está desatualizado e não corresponde às reais medidas da mulher brasileira. Procura descobrir a reação das clientes e suas solicitações, ajustando, assim, a modelagem. Lúcia afirma que segue padrões de medidas para acertar as modelagens conforme o perfil da consumidora adaptada a comprar pelo tamanho que utiliza em demais artigos do vestuário. São medidas várias mulheres para provar os produtos e conferir a abrangência do tamanho ao biotipo, apesar da miscigenação das raças no Brasil que resulta em padrões aleatórios, dificultando a abrangência geral com estas medidas, embora no segmento de moda íntima seja mais fácil acertá-las por cobrirem uma área menor do corpo e sempre utilizar tecidos com elasticidade. Os demais respondentes afirmaram utilizarem o padrão da NBR 13377.

Quando questionados sobre a participação de eventos para atualização e intercâmbio da área, Ana e Lúcia informaram que participam do Salão Moda Brasil, que conta com área exclusiva para *lingerie* e eventos promovidos por empresas fornecedoras. Lúcia ressalta ainda que a melhor atualização é a observação do comportamento e tendências de consumo e pesquisa de rua, pois a dinâmica e lançamentos de coleções estão cada vez mais acelerados, onde geralmente a pesquisa é de resultados sintetizados por fornecedores. Roberta participa da APL da moda, SEBRAE, feiras. Os demais não participaram.

A participação em eventos como expositor de produtos foi constatado somente para Roberta, que expõe na Intimasul, Mostra Guaporé e Serra Grife.

Detectou-se que não há cultura de troca de informações na região em virtude de receio quanto ao compartilhamento das mesmas.

Com relação aos *sites* especializados e oficiais, averiguou-se que Maria acessa aos concorrentes de renome; Ana, style.com e Lilian Pacce; Roberta, Azzuma, lingerie.com.br, Cosse; os demais respondentes não acessam nenhum.

A história da moda íntima é importante para todos os respondentes, porque o conhecimento sempre é em todos os sentidos, e especialmente para saber da evolução do produto e do segmento. Auxilia na criação, pois as tendências passadas estão sempre sendo retomadas, contanto que não sejam cópias do que já foi feito, de forma a buscar sempre o novo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir o estudo **Fontes de Informação para a Cadeia Produtiva da Moda Íntima Feminina** é importante tecer comentários sobre alguns tópicos. O estudo foi iniciado com breve conhecimento do assunto geral “moda” e do assunto específico “moda íntima feminina”, já que o especialista contatado é pai da autora. No entanto, alguns obstáculos, como a dificuldade nas informações para o referencial teórico quanto à indústria da moda íntima feminina no Rio Grande do Sul, que não está organizado, tiveram que ser construídas a partir de entrevista com o especialista.

Em relação ao contato com os confeccionistas de Guaporé, RS, este foi muito complicado, por falta de tempo destes e pela distância do local do contexto. Contudo, nove confeccionistas mostraram-se interessados em contribuir com o estudo, dispondo-se a responder aos questionamentos via *e-mail*. Assim, de acordo com os questionários, as fontes institucionais e as pessoais não são utilizadas por nenhum dos respondentes, e em relação às fontes bibliográficas, estas são pouco utilizadas pelos confeccionistas, que recorrem às revistas, aos jornais ou *internet (blogs e sites)* para consulta. A participação em eventos, visto que a cidade sedia um evento importante do setor de moda íntima feminina no Rio Grande do Sul, ainda é mínima. As considerações feitas por estes profissionais confirmaram o que a autora havia percebido: a comunicação entre os elos da cadeia produtiva da moda íntima feminina é mínima.

A coleta das fontes de informação se mostrou uma tarefa demorada e árdua. Durante esta atividade foi possível verificar que as fontes de informação não estão organizadas e disponíveis em um mesmo local, com exceção da área agroindustrial, com bases de dados excelentes, onde estão indexadas obras importantes para o setor. A existência de uma ferramenta que reunisse material informacional referente a todos os elos da cadeia produtiva têxtil/confecções em um único espaço poderia significar muitos avanços para todos os setores envolvidos neste complexo produtivo.

Mesmo com as fontes dispersas, foram coletadas muitas fontes de informação interessantes para a cadeia produtiva têxtil/confecções. A existência de diversas fontes bibliográficas pertinentes à área, disponíveis com

acesso livre na *internet*, principalmente para o elo confecção, foi uma boa surpresa. As fontes de informação institucionais relacionadas neste estudo proporcionaram os subsídios para a construção deste mapa informacional para todas as áreas desta cadeia produtiva, devido à natureza técnica das mesmas. Estas organizações não são importantes somente pelos materiais que publicam, mas também pelos profissionais que atuam, os quais, em decorrência das atividades que desenvolvem, se tornam ótimas fontes pessoais de informação.

Assim, os objetivos delimitados para este estudo serão avaliados para verificar o cumprimento dos mesmos. Em relação ao objetivo geral, foram identificadas e listadas as fontes de informação pertinentes à cadeia produtiva da moda íntima de Guaporé, RS. A ênfase maior foi dada ao elo central da cadeia: a confecção. Os elos localizados a montante e a jusante da indústria de confecções foram tratados de maneira mais superficial. Para chegar a este objetivo, foram mapeados os repositórios de informação existentes para cada área e colhidos aqueles de interesse para as áreas tratadas. Um panorama da indústria de confecção de moda íntima feminina de Guaporé, RS foi traçado, e assim, foi alcançado o objetivo específico proposto neste estudo em **2.2** alínea **a**. Em relação às fontes de informação utilizadas pelos confeccionistas de Guaporé, RS, proposto em **2.2** alínea **b**, estas foram identificadas através de questionários respondidos pelos confeccionistas.

Para cumprir com o último objetivo deste estudo, descrito em **2.2** alínea **c**, serão entregues cópias eletrônicas deste trabalho aos confeccionistas que dele participaram respondendo aos questionários e ao especialista, Luiz Mario Machado de Souza pela valiosa colaboração.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS. **Apex- Brasil**. Brasília, DF, 2011. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/portal/>>. Acesso em: 21 out.2011

AGRICOLA: base de dados. Disponível em: <<http://agricola.nal.usda.gov/>>. Acesso em: 05 set. 2011

AGRISHOW: feira de tecnologia. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.agrishow.com.br>>. Acesso em: 06 set. 2011

AGROBASE.Biblioteca nacional de Agricultura (BINAGRI). In: BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. MAPA. **Site Institucional**. Brasília, DF,2011.Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em: 06 set. 2011

ALMEIDA, Carlos Cândido. Portais Verticais. In: TOMAÉL, Maria Inês; VALENTIM, Marta Lígia Pomim (Org.). **Avaliação de Fontes de Informação na Internet**. Londrina: Eduel, 2004.

AMAT NOGUERA, Núria. **Técnicas Documentales y Fuentes de Información**. Barcelona: Bibliograf, 1978.

ANTERO, Samuel A. Articulação de políticas públicas a partir dos fóruns de competitividade setoriais: a experiência recente da cadeia produtiva têxtil e de confecções.**Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 40, n. 1,fev. 2006 . Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122006000100004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 out. 2011.

ARRUDA, Susana Margarete de. **Glossário de Biblioteconomia e Ciências Afins**. Florianópolis: Cidade Futura, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÕES. **ABIT**. São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.abit.org.br/site/navegacao.asp?id_menu=1&id_sub=4&idioma=PT>. Acesso em: 20 out. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS. **ABIMAQ**. São Paulo, 2011.Disponível em:<<http://www.abimaq.org.br/>> . Acesso em: 26 out. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA QUÍMICA. **ABIQUIM**. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.abiquim.org.br>>. Acesso em: 06 set. 2011

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTILISTAS. **ABEST**. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.abest.com.br>>. Acesso em: 25 out. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTORES DE FIBRAS ARTIFICIAIS E SINTÉTICAS. **ABRAFAS**. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.abrafas.org.br/>>. Acesso em: 23 out. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT**. Brasília, DF, 2011. Disponível em: < <http://www.abnt.org.br/>. Acesso em: 25 out. 2011

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE QUÍMICOS E COLORISTAS TÊXTEIS. **ABQCT**. Barueri, 2011. Disponível em: <<http://www.abqct.com.br>>. Acesso em: 06 set. 2011

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TÉCNICOS TÊXTEIS. **ABTT**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em:<<http://www.abtt.org.br/noticias.asp>>. Acesso em: 28 out. 2011.

ASSOCIAÇÃO DA JÓIA E LINGERIE DE GUAPORÉ. **AJOLI**. Guaporé, RS, 2010. Disponível em:<<http://www.ajoli.com.br/index.php>>. Acesso em 26 out. 2011.

ASHWORTH, Wilfred. **Manual de Bibliotecas Especializadas e de Serviços Informativos**. Lisboa: Calouste Gilbenkian, 1967.

BACK, Suzana. **Pesquisa de Tendências**: um modelo de referência para pesquisa prospectiva. 2008. 138 f. Dissertação. (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

BALAY, Robert. **Guide to Reference Books**. 11th ed. Chicago: London: American Library Association, 1996.

BALDINI, Massimo. **A Invenção da Moda**: as teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL. **BNDES**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: < http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt>. Acesso em: 20 out. 2011

BARRETO, Auta Rojas. Informação Empresarial para o Mercosul: a expansão das fronteiras das microempresas. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 25, n. 1, p. 144-149, jan./abr. 1996.

BATALHA, Mário Otávio; SILVA, Andrea Lago da. Gerenciamento de Sistemas Agroindustriais: definições e correntes metodológicas. In: BATALHA, Mário Otávio (Coord.). **Gestão Agroindustrial**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2001. V. 1.

BERNARDO, Wanderley Marques; NOBRE, Moacyr Roberto Cuce; JATENE, Fábio Biscegli. A Prática Clínica Baseada em Evidências: parte II - buscando as evidências em fontes de informação. **Revista da Associação Médica Brasileira**, São Paulo, v. 50, n. 1, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-42302004000100045&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 out. 2011.

BORGES, Mônica E. N.; CARVALHO, G.M. Natália. Produtos e Serviços de Informação para Negócios no Brasil: características. **Ciência da Informação**, Brasília, DF. v.27, n.1, p.76-81, jan./abr.1998.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **MAPA**. Brasília, DF, 2011. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 06 set. 2011

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **MDIC**. Brasília, DF, 2011. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br>>. Acesso em: 10 out. 2011.

BRUNO, Cristina. Museus e Patrimônio Universal. In: ENCONTRO DO ICOM BRASIL FÓRUM DOS MUSEUS DE PERNAMBUCO, 5., 2007, Recife. **Anais...**. Recife: Icom, 2007. Disponível em: <<http://www.icom.org.br/texto%20Cristina%20Bruno.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2010.

BUSCA Trama: diretório. Disponível em: <<http://www.buscatrama.com/>>. Acesso em: 15 out. 2011

CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais**: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio, 2006.

CALDEIRA, Paulo da Terra. Museus. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CALDEIRA, Paulo da Terra; MACEDO, Vera Amália A. (Org.). **Formas e Expressões do Conhecimento**: introdução às fontes de informação. Belo Horizonte: UFMG/PROED, 1998.

CAMPELLO, B. S.; CEDÓN, B. V.; KREMER, J. M. (Org.). **Fontes de Informação para Pesquisadores e Profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

CAMPELLLO, Bernadete Santos; CAMPOS, Carlita Maria. **Fontes de Informação Especializada**: características e utilização. 2. ed. Belo Horizonte: UFMG/PROED, 1993.

CAMPELLO, Bernadete Santos. Organizações como Fonte de Informação. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CENDÓN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite. **Fontes de Informação para Pesquisadores e Profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

CARRIZO SAINERO, Gloria. Las Fuentes de la Información. In: CARRIZO SAINERO, Gloria; IRURETA-GOYENA SÁNCHEZ, Pilar; QUINTANA SÁENZ, Eugenio López de.(Org.) **Manual de fuentes de información**. Madrid: CEGAL, 1994.

CASTRO, Antonio M. de. Análise da Competitividade de Cadeias Produtivas. In: CADEIAS PRODUTIVAS E EXTENSÃO RURAL NA AMAZÔNIA, 1., 2000, Manaus.Workshop. **Manaus**: Suframa, 2000. Disponível em: <http://www.temasemdebate.cnpm.embrapa.br/textos/anal_compet_cadeias_pr odutivas_cp.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2011.

CENDÓN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite. M. (Org.). **Fontes de Informação para Pesquisadores e Profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

CENTRO UNIVERSITÁRIO FEEVALE. **Design de Moda e Tecnologia**. Novo Hamburgo, 2011. Disponível em: <<http://www.feevale.br>>. Acesso em: 25 out. 2011.

CENTRO UNIVERSITÁRIO IPA METODISTA. **Design de Moda**. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://www.metodistasul.edu.br/>>. Acesso em: 25 out. 2011.

CHEMICAL Abstracts: base de dados. Columbus, Chemical Abstracts Service, 2011. Disponível em: <<http://www.cas.org/>>. Acesso em: 05 set. 2011.

LE COADIC, I. F. **A Ciência da Informação**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1996.

COLÓQUIO DE MODA. Universidade Anhembi Morumbi.São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.coloquiodemoda.com.br>>. Acesso em: 26 out. 2011.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. **CNI** . Brasília, DF. 2011 . Disponível em:<<http://www.cni.org.br/portal/data/pages/FF808081239C151201239F3211D766CE.htm>> Acesso em: 25 out. 2011.

CONGRESSO BRASILEIRO DE PETROQUÍMICA. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustíveis, 2011. Disponível em: <<http://www.ibp.org.br/main.asp?View=%7BC2E01C80-C8EC-4090-A612-A523B883FCA7%7D/>>. Acesso em: 05 set. 2011.

CONGRESSO BRASILEIRO DO ALGODÃO. Foz do Iguaçu: Associação dos Cotonicultores Paranaenses, 2011. Disponível em: <<http://cbaparana.com.br>>. Acesso em: 10 set. 2011.

CONGRESSO INTERNACIONAL DE MODA. Madrid, Centro Superior de Desenho de Moda, 2008 Disponível em:<<http://www.cim2008.es/>>. Acesso em: 11 set. 2011.

CONGRESSO LATINO AMERICANO DE QUÍMICA TÊXTIL. São Paulo: Federação Latino Americana de Química Têxtil, 2011 Disponível em: <http://www.textilia.net/gallery/Noticias/FLAQT/flaqt_01.htm>. Acesso em: 06 set. 2011

CONGRESSO NACIONAL DE TÉCNICOS TÊXTEIS. **CNTT**. São Paulo: Associação Brasileira de Técnicos Têxteis, 2011. Disponível em: <<http://www.abtt.org.br/cntt/>>. Acesso em: 06 set. 2011

CUNHA, Murilo Bastos da. **Para Saber Mais**: fontes de informação em ciência e tecnologia. Brasília, DF: Briquet de Lemos Livros, 2001.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da Informação**. São Paulo: Futura, 1998.

DATAMAQ: **Base de dados**. Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://datamaq.org.br/>>. Acesso em: 07 set. 2011

DERVIN, Brenda; NILAN, Michael. Information Needs and Uses. In: WILLIAMS, Martha E. (Ed). **Annual Review of Information Science and Technology**. Chicago: Knowledge Industry Publications, 1986. V. 21.

DIAS, Cláudia Augusto. Portal Corporativo: conceitos e características. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 30, n. 1, jan./abr. 2001, p. 50-60. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a07v30n1.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2011

DIAS, Maria Matilde Kronka; PIRES, Daniela. **Fontes de Informação**: um manual para cursos de graduação em Biblioteconomia e Ciência da Informação. São Carlos: EdUFSCar, 2005.

DINIZ, C. **Globalização, Escalas territoriais e política tecnológica regionalizada no Brasil**. Belo Horizonte: UFMG/Caedeplar, 2001.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Embrapa**. Brasília, DF, 2011. Disponível em: <<http://www.embrapa.br>>. Acesso em: 22 out. 2011.

FASHION AND TEXTILE MUSEUM. **FTM**. London, 2011. Disponível em: <<http://www.ftmlondon.org/>>. Acesso em: 20 out. 2011

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO GRANDE DO SUL. **FIERGS**. Porto Alegre: FIERGS, 2011. Disponível em: <http://www.fiergs.org.br/canais_fiergs.asp?idArea=48&idSubMenu=67&idSubSubMenu=1540>. Acesso em: 15 nov. 2011.

FEGHALI, Marta Kasnar; DWYER, Daniela. **As Engrenagens da Moda**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio, 2004.

FEIRA BRASILEIRA DE MODA ÍNTIMA. **Satelite FEVEST**. Rio de Janeiro, 2011. Nova Friburgo, RJ. Disponível em: <http://www.fevest.com/fevest2008/a_feira.html>. Acesso em 28 out. .2011.

FEIRA INTERNACIONAL DOS FORNECEDORES DA INDÚSTRIA QUÍMICA E PETROQUÍMICA - QUÍMICA & PETROQUÍMICA. **Petrobrás**. Rio de Janeiro, 2011. <<http://www.quimica-petroquimica.com.br/>>. Acesso em: 23 out. 2011.

FERNANDES, A. R. M. Marketing Aplicado à Biblioteconomia. In: SILVEIRA, A.; AMARAL, S. A. do (Comp.). **Marketing em Unidades de Informação: estudos brasileiros**. Brasília: IBICT, 1993.

FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto. Novos Paradigmas da Informação e Novas Percepções do Usuário. **Ciência da informação**, Brasília, DF, v. 25, n. 2, p.217-223. maio/ago. 1996

FORUM Têxtil: site. Blumenau, 2011 Disponível em: <<http://www.forumtextil.com.br/>>. Acesso em: 29 out. 2011

FREUD, Sigmund. Três Ensaios Sobre a Teoria da Sexualidade. In: FREUD, Sigmund. **Edição Standard das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1987. V. 7.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA SIEGFRIED EMANUEL HEUSER. FEE. **Estatísticas 2008**. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <http://www.fee.tche.br/sitefee/pt/content/estatisticas/index.php>. Acesso em: 28 out. 2011

GAZZONA, Raquel da Silva. Trabalho Feminino na Indústria do Vestuário. **Educação & Sociedade**, Campinas, ano 18, n. 61, p. 88-109, dez. 1997. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v18n61/4700.pdf>>. Acesso em:12 out. 2011

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIRELLI, Giovanni. **A Transformação de Guaporé: evolução urbana e memórias**. Porto Alegre: Engenho Comunicação e Arte, 2003.

GOMES, Maria de Lourdes Barreto. **Um Modelo de Nivelamento da Produção à Demanda para a Indústria de Confecção do Vestuário Segundo os Novos Paradigmas da Melhoria dos Fluxos do Processo**. 2002. f. 320. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2002.

GORINI, A.P.F; SIQUEIRA, S.H.G. **Complexo Coureiro-Calçadista Nacional: uma avaliação do programa de apoio do BNDES**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

GOULARTI FILHO, Alcides; JENOVEVA NETO, Roseli. **A Indústria do Vestuário: economia, estética e tecnologia.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

GUIA DE MÍDIA. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.guiademidia.com.br>>. Acesso em: 25 out. 2011

GUIA Têxtil: **Portal.** Blumenau, 2011. Disponível em: <<http://www.guiatextil.com/>>. Acesso em: 22 out. 2011.

GUINCHAT, Claire, MENO, Michael. **Introdução Geral às Ciências e Técnicas da Informação e Documentação.** Brasília, DF: IBICT, 1994.

HAGUENAUER, L.; BAHIA, L. D.; CASTRO, P. F. de; RIBEIRO, M. B. **Evolução das Cadeias Produtivas Brasileiras na Década de 90.** Brasília, DF: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2001. (Texto para Discussão nº 786)

HAWTHORNE, Rosemary. **Por Baixo do Pano: a história da calcinha.** São Paulo: Matrix, 2009.

HELLMANN, Aline Gazola. **A Moda no Século XXI : para além da distinção social?** 2009. f. 121. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Sociologia - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/21459>> Acesso em: 12 out. 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. **Contagem da População em 2007.** Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/default.shtm>>. Acesso em: 30 set. 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PETRÓLEO, GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS. **IBP.** Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.ibp.org.br/>>. Acesso em: 23 out. 2011.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **INPI.** Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/>>. Acesso em: 20 out. 2011

INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **IBICT.** Brasília, DF 2011. Disponível em: < <http://www.ibict.br/>>. Acesso em 20 out. 2011

INSTITUTO EUVALDO LODI. **IEL.** Análise da eficiência econômica e da competitividade da cadeia têxtil brasileira. Brasília, DF: Núcleo Central, 2000.

INTERNET Archive. San Francisco, 2011. Disponível em: <<http://www.archive.org/details/texts>>. Acesso em: 24 set. 2011.

INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS. **ICOM Statutes**. Paris, 2010. Disponível em: <<http://icom.museum/statutes.html>>. Acesso em: 03 nov. 2011

INTERNATIONAL TEXTILE MANUFACTURERS FEDERATION. **ITMF**. Zurique, Suíça, 2011. Disponível em: < <http://www.itmf.org/cms/>>. Acesso em: 26 out. 2011

INTIMASUL *Fashion Fair*. Guaporé, 2011. Disponível em: <www.intimasul.com.br/>. Acesso em: 26 set. 2011.

KAWAMURA, Yuniya. **Fashion-ology: an introduction to fashion studies**. New York: Berg, 2005.

KLIEMANN NETO, Francisco José; SOUZA, Sinval Oliveira. Desenho, Análise e Avaliação de Cadeias Produtivas. In: **REDES Produtivas para o Desenvolvimento Regional**. Ouro Preto: Associação Brasileira de Engenharia da Produção, 2004.

KSCHENKA, Wilfrid. **Demand for information and user profiles in education FID-users of documentation**. Buenos Aires: National Council for Scientific and Technical Research, 1970.

LEMOS, Antônio Agenor Briquet de. Bibliotecas. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CALDEIRA, Paulo da Terra (Org.). **Introdução às Fontes de Informação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LOPES NETO, Alfredo. **O que é Cluster?** Fortaleza: IPLANCE, 1998.

LUME: repositório digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/>>. Acesso em: 21 out. 2011.

LUPATINI, Márcio. **Relatório Setorial Final**. Brasília, DF: FINEP, 2007. Disponível em: http://www.finep.gov.br/PortalDPP/relatorio_setorial_final/relatorio_setorial_final_impresao.asp?lst_setor=23>. Acesso em: 23 out. 2010.

LYNCH, Annette; STRAUSS, Mitchell. **Changing Fashion: a critical introduction to trend analysis and meaning**. New York/Oxford: Berg, 2007.

MAIA, Cristiane; PASSOS, Edilenice; COSTA, Sely Maria de Souza. Informação Científica e Tecnológica e Desenvolvimento Econômico e Social: a contribuição da biblioteca especializada. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO, 16., 1991, Salvador. **Anais...** Salvador: APBEB, 1991. V. 2.

MARTINS, Flavio E. V. Estratégias competitivas e inovação na indústria do vestuário : um estudo exploratório em empresas do RGS. 2003. Dissertação (Mestrado)– Programa de Pós-Graduação em Administração- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/3957>>. Acesso em: 12 ago. 2011

MARTELETO, Regina M. Cultura Informacional: contribuindo o objeto informação pelo emprego dos conceitos de imaginário, instituição e campo social. In: REUNIÃO DA APEP, 1994. Rio de Janeiro, 1994.

MARTELETO, Regina M; TOMAÉL, Maria I. A Metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS). In: VALENTIM, Marta L. P. (Org.). **Métodos Qualitativos da Pesquisa em Ciências da Informação**. São Paulo: Polis, 2005. P. 81-100.

METROPOLITAN MUSEUM OF ART. New York, Costume Institute, 2011. Disponível em: <<http://www.metmuseum.org/>>. Acesso em: 26 out. 2011.

MODE À PARIS. **Fédération Française de la Couture**. Paris, 2011. Disponível em: <<http://www.modeaparis.com/>>. Acesso em: 26 set. 2011.

MONNEYRON, Frédéric. **50 Respuestas sobre la Moda**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2006.

MUSÉE DE LA MODE ET DU TEXTILE. **Mode et Textile**. Paris, 2011. Disponível em: <<http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/mode-et-textile/>>. Acesso em: 25 out. 2011.

MUSEU DO TÊXTIL E DA MODA. Blumenau, Fundação Universidade Regional de Blumenau, 2011. Disponível em: <<http://www.furb.br/museudotextil/>>. Acesso em: 26 out. 2011.

MUSEU NACIONAL DO TRAJE E DA MODA. Lisboa, 2011. Disponível em: <<http://www.museudotraje-ipmuseus.pt/>>. Acesso em: 24 out. 2011.

NAZARETH, Otávio. **Intimidade Revelada**. São Paulo: Olhares, 2007.

NÚCLEO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA AGROINDUSTRIAL . **NEPEA** . Santa Maria, RS, 2011. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/nepea/>>. Acesso em: 21 out. 2011

OBSERVATÓRIO DE LA ECONOMIA LATINO AMERICANA. **Enumet Net**. Universidade de Málaga. Málaga, 2011. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/index.htm>>. Acesso em: 20 out. 2011.

OLIVEIRA, Antônio de. **Biblioteca Universitária**: aspectos legais, informativos e formativos. Belo Horizonte: Una Lex, 1989.

ONLINE Books Page: repositório. Pennsylvania: University of Pennsylvania, 2011. Disponível em: <<http://digital.library.upenn.edu/books/>>. Acesso em: 22 out. 2011.

OPEN DIRECTORY PROJECTS. **Netscape Communications corporation**. Califórnia: DMOZ, c1998-2011. Disponível em: < <http://www.dmoz.org/> >. Acesso em: 20 out.2011

PALOMINO, Érika. **A Moda**. São Paulo: Publifolha, 2003.

PETROQUISA. Petrobrás Química S.A. **PETROBRÁS**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: < <http://www.petroquisa.com.br/portal/petroquisa/pagina-inicial.htm>>. Acesso em: 23 out. 2011.

PLATAFORMA Lattes. In: BRASIL.Ministério da Ciência e tecnologia. **Portal Institucional**. Brasília, DF, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 2011. Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/>>. Acesso em: 22 set. 2011.

PORTAIS da Moda. Condomínio Tecnológico. **COTE**. Cianorte, 2011. Disponível em: <<http://www.portaisdamoda.com.br>>. Acesso em: 21 out. 2011.

PORTAL DO AGRONEGÓCIO. **Universidade Federal de Viçosa**.Viçosa, 2011. Disponível em: <<http://www.portaldoagronegocio.com.br>>. Acesso em: 20 out. 2011.

PORTAL DO COMÉRCIO. Brasília, DF, Confederação Nacional do Comércio, 2011. Disponível em: <<http://www.portaldocomercio.org.br>>. Acesso em: 27 set. 2011.

PORTUGAL Têxtil: portal. Braga: 2011. **Centro de Inteligência Têxtil**, 2011. Disponível em: <<http://www.portugaltexil.pt/>>. Acesso em: 22 out. 2011.

PREMIÈRE VISION, Paris, 2011. Disponível em:<<http://www.premierevision.fr/index.php?page=01&lang=fr>>. Acesso em: 23 out. 2011.

PROCHNIK, Victor. Cadeias Produtivas e Complexos Industriais. In: HASENCLEVER, L.; KUPFER, D. **Organização Industrial**. Rio de Janeiro: Campus, 2002. Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/cadeiasprodutivas/pdfs/cadeias_produtivas_e_complexos_industriais.pdf>. Acesso em: 19 out. 2010.

RECH, Sandra Regina. **Qualidade na Criação e Desenvolvimento do Produto de Moda nas Malharias Retilíneas**. 2001. 194f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001. Disponível em: <teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/4279.pdf>. Acesso em: 12 set. 2010.

RECH, S. R. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: UDESC, 2002.

RECH, Sandra Regina. **Cadeia Produtiva da Moda**: um modelo conceitual de análise da competitividade no elo confecção. 2006. f. 282. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: <<http://tede.ufsc.br/teses/PEPS5077.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2010.

REZENDE, Yara. Informação Para Negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v.31, n.1, p.75-83, jan./ abr. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v31n1/a08v31n1.pdf>>. Acesso em: 21 out. 2011

RIO GRANDE DO SUL. Fundação de Economia e Estatística. **Mapa Político do Estado do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, 2010. 1 mapa: 78 x 57 cm. Escala: 1:800:000.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria Estadual Da Agricultura, Pecuária, Pesca E Agronegócio. **SEAPPA**. Porto Alegre: Portal do Estado do Rio Grande do Sul, 2011. Disponível em:< <http://www.saa.rs.gov.br/>>. Acesso em: 20 out. 2011

RODRIGUES, Ana Vera; CRESPO, Isabel. Fonte de Informação Eletrônica: o papel do bibliotecário de bibliotecas universitárias. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 4, n.1, p. 1-18, jul./dez. 2006. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/pbcib/index.php/pbcib/article/view/446>>Acesso em: 25 out. 2010.

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SALÃO MODA BRASIL. São Paulo: New Stage, 2011. Disponível em:< <http://www.salaomodabrasil.com.br/2011/br/index2.html>> Acesso em: 12 out. 2011

SALASÁRIO, Maria Guilhermina da Cunha. Biblioteca Especializada e Informação: da teoria conceitual à prática na biblioteca do laboratório de mecânica de precisão -IMP/UFSC. **ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**. Florianópolis, v. 5, n. 5, p. 104-119, 2000. Disponível em: <<http://www.revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/download/351/415>>. Acesso em: 24 out. 2011.

SALON Internacional de la lingerie. Paris, 2011. Disponível em: <http://www.lingerie-paris.com/asp/salon_offre.aspx> Acesso em: 20 out. 2011.

SALVATO, Gilberto José. **Sistemas Especialistas**: método para a adoção em bibliotecas especializadas. 1998. 205f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1998.

SANTOS, Andréia Pereira. Institutos Federais de Educação: fontes de informação e gestão o conhecimento. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v.15, n.1, p. 22-38, jan./jun., 2010. Disponível em: <http://revista.acbsc.org.br/index.php/racb/article/viewFile/685/pdf_16>. Acesso em: 24 out. 2011.

SEMINAGRO. Seminário da Agroindústria. **Universidade Federal da Paraíba**. Bananeiras: SEMINAGRO, 2011. Disponível em:<<http://www.seminagro.com.br/>>. Acesso em: 22 out. 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **SEBRAE**. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/>>. Acesso em: 29 set. 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Seminário sobre Cadeias Produtivas**. Assunção, 17 out. 2005. 43 diapositivos. Disponível em: <<http://www.gtzparaguay.org/download/Eliane.ppt>>. Acesso em: 13 out. 2011.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL. **SENAC**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.senac.br/>>. Acesso em: 25 abr. 2011.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL. **SENAI**. Porto Alegre, 2011. Disponível em:< <http://www.senairs.org.br>>. Acesso em: 26 out. 2011

SILVA, Luís César da. **Cadeia Produtiva de Produtos Agrícolas**. [Vitória]: Departamento de Engenharia Rural da Universidade Federal do Espírito Santo, 2005. (Boletim Técnico: MS: 01/05).

SILVA, Terezinha Elisabeth da; TOMAÉL, Maria Inês. Fontes de Informação na Internet: a literatura em evidência. In: TOMAÉL, Maria Inês; VALENTIM, Marta Lígia Pomim (Org.). **Avaliação de Fontes de Informação na Internet**. Londrina: Eduel, 2004.

STEELE, Valerie. **The Corset: a cultural history**. London: Yale University Press, 2001.

TARGINO, Maria das Graças. **Conceito de Biblioteca**. Brasília, DF: ABDF, 1984.

TECNOTÊXTIL BRASIL: feira de tecnologias. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.tecotextilbrasil.com.br/>>. Acesso em: 23 out. 2011.

TEXTILIA: portal. São Paulo: Editora Brasil Têxtil, 2011. Disponível em: <<http://www.textlia.net/sitenovo/index.asp>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

TICIANEL, Margarete Aparecida. **Diferentes Imagens de Enunciário em Anúncios de Lingerie**. 2007, f. 214. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Semiótica e Linguística Geral – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. Disponível em: < <http://www.teses.usp.br/> >. Acesso em: 12 nov. 2011.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: planejamento de coleção**. Brusque: D. Treptown, 2003.

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://portal.anhembibrasil.br/>>. Acesso em: 23 out. 2011.

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PELOTAS. Pelotas, 2011. Disponível em: <<http://www.ucpel.tche.br/>>. Acesso em: 26 out. 2011.

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO. Passo Fundo, 2009. Disponível em: <<http://www.upf.tche.br/>>. Acesso em: 26 out. 2011.

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL. Canoas, 2009. Disponível em: <<http://www.ulbra.br/>>. Acesso em: 26 out. 2011.

VAREJISTA: portal. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.varejista.com.br/>>. Acesso em: 22 out 2011.

VICENTINI, Garcia; CASTILHO, Kathia. Design do Corpo, Design da Roupa: uma análise semiótica. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). **Design de Moda: olhares diversos**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.

VILLASEÑOR RODRÍGUEZ, Isabel. Los Instrumentos para la Recuperación de la Información: las fuentes. In: TORRES RAMIREZ, Isabel de. **Las Fuentes de Información: estudios teórico-prácticos**. Madrid: Síntesis, 1998.

VOGT, Cláudio César. **As Origens da Indústria Gaúcha e o Setor Têxtil no Período do Processo de Substituição de Importações**. 2003. f. 210. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós Graduação em Economia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/2794>>. Acesso em: 12 nov 2011.

WEITZEL, Simone da Rocha. O Papel dos Repositórios Institucionais e Temáticos na Estrutura da Produção Científica. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 51-71, jan./jun. 2006.

WIRGHT, J. E. A Biblioteca Especializada e o Serviço Informativo. In: ASWORTH, Wilfred. **Manual de Bibliotecas Especializadas e de Serviços Informativos**. Lisboa: Fundação Gubenkian, 1967.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto alegre: Bookmann, 2001.

APÊNDICE A – Questionário sobre as Fontes de Informação para a Cadeia Produtiva da Moda Íntima Brasileira.

Este Questionário embasará o Trabalho de Conclusão do Curso de Biblioteconomia, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Foi desenvolvido pela aluna Mary Nice Branchi de Souza e tem por objetivo identificar as fontes de informação úteis aos diferentes segmentos da cadeia produtiva da moda íntima de Guaporé, com ênfase no elo de confecção. Agradeço desde já a atenção, obrigada!

- 1. Como você inicia a pesquisa de moda para a criação de um produto?**
- 2. De que modo você fica sabendo das tendências da moda?**
- 3. Qual o elemento desencadeador da criação de um produto?**
- 4. Como você concilia as tendência da moda com a modelagem e o estereótipo da mulher gaúcha?**
- 5. Ao criar um produto você procura seguir, ou respeitar, a modelagem oficial/padrão NBR 13377 - Medidas do Corpo Humano para Vestuário?**
- 6. Você costuma participar de eventos de sua área? Quais?**
- 7. Você participa de eventos de atualização e intercâmbio? Quais?**
- 8. Você participa expondo seus produtos? Se já participou, em quais?**
- 9. Procura fazer conexões com outras empresas?**
- 10. Alguma vez fez parceria com Universidades?**
- 11. Utiliza-se de livros para consulta? Quais?**
- 12. Utiliza-se de revistas para consulta? Quais?**
- 13. Visita a sites especializados e sites oficiais?Quais?**
- 14. Você acha importante conhecer a história da moda íntima? Porquê?**