

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADE DE INFORMAÇÃO
(CBG)

ALEXANDRA BOTELHO CARDOSO DA SILVA

O PAPEL DO BIBLIOTECÁRIO NA MODA: REFLEXÕES SOBRE GUARDA-
ROUPAS COMPARTILHADOS

Rio de Janeiro

2018

ALEXANDRA BOTELHO CARDOSO DA SILVA

O PAPEL DO BIBLIOTECÁRIO NA MODA: REFLEXÕES SOBRE GUARDA-
ROUPAS COMPARTILHADOS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Biblioteconomia
e Gestão de Unidades de Informação da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito parcial à obtenção do título
de bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof^a. Dra. Regina Maria Macedo Costa Dantas

Rio de Janeiro

2018

Ficha catalográfica

S586 Silva, Alexandra Botelho Cardoso da.

 O Papel do Bibliotecário na moda: Um Estudo de caso sobre guarda-roupas compartilhados / Alexandra Botelho Cardoso da Silva. – Rio de Janeiro, 2018
 50 f.
 Orientadora : Profa .Dra. Regina Maria Macedo Costa Dantas.

 Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018.

 1.Bibliotecário. 2.Guarda-roupas compartilhados.
 3. Moda sustentável. I. Dantas, Regina Maria Macedo Costa.
 II. Título.

Fonte: Autora

ALEXANDRA BOTELHO CARDOSO DA SILVA

**O PAPEL DO BIBLIOTECÁRIO NA MODA: REFLEXÕES SOBRE GUARDA-
ROUPAS COMPARTILHADOS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Biblioteconomia
e Gestão de Unidades de Informação da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito parcial à obtenção do título
de bacharel em Biblioteconomia.

Rio de Janeiro, de de 2018.

Profa. Dra. Regina Maria Macedo Costa Dantas – CBG-HCTE/UFRJ
Orientadora

Profa. M^a Delana Galdino de Oliveira – CBG/UFRJ

Profa. M^a Lucia Maria da Cruz Fidalgo – CBG/UFRJ

Profa. M^a Dandara Macedo Costa Dantas – EBA/UFRJ

À Lili, com amor.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe Lili, por todo amor, carinho, incentivo, amizade, apoio e pela oportunidade. À minha Família Botelho, pela alegria, conversas, disposição e amor. À minha orientadora, Regina Dantas pela doçura, paciência e incentivo. Aos professores que fizeram parte da minha formação acadêmica. Minha irmã Ana por sempre estar de mãos dadas. As minhas meninas, Leticia, Tatita, Pamela, Lucienne, Tamiris, Adilia e Aneli. Aos meus meninos, Catatau, Aarão, Antônio, Fagner e Mazzoni. À turma 2014.2, por toda alegria diária. A todas as festinhas e colegas memoráveis que conheci. Ao meu lugar favorito no Fundão, pelos mais lindos finais de tarde. Foram anos inesquecíveis, em um lugar que aprendi muito, não só na parte acadêmica. Sinto que sairei da UFRJ como uma bagagem gigante na minha construção como um ser humano melhor, foram muitas trocas e grandes aprendizados. Agradeço a Deus por ser meu guia nessa jornada, por não me desamparar, e as energias positivas de Abadiânia.

“Para isso é preciso voltar a fazer moda com propósito. Moda além da roupa. Moda a favor das pessoas e do planeta”. (EDELKOORT *apud* CARVALHAL, 2016, p.58)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o perfil do bibliotecário atuante na área da nova moda. Conceitua e descreve um breve histórico sobre a moda. Discute o conceito de moda conectando o termo sustentabilidade. Apresenta duas Empresas de guarda-roupas compartilhados, a MagMov e a Betrendy, destacando um novo pensamento relacionado ao consumo de roupas e sustentabilidade. Trata-se de uma pesquisa que utiliza o método empírico, e opta pela utilização de questionários para estudo. A investigação pretende contribuir aos estudos sobre a moda, sustentabilidade e Bibliotecas de Roupas, como uma fonte inovadora de informação.

Palavras-chave: Bibliotecário, Guarda-Roupas compartilhados, Moda sustentável

ABSTRACT

The present work aims to analyze the profile of the librarian in the area of the new fashion. Conceptualize and describe a brief history about fashion. Discusses the fashion concept by connecting the term sustainability. It features two shared wardrobe companies, MagMov and Betrendy, highlighting a new thinking related to clothing consumption and sustainability. It is a research that uses the empirical method, and opts for the use of questionnaires for study. The research aims to contribute to the studies on fashion, sustainability and clothing libraries as an innovative source of information.

Keywords: LibrarianShared, Wardrobe, Eco Fashion

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	Interface do site da loja Desateca.....	25
Figura 2 -	Interface do site da loja Roupateca.....	26
Figura 3 -	Interface do site da loja Blimo.....	27
Figura 4 -	Interface do site da loja Betrendy	27
Figura 5 -	Interface do instagram Btrendy	28
Figura 6 -	Interface do site da loja Magmov.....	29
Figura 7 -	Interface do instagram MagMov.....	30
Figura 8 -	Gráfico Guarda-roupa participante.....	30
Figura 9 -	Seu estilo Magmov.....	32
Figura10 -	Armário Magmov.....	33
Figura11 -	Armário Magmov.....	34
Figura12 -	Como funciona.....	34
Figura13 –	Pacote Guarda-roupa Betrendy.....	35
Figura14 -	Fotos do acervo no site.....	36

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	JUSTIFICATIVA	11
1.2	PROBLEMA.....	12
1.3	OBJETIVOS.....	12
1.4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	12
2	BREVE HISTÓRICO DA MODA	15
2.1	MODA COM SUSTENTABILIDADE.....	19
2.2	SUSTENTABILIDADE.....	23
3	GUARDA-ROUPAS COMPARTILHADOS	24
3.1	MAGMOV E BETRENDY.....	31
4	O NOVO PERFIL DO BIBLIOTECÁRIO	38
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
	REFERÊNCIAS	42
	APÊNDICE A – Termo de consentimento	45
	APÊNDICE B – Questionário	46

1 INTRODUÇÃO

A Biblioteconomia atua com interdisciplinaridade entre diversas áreas do conhecimento e unificando a informação. Visando ser uma área do conhecimento ampla, que conversa com tantas outras, fez-se necessário a ampliação dos suportes e da estrutura das bibliotecas, acrescentando na facilitação das pesquisas de outras áreas do conhecimento.

Por isso, há urgência de uma reforma da educação, de valorizarmos os conhecimentos interdisciplinares ou, pelo menos, promovermos o desenvolvimento no ensino e na pesquisa de um espírito ou mentalidade propriamente transdisciplinar. (JUPIASSU, 2006, p. 1 *apud* CARVALHO, 2017).

O presente trabalho abordará a Biblioteconomia atuante na área da moda. E um dos grandes avanços alcançados foi a criação de Bibliotecas de Tecidos, que possui diferentes nomenclaturas como: Modateca, Teciteca ou Tecidoteca. Segundo Carmo (2005), o termo **tecido** [...] derivado do latim *texere*, ‘tecer’, e que, junto com sufixo grego *theke* ou *teca* ‘caixa’, ‘recipiente’, que deriva do verbo *tithenai*, ‘colocar’, pode se ter inventado expressões, tais como, “coleção de tecidos, de amostras” (CARVALHO, 2017), contendo como suportes informacionais: fibras, bandeiras de amostragens de tecidos, catálogos de empresas têxteis e aviamentos.

O termo tecidoteca pode parecer estranho para muitas pessoas, inclusive pessoas que estão inseridas no campo da moda. Isso porque não é um termo facilmente encontrado até mesmo em dicionários. No entanto, esse termo, assim como outros parecidos (Modateca para a preservação da memória de moda e do vestuário; Avioteca para acervo de aviamentos) se tornaram mais frequentes com a proliferação de cursos de moda em todo o país a partir da segunda metade da década de 90 no Brasil (COSTA, 2006 *apud* MARANGONI, 2014, p. 4).

Entendemos a importância das tecidotecas para a preservação da memória da moda. Com isto, elevamos as habilidades dos bibliotecários para a preservação de suportes informacionais, para o acesso e transmissão da informação com o auxílio dos profissionais da moda que são maiores conhecedores da especificação de cada material (CARVALHO, 2017).

Tendo o conhecimento de que a biblioteconomia faz-se presente no campo da moda, podemos ampliar nossos estudos para o pensamento sustentável e

colaborativo que aponta o futuro da moda, destacando a utilização das nomenclaturas biblioteconômicas.

1.1 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho justifica-se pela importância do estudo sobre os guarda-roupas compartilhados como uma renovação no pensamento de consumo, na utilização da biblioteconomia na sua organização para a melhor usabilidade e facilitação, no processo de montagem e no pensamento sustentável. Portanto, torna-se necessário, um olhar diferente na usabilidade dos processos e ferramentas, utilizados na preservação dos livros, e que podem ser reaproveitados em suportes diferentes.

Como os livros para os bibliotecários, existe um amplo campo de estudo, desde o tipo de encadernação, papel, história, como o usuário pode adquirir aquele conhecimento, entre tantos outros. O tecido pode ser visto, por diferentes profissionais e estudiosos da área têxtil, como um forte suporte informacional. Atualmente é possível obter diferentes materiais (tecidos) tanto reutilizados, como modificados tecnologicamente, principalmente no segmento esportista.

Pensando na construção da moda desde seu princípio até a atualidade, inserindo os avanços futuros e destacando os novos meios de preservação dos tecidos, torna-se imprescindível a realização de específicas análises, tais como a do presente trabalho, sobre um novo formato de “fazer moda”.

Levando em conta que o tecido é a parte fundamental da roupa, precisa-se cada vez mais pensar nele como uma matéria sustentável. De acordo com os índices de poluição, a confecção de peças segue o terceiro colocado como a ação mais poluente (CARVALHAL, 2016). Ficamos presos no pensamento de que os gases produzidos pelas indústrias são os vilões para a destruição do ecossistema, entretanto, esquecemos que na produção de tecidos consumimos litros exorbitantes de água para a realização de apenas uma peça.

Pensando nisso, usamos como material base para desenvolver um estudo de caso sobre guarda-roupas compartilhados, a seleção de duas Empresas que utilizam peças de roupa como acervo de sua biblioteca viva, e fazem uso de mecanismos básicos da biblioteconomia para organização do acervo, para aquisição de peças e tendo o pensamento sustentável.

1.2 PROBLEMA

Durante a graduação, discutimos sobre o papel do bibliotecário frente a sociedade e também como a biblioteconomia ainda vive no escuro para muitos profissionais de outras áreas. Observamos que as funções desempenhadas pelos bibliotecários não se limitam às bibliotecas e, portanto, podem atuar com outros suportes além dos livros. Diante desta problemática, indaga-se qual seria o perfil do bibliotecário em um novo formato de biblioteca?

1.3 OBJETIVOS

De acordo com a questão levantada, a investigação foi desenvolvida a partir dos seguintes objetivos:

1.3.1 Objetivo geral

Apresentar a MODA como BIBLIOTECA, por meio de estudos sobre Empresas de Guarda-roupas Compartilhados visando identificar um outro perfil do bibliotecário.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Apresentar a moda relacionada à ideia de sustentabilidade;
- b) Expor Guarda-roupas compartilhados – identificar as semelhanças aos termos biblioteconômicos;
- c) Identificar a ampliação do perfil do bibliotecário.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho classifica-se sua pesquisa como exploratória, tendo como objetivo uma reflexão sobre as empresas MagMov e Betrendy, que atua como

guarda-roupas compartilhados, físico, com site, também no Instagram¹ e que leva em seu nome o título de biblioteca.

Segundo Gil:

Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que "estimulem a compreensão" (GIL, 2002 *apud* SELLTIZ *et al.*, 1967, p. 63).

Para a análise dos procedimentos, inicialmente foi realizado contato com **cinco** empresas para escolha daquela que seria realizada a coleta de dados por meio de questionário, visando conhecer detalhadamente os procedimentos adotados pelos administradores da empresa selecionada (priorizando o acervo). A expectativa também seria identificar o trabalho que poderíamos caracterizá-lo como serviço de referência dos funcionários responsáveis pelo acervo.

Cabe registrar que, dentre as cinco Empresas contatadas, três delas, Desateca, Roupateca e Blimo, não puderam participar da pesquisa, pois alegaram diferentes impedimentos, tais como, já estarem auxiliando outra pesquisa ou só poderiam participar após a contemplação de um de seus pacotes. Cabe ressaltar, que todas as Empresas foram contatadas por Direct (via Instagram), Whatsapp e e-mail, entretanto, apenas duas Empresas participaram do questionário: o MagMov e o Betrendy.

Entretanto, é necessário destacar que a maior motivação para a seleção das duas Empresas para a presente investigação, após análise em seus sites, foi a utilização da palavra BIBLIOTECA em sua nomenclatura, além da possibilidade de conhecer detalhadamente todos os processos do funcionamento da Empresa, pois em sua descrição, ainda fazem o uso de outros termos usados na área da Biblioteconomia. Consequentemente, a pesquisa fomentou o esperado interesse em analisar sobre a existência de bibliotecários em seu quadro de pessoal, ou a necessidade de sua existência.

¹ Rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários (MANOVICH, 2016).

Diante das respostas do questionário, foi priorizada a análise de dados com o objetivo de identificar o perfil do Bibliotecário que atua ou poderá participar como integrante da equipe, que trabalha no acervo de guarda-roupas compartilhados.

Portanto, para a apresentação da presente investigação, serão exibidos no Capítulo 2, um breve histórico da moda. Na ocasião, os autores Godart, Lipovetsky, Palomino, entre outros, estarão dialogando e apresentando um breve levantamento de épocas importantes na construção da moda. Em seguida, ainda no capítulo 2, faremos brevemente a apresentação de um novo formato de fazer moda com sustentabilidade, deixando de lado a necessidade de consumo. E por fim, explanaremos um pouco sobre a história da sustentabilidade para melhor contextualizar o tema.

Em referência ao Capítulo 3, de acordo com as pesquisas, embasaremos o nosso estudo de caso com os autores Leigeizamon, Benevenuti, Bittencourt, entre outros, com pesquisas que falam das ideias que levaram a construção dos guarda-roupas. Na ocasião, apresentaremos brevemente os sites das cinco Empresas de guarda-roupa compartilhados pontuando como foi o surgimento deles.

Detalharemos as duas Empresas referente ao estudo de caso sobre guarda-roupas compartilhados, o **MagMov**, que está localizado no Rio de Janeiro, com duas sócias e que tem um pensamento voltado para a mulher e na não necessidade de consumo exagerado e o **Betrendy**, enfatiza que conhecer o seu site “é ganhar um closet fora de casa”.

O Capítulo 4 será dedicado à identificação do novo perfil do bibliotecário, após a exposição de um breve estudo do que já temos como tradicionalmente consagrado referente ao perfil do bibliotecário, e posteriormente, apresentaremos os resultados da análise das respostas dos questionários, que traduz um novo formato de profissional, que poderá atuar com material e plataformas diferentes.

2 BREVE HISTÓRICO DA MODA

O surgimento do humano na história evolutiva está ligado à constituição do modo de vida em grupo, com o compartilhamento do espaço de habitação, alimentação, no cuidado e na preservação e proteção da espécie; surge o sistema social ou espaço relacional. (MATURAMA, 2014).

Espaços relacionais são os vários núcleos sociais a que pertencemos, nosso primeiro núcleo é a família e em seguida somos inseridos gradativamente em outros núcleos. Essas estruturas sociais são espaços de relacionamento e aprendizado dinâmico, com trocas de saberes e emoções.

A vida social segundo o filósofo francês Gabriel Tarde (1890) caracteriza-se por um princípio único que ele chama de “Repetição Universal”. É um fenômeno dinâmico que se manifesta sob três formas: A ondulação, a geração e a imitação. É importante ressaltar que na teoria de Tarde, esses formatos de repetição são ligados entre si, mas não são recíprocas e possuem graus de importância.

A Ondulação é o que Tarde chama de “elo social”, ligando os seres sociais entre si. Exemplificando é “uma pedra que cai no lajo” e “a primeira onda produzida repete-se e amplia-se até as bordas do lajo”. (TARDE *apud* GODART, 2010).

A segunda é a geração, trata-se da reprodução das entidades sociais. Pode ser compreendida como a produção de novas formas ou não. A imitação decorre de sua produção à distância, simultânea de um ponto de vista espacial e temporal. (TARDE *apud* GODART, 2010)

A vida social é composta de diversos fatores complexos que se entrelaçam; estabelecendo vínculos e transformando o cotidiano. Esses fatores são estabelecidos em áreas, que são: Políticos, econômicos, habitacionais, culturais, educacionais, crenças, artes, meio ambiente, trabalho e biológicos.

Os fatos que estudamos são todos, permitam-me a expressão, fatos sociais totais ou, se preferirmos – mas gostamos menos da palavra – gerais: quer dizer que eles mobilizam em certos casos a totalidade da sociedade e de suas instituições... e em outros casos somente um grande número de instituições. (MAUSS *apud* GODART, 2010)

O vestuário ou o modo de vestir-se advém de um longo processo histórico; pois é composta por elaborações de significados quando se trata estilos ou

identidades de grupos e de indivíduos. A transformação regular que caracteriza o modo de vestir está inserido no estudo universal das sociedades. (GODART, 2010).

O termo “moda” etimologicamente vem do latim *modus*, determina a “maneira de fazer”, compartilhando nesse caso o sentido do termo inglês *fashion*, que deriva do francês *façon* que na tradução “feito”, “modo”, “maneira”. A moda é, portanto, a maneira ou a forma de fazer alguma coisa, e em particular de vestir-se. (DICTIONNAIRE DE L’ACADÉMIE FRANÇAISE *apud* GODART, 2010).

Compreender a moda ou a forma de fazer vestimentas implica em compreender a mudança social. A forma de vestir-se provém da diversidade das práticas e das representações, das maneiras ou formas de fazer e de ver. (GODART, 2010).

Segundo a historiadora americana Vallerie Steele (1998), a moda não começou na França, e sim na Itália, onde esteve estritamente associada a emergência das cidades e de uma classe média ascendente... Da Itália, a moda moderna estendeu-se à corte de Borgonha, que foi chamado de o “berço da moda” (GODART, 2010).

Como explica outra historiadora americana, Sarah-Grace Heller (2007), que a moda surgiu nas cortes de Borgonha ou da Itália, nos séculos XIX ou XV, mais especificamente no período da “primeira modernidade”, ou seja, durante a renascença.

Outros pesquisadores divergem dessas datas históricas, e propõe outras perspectivas, como por exemplo o historiador Philippe Perrot (1981), aponta que a moda emergiu na Europa aproximadamente no ano de 1700, mas ele também identifica sinais percursos desde a idade média. Para Heller, é inútil procurar uma origem única da moda na sociedade, ela depende da maneira pela qual é definida e das perguntas dos que a estudam (GODART, 2010).

Ao estudar sobre o conceito e história da moda descobrimos diversos significados que entrelaçados caracterizam, a moda como um sistema que se apresenta com o vestuário e o tempo. “Ligada a uma evolução “moda não é só estar na moda”, moda é muito mais do que a roupa.” (PALOMINO, 2013).

Um termo utilizado em variados contextos, remetem a diferentes observações e posições da vida social do ser humano, ligando o velho e o novo, presente e passado. Sendo um material fantasioso e fazendo parte da construção cultural, com essa terminologia pode-se entender as mudanças do fenômeno social dos costumes, hábitos e gostos. Levando a relação de condutas de uma comunidade,

um grupo social, remetendo ao conceito de estruturação e divisão de classes agrupando os semelhantes e excluindo os diferentes. “Acreditamos que a moda é um espelho da sociedade, onde se manifesta a liberdade de expressão, sendo assim produção cultural de cada ser em particular dentro de suas classes”. (CALANCA, 2011). Para Bourdieu, as diferentes posições no espaço social correspondem estilos de vida, sistemas de desvios diferenciais que são a retradução simbólica de diferentes inscritas nas condições de existência. (BOURDIEU *apud* LAMOGLIA, 2017).

Segundo Karl Marx, a sociedade se divide em classes discriminadas em dominante, média e operária, acreditamos que a moda siga essa divisão. No decorrer da pesquisa bibliográfica encontramos escritos onde se é possível notar essa diferença de forma explícita².

Mas foi realmente no período da renascença que a moda apareceu e foi documentada. O capitalismo impulsionado nesta época, permitiu a criação de uma nova classe social – a burguesia – que reconsiderava a superioridade da aristocracia.

Os burgueses, classe então em crescimento, não hesitaram em expressar, por meio de seu vestuário e de seus acessórios luxuosos, sua força política, econômica e social. O início da moda, portanto, vincula-se às elites, à burguesia e à aristocracia, a imensa população está excluída desta transformação (KONIG *apud* GODART, 2010).

Na análise das estruturas sociais e dos símbolos, visto como a representação do capital social, a estruturação da moda onde a classe dominante sempre vai ser renovada pelo seu próprio povo e as classes mais baixas vivem e uma constante busca da ascensão, voltando essa procura para sua parte estética, no caso pontual ao que se refere ao seu vestuário.

Para Simmel (2014), fica clara essa divisão: pois as classes altas se apropriam da moda para se diferenciar das classes mais baixas, e quando elas conseguem ter acesso ao produto que antes era apenas imaginário, as camadas mais altas procuram se renovar para existir esse discernimento. E o acréscimo cultural de ambas as classes para esta sociedade construtora da moda, que é

² Dentre elas, destacamos a obra que disserta sobre a utilização de um vestuário como característica de uma classe social: STALYBRASS, 2008.

agregadora de valores e significados tanto para o singular como para o grupo. (SIMMEL, 2008).

É possível obter mais informações sobre estas diferenciações de classes na história da moda, de acordo com os segmentos que a dividem desde o início do século XIX: *haute couture* e *prêt-à-porter*.

Lipovetsky (2009) posiciona-se afirmando que a roupa simboliza a ascensão social por séculos, entretanto nos dias atuais precisa ser rápida. E vemos isso na divisão dos segmentos de modo que facilitou o acesso e dividiu mais as classes (LIPOVETSKY, 2009).

A *Hauter couture* nasceu junto com o inglês Worth, assim que o estilista abriu sua primeira *Maison* em Paris quando foi selecionado para fazer as roupas da Imperatriz Eugênia (1826-1920) mulher de Napoleão III (1808-1873). Originando o conceito de alta-costura, colocando o estilista como um exímio criador. Com isto, foi criada a diferenciação das temporadas, onde são lançadas as coleções de acordo com as estações do ano com dois lançamentos outono/inverno e primavera/verão, acompanhando o clima que prevalece nos hemisférios norte/sul. Nasceu os ateliês entre tantos outros estilistas. Antes deste acontecimento não se falava e nem tinha definido o conceito de moda. (PALOMINO, 2013).

O *Prêt-à-porter* teve seu nascimento na França em 1949 decorrente das guerras, deixando a alta-costura um pouco isolada, mas teve seu ápice na década de 60. O conceito *Prêt-à-porter* nos Estados Unidos da América do Norte foi lançado como *ready-to-wear*, os cidadãos gostavam de importar suas roupas da França.

Depois da crise de 1929 no período entre guerras o EUA começou a cobrar altos valores nos impostos de importação, com isto, o mais barato era o envio dos moldes onde foi criada novas técnicas para a produção e reprodução das roupas. Levando o nome de "Gradação" criando então a produção em série e de medidas pré-definidas pequeno, médio e grande. (Um de seus perdas está presente na diminuição da qualidade dos tecidos e na falta da exclusividade). Levando a uma momentânea decadência da alta-costura, e dando acesso as classes inferiores. (POLAMINO, 2013). Após a divisão de consumo é possível entender a fundo sobre a cadeia têxtil e as divisões não mais apenas pelas classes, mas por identidade e representação.

2.1 MODA COM SUSTENTABILIDADE

Após a facilitação no modo de fazer a roupa e no baixo custo, criou-se um número crescente de mercadorias em circulação e na constante “estagnação” da moda. Nota-se na diferenciação da moda com a do século passado, era crescente a visão na produção e a necessidade de encontrar maneiras para alavancar cada vez mais o público. Na atualidade existe um pensamento maior no consumo sem critérios ou necessidade, e usa-se como um entretenimento, como uma forma de combater o “tédio”.

Segundo o sociólogo Zygmunt Bauman “Não se entediar – nunca – é a norma da vida do consumidor”. Pode-se usar os antropólogos Mary Douglas e Bren Isherwood para dialogar sobre dois formatos que exemplificam o consumo. Colocam como barreiras e pontes, que podem unir ou separar. Como Simmel coloca, “socializantes” e “diferenciadores”. Fica mais evidente quando o indivíduo usa uma negação e uma afirmação, para delimitar uma identidade, como “não sou hippie porque sou um roqueiro”; o indivíduo se excluiu de um determinado grupo e adquiriu uma identidade social. Existe uma ideia mais incisiva de que o consumidor é instigado pelo seu prazer. (Svendsen, 2010).

Campbell enfatiza que a lógica cultural da modernidade não é somente a racionalidade instrumental, mas também a da paixão e do desejo... o consumidor pós-moderno projeta um gozo idealizado sobre os produtos cada vez mais novos, uma vez que os velhos e bem conhecidos perdem pouco a pouco sua capacidade de encantar. Como escreve Campbell, existe uma relação entre o incessante desejo de estimulação emocional do romântico e o desejo dos “objetos dos sonhos” do consumidor pós-moderno (SVENDSEN, 2010,p.131).

Friendrinch Schelgel (SVENDSEN, 2010, p.131), “quem deseja o infinito não sabe o que deseja”. A frase guia para uma discussão sobre o capitalismo romântico e o moderno, que encaixam nesse ponto. O capitalismo só continua na sua evolução com o amparo do consumidor, pois existe a necessidade de compra, existe carência de consumo de acordo com a sua dependência de novos produtos e ainda assim continuará com essa vontade de obter artefatos. Como se desejo nunca fosse extinto, a idealização de um produto nunca satisfeito.

Algumas das apreciações do consumo, levam ao pensamento da existência de pessoas ditadoras da moda, que elas decidem o que será a peça marca da nova

estação, assumindo o papel de uma grande ilusão. A quase cem anos atrás, na época de Paul Poiret, só dez por cento de uma coleção era aceita por seus consumidores, e existem outros tantos exemplos no segmento da moda. Nem sempre o que a imprensa da moda dita ou coloca em ascensão, agrada a massa de consumidores que compra. Com essa ideia, fica mais evidente as suposições de consumo por desejo ou “objetos dos sonhos” e não por condicionamento ditatorial. (SVENDSEN, 2010).

Existe um pensamento em que a moda do futuro servirá como um combatente dessa sociedade do consumo, um movimento contracultura atual. Segundo o autor André Carvalhal está surgindo uma nova revolução industrial, e vem ganhando força com as empresas, leis e consumidores conscientes. Todos em prol do pensamento coletivo e de um novo propósito para o futuro, em consumo positivo no entendimento da moda, como matéria-prima, modelos de negócio. O movimento cada vez mais empenha-se nesse novo formato de moda, em que foram criadas semanas de moda dedicadas ao pensamento sustentável (CARVALHAL, 2016).

Com o pensamento de revolução, tentam implantar e expandir os grupos para não ser levado como modismo e sim de fato uma mudança com o pensamento de desconstrução, reinventar e ultrapassar as barreiras imagináveis. (CARVALHAL, 2016).

Carvalhal (2016) divide duas etapas da moda uma em contraponto da outra segue abaixo:

REVOLUÇÃO INDUSTRIAL	NOVA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL
Expansão econômica e comercial	Expansão da consciência
Visão fragmentada	Visão holística
Volume	Qualidade

Extrativista	Recicladora
Linear	Sistêmica e cíclica
Energia fóssil	Energia renovável
Fast	Slow
Tempo humano	Tempo ecológico
Especialização do fazer	Valorização do ser
Oferta	Produção sobre demanda
Antropocêntrica	Rede
Tóxico	Seguro
Competitiva	Colaborativa
“Eles”	“Nós”
Alto impacto ambiental	Baixo impacto ambiental
Produção em massa	Customização em massa

Binária	Múltipla
Centralizada	Distribuída
Material	Imaterial
Mecanicista	Orgânica
Cartesiana	Rândomica
Poder sobre	Poder com

Fonte: “A moda como propósito” André Carvalhal, 2016. p. 304 e 305.

A moda está em constante mudança, mas há coisas que não se alteram. As rápidas modificações que ocorrem se referem, sobretudo, aos ornamentos e acessórios, enquanto que o alicerce do vestuário e as formas gerais continuam estáveis. A variação na moda atinge os elementos mais superficiais (LIPOVETSKY, 1989).

Na primeira revolução industrial foram adaptados novos formatos de produção, tanto que estudamos estes modelos na atualidade. Modelos mais tecnicistas, mecânicos e comportamentais que se estuda na área de gestão com a apresentação das Escolas, com elas entende-se o passo a passo dos processos. E acredita-se que esta nova revolução será efetiva, pois conseguem dar continuidade a geração de economia e uma interação maior com a revolução digital, acompanhando a indústria trazendo novos modelos de negócio, nas pesquisas e o aprimoramento das matérias-primas, dando outro tipo de relação com os consumidores com as marcas, trazendo para um novo formato de filiação. (CARVALHAL, 2016).

2.2 SUSTENTABILIDADE

No decorrer do século XX o homem começou a desenvolver uma relação de transformação com o planeta, modificando sua percepção e relação com a natureza e os danos ambientais (CAMARGO, 2002).

A iniciativa desse novo pensamento nasce da valorização da ecologia, explícitas na conscientização, percepção e sensibilização. Porém o pensamento da preservação da natureza não é prioridade só do século XX, existia essa conscientização em tempos passados por filósofos, santos cristãos, cientistas e pensadores do século XIX exaltavam a importância do cuidado pela natureza, em escalas menores, pois na atualidade temos as indústrias e as máquinas. (CAMARGO, 2002).

Segundo Gwilt (2011), uma das formas mais fáceis de entender a sustentabilidade é através do tripé: social, econômico e ecológico. Ou seja, deve haver equilíbrio entre os três aspectos. Por exemplo, um produto não pode ser considerado sustentável se tiver baixo impacto ambiental, baixo custo econômico, mas for fabricado com trabalho escravo. (GWILT *apud* ANICET; RÜTHSCHILLING, 2013)

A sustentabilidade é um assunto presente, que causa preocupações e foram desenvolvidas diretrizes e uma agenda de reuniões para discutir e planejar um programa de sustentabilidade, que abrange diversos setores como econômico, gestão de recursos naturais e educação, que teve seu início em 1992, na Reunião de Cúpula da Terra com a presença de 170 chefes de Estado e Governos. (SCHULTE; LOPES, 2008).

Desde a década de 90, e com a ISO 14000, o pensamento sustentável chegou à cadeia têxtil que passaram a introduzir o pensamento ambiental revendo seus processos para diminuir os danos ambientais, e esse pensamento vem sendo crescente, agregando nas pesquisas de modificações da matéria-prima, que no passado só utilizavam plantações de algodão, lã de animais, entre outros. Hoje é possível utilizar tecidos 100% ecológicos originado de fibras vegetais, com um tempo de decomposição infinitamente menor que outras fibras naturais (SCHULTE; LOPES, 2008).

3 GUARDA-ROUPAS COMPARTILHADOS

O consumo leva os consumidores à obtenção de um produto, mesmo que não exista a necessidade dele. Por mais que as peças tenham uma vida longa, são trocadas, pois existem novos modelos para ocupar o seu lugar. Esse consumo rápido não é visto com bons olhos por muitos no sistema da moda, mas vem sendo carregado por tempos devido o interesse industrial que os envolve (LEGEIZAMON; BENEVENUTTI; BITTENCOURT, 2016 *apud* SCHULTE; LOPES, 2008).

O consumo colaborativo pode aparecer de três formatos diferentes: sistemas de serviços de produtos, estilo de vida colaborativa e os mercados de redistribuição (NUNES, 2017 *apud* BOSTSWAN; ROGES, 2011). Neste trabalho falaremos apenas do estilo de vida colaborativa, refletido no compartilhamento de roupas.

Observou que o uso prévio da roupa, ao invés de desmerecer a peça, garantia-lhe a qualidade. Elas apresentavam um estado de conservação aceitável, em quanto que roupas novas não permaneciam com esta qualidade visível por muito tempo embora tivesse preços similares. Para um grupo de consumidores a aquisição de roupas novas beira o desperdício de dinheiro. Uma sensação de otimização dos recursos é sentida na aquisição, já que busca garantir que as peças sejam efetivamente utilizadas e não fiquem somente guardadas no guarda-roupa (LEGEIZAMON; BENEVENUTTI; BITTENCOURT, 2016).

Segundo Manzini; Vezzoli (2008), um dos caminhos para a sustentabilidade na produção ou diminuição do consumo exagerado é através do compartilhamento levando a redução da quantidade de unidades e do descarte gerado tornando obsoleto por sua estética ou tecnologia. (LEGEIZAMON; BENEVENUTTI; BITTENCOURT, 2016). A ideia de compartilhamento por guarda-roupas compartilhados, tem essa ideia da compra o benefício de ter um produto sem ter que comprá-lo por definitivo (BOSTMAN; ROGES, 2011).

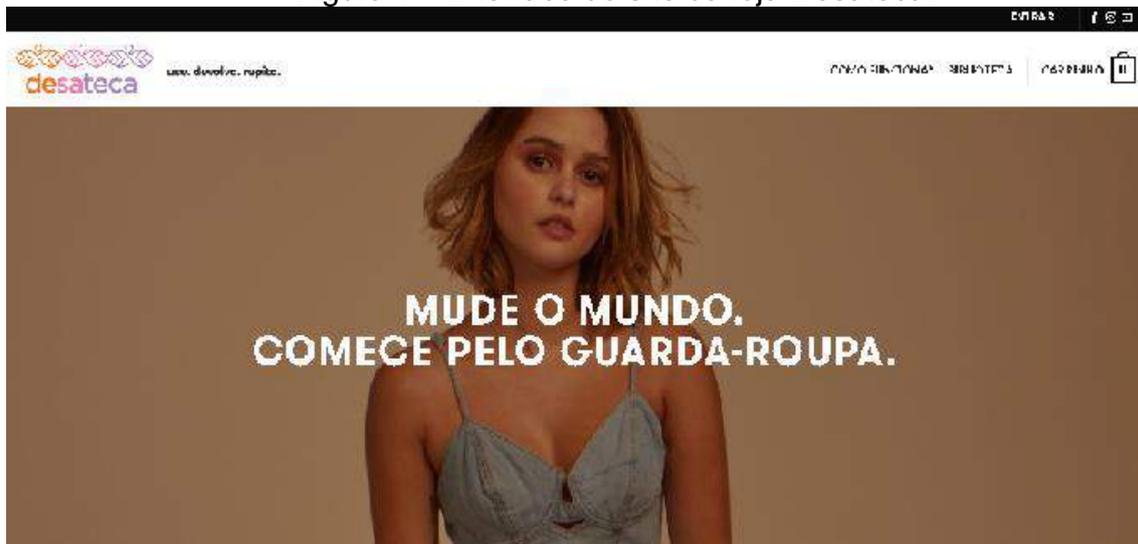
Conforme Belk (2007), o compartilhamento é um comportamento culturalmente aprendido e pode ser colocado em prática em momentos de excesso ou escassez de recursos. O autor explica que é muito mais fácil de serem compartilhados bens imateriais, especialmente em formato digital, já que o compartilhamento destes não incorre no risco de perda (LEGEIZAMON; BENEVENUTTI; BITTENCOURT, 2016).

Neste capítulo serão apresentadas as Empresas que oferecem os serviços de guarda-roupas compartilhados: DESATECA; ROUPATECA; BLIMO; BETRENDY e MAGMOV. Entretanto, destacaremos as Empresa MAGMOV e Betrendy.

DESATECA

A Desateca é o guarda-roupa compartilhado do brechó desapegue. O brechó nasceu em 2016, em uma garagem de vitória – ES, mas com um sentimento de crescimento, no mesmo ano deixou a garagem e foi para uma loja física não perdendo sua identidade de brechó. Ainda empolgadas e com sede crescimento, em 2018 o desapegue expandiu para a Praia do Canto, ganhou as redes e teve filhos. Tendo não só o brechó, mas o Desateca (Guarda-roupa compartilhado) e a loja compartilhada com exposições de marcas locais (DESAPEGUE, 2018).

Figura 1 – Interface do site da loja Desateca.



Fonte: Desateca (2018).

Destacando o Desateca, que funciona com assinatura mensal garantindo ao usuário o acesso a todas as roupas da biblioteca compartilhada. Enfoque do guarda-roupa é a diferenciação de cores, tamanhos, peças e histórias, com o objetivo de um consumo consciente. As assinaturas mensais são chamadas de plano minguate, crescente e nova, com diferença de número de peças de empréstimo e valor. Para o empréstimo o usuário entra na biblioteca, seleciona o dia de aquisição e já fica aparente a data de devolução, finaliza a reserva, após a devolução ele já pode repetir o processo ou a peça (DESATECA, 2018).

ROUPATECA

Figura 2 – Interface do site da loja Roupateca



Fonte: Roupateca (2018).

Por meio de uma entrevista na Revista Circuito (2016), identificamos que o Roupateca foi idealizado por Daniela Ribeiro e Nathalia Roberto em 2014, atualmente situado no bairro de Pinheiro em SP, chegaram ao formato guarda-roupa compartilhado com a intenção de mudar o formato de se trabalhar com moda. Antes do Roupateca, elas possuíam um bazar como o nome de “Entre nós”, mas ainda sentiam-se inconformadas por existir a compra das peças, e procuraram novos formatos que já são febres na Europa e nos Estados Unidos. Montaram a Roupateca.

Segundo o Blog Garimpo (2016) “A ideia de compartilhar roupas não tem nada a ver com brechó nem aluguel de peças, a Roupateca funciona mesmo como uma biblioteca de roupas”, com peças de descartes de clientes, marcas nacionais e internacionais como: Osklen, Maria Bonita, Cristian Dior, *Zadig e Voltaire*, entre outras. (HYPENESS, Com assinaturas mensais sem limite de peças por mês e sim por vez a Roupateca vem crescendo ano após ano, com a necessidade de espaço em 2018, mudaram de endereço saindo do *House of All* e montando a Casa Roupateca.

BLIMO - BIBLIOTECA DA MODA

Figura 3 – Interface do site da loja Blimo

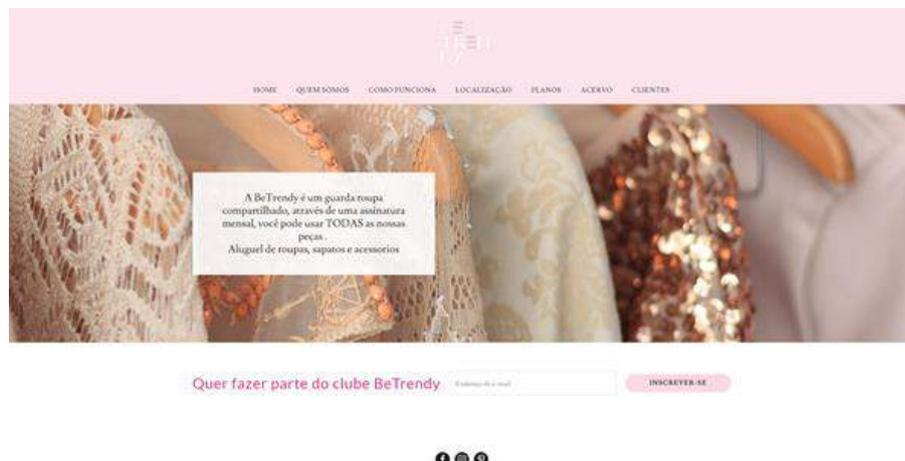


Fonte: Blimo (2018).

A Jornalista Marine Salerno é uma das idealizadoras da BLIMO – Biblioteca de Roupas, alocada na Vila Madalena em SP e atualmente em Santos. A Blimo nasceu da inspiração em uma biblioteca de roupas holandesa. Salerno conta que achou o conceito inovador, acrescenta que no acervo são adquiridas peças novas, podendo ser piloto ou de *showrooms* (EL PAÍS, 2017). Dispondo de peças que são compartilhadas por meio de assinatura mensal, podendo utilizar todas as roupas do acervo. Fazem analogia desta troca como um netflix de roupas. (BLIMO, 2018).

BETRENDY

Figura 4 – Interface do site da loja Betrendy

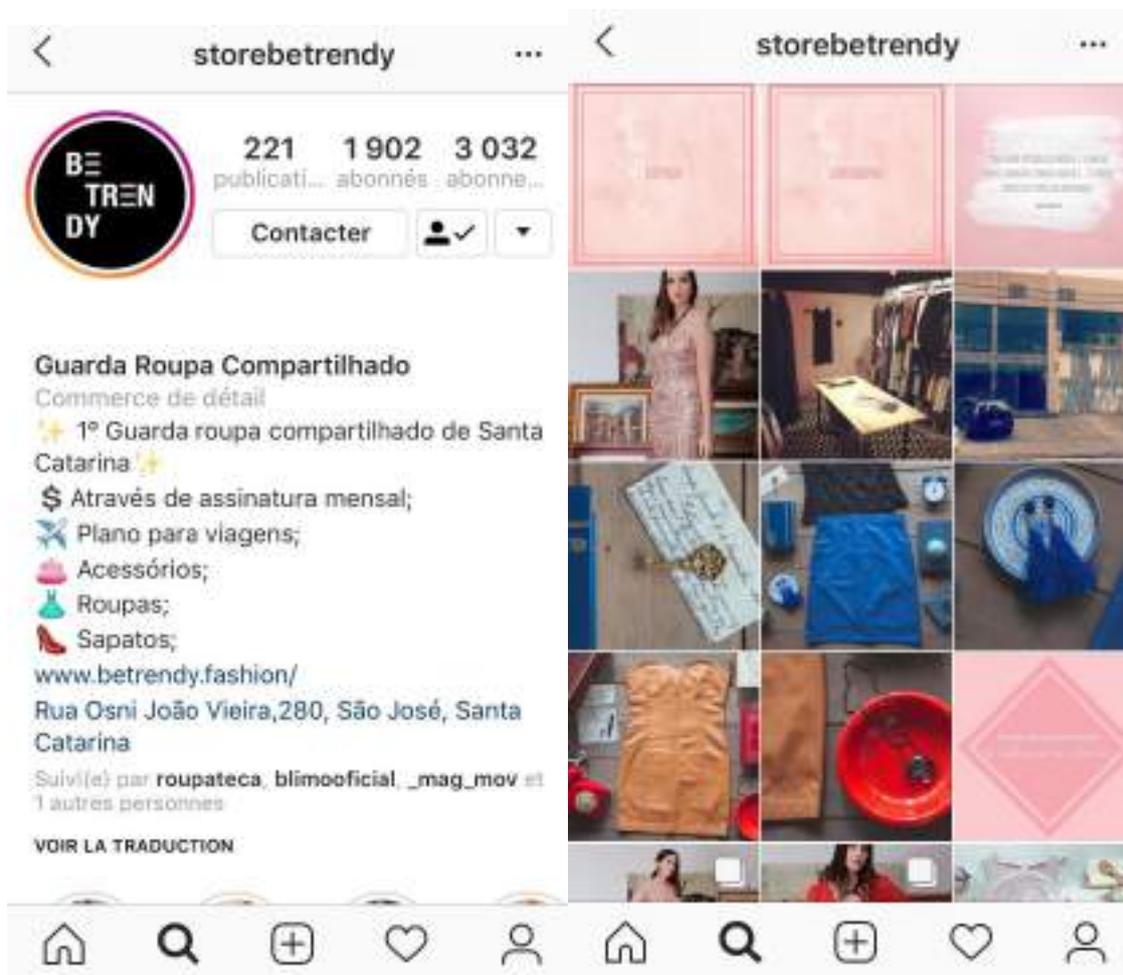


Fonte: Betrendy (2018).

Marcella Xavier começou a planejar a Betrendy no início de 2018, situada em Florianópolis e a partir do dia 10 de novembro ocupou seu espaço físico. A CEO do guarda-roupa sentiu vontade de fazer algum projeto com significado maior para moda, formada em Design de Moda, idealizou a Betrendy a um ano e veem crescendo. (XAVIER, 2018).

O Betrendy funciona como uma mensalidade mensal sem limite para aquisição, podendo ficar com a peça por até 10 dias ou pegar um *look* novo todo dia (BETRENDY, 2018).

Figura 5 – Interface do Instagram da Betrendy



Fonte: Instagram (2018).

Figura 6 – Interface do site da loja MagMov



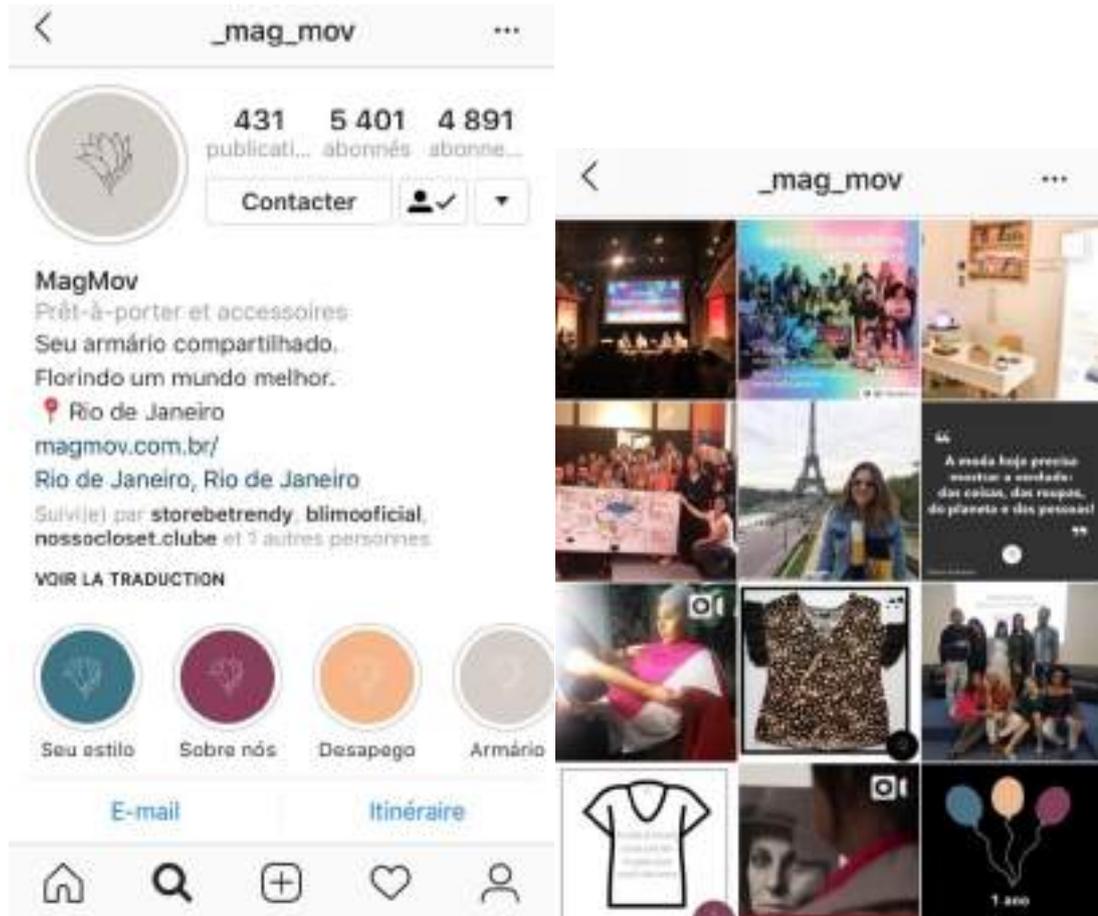
Fonte: MagMov (2018).

Mag é a forma carinhosa para chamar o armário compartilhado, que tem o nome de Magnólia. Com inspiração na flor magnólia, da música de Jorge Bem e da vontade de fazer roupa com alma. Mag surgiu na ideia de que “Mulheres felizes se vestem de si”, e com o entendimento de que já existe muita roupa no mundo.

Tendo Rafa Garcia e Sasa Gontijo como idealizadoras do guarda-roupa compartilhado e situado no Rio de Janeiro, o MagMov é como a extensão do seu armário, como um netflix com três tipos de assinatura closet, personalizado e viagem. Possuem uma diferença de preço e peças que são emprestadas por dias determinados.

O armário é separado por tipos de peças, tamanho, cor e pontos. Pode-se destacar que cada pacote possui uma pontuação, e isso influencia na aquisição das peças (MAGMOV, 2017).

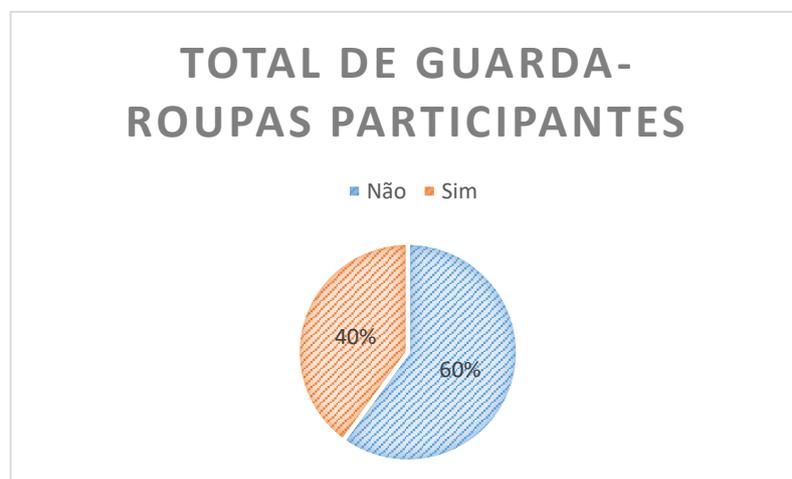
Figura 7 – Interface do Instagram da MagMov



Fonte: Instagram (2018).

Devido a termos conseguido fácil acesso à empresa MagMov e Betrendy, optamos por selecioná-las para a utilização da metodologia proposta e posterior análise de dados, contribuindo assim para o objetivo geral da presente investigação.

Figura 8 – Gráfico Guarda-roupas participantes



Fonte: A autora (2018)

3.1 – MAGMOV E BETRENDY

Diante do exposto as Empresas **MagMov** e **Betrendy** foram contatadas e aceitaram ser o objeto de estudo do presente trabalho. Portanto, optou-se pela aplicação do questionário (Apêndice B) aos idealizadores do guarda-roupa compartilhado. Nesta análise, não foram feitas visitas aos espaços físicos, tendo como principal motivo a necessidade de análise de seu funcionamento e contato exclusivamente pela internet.

A pesquisa baseia-se nas respostas adquiridas, no site e instagram das empresas. A primeira comunicação foi feita por direct (via instagram) e os questionários enviados por e-mail, utilizando a ferramenta do google formulário. A pesquisa destaca esse novo formato de biblioteca, e como a biblioteconomia estende-se para além das barreiras dos livros preservando sua particularidade.

Na entrevista a MagMov, quem participou foi a Rafaela Garcia sócia fundadora, formada em administração e também é consultora de estilo com 31 anos, estando neste cargo a um ano, compartilhando suas atividades com sua sócia (o nome não foi divulgado) que é formada em engenharia.

Garcia disse que a ideia de montar o guarda-roupa surgiu com a experiência de vida dela, que sempre teve o hábito de consumo, a ponto de ser consumista compulsiva. Em todo esse tempo a fundadora acumulou muitas roupas, pois não gostava de repetir peças. A partir da iniciativa de fazer um diferencial somado à vontade de reformar e inovar de sua sócia, criaram a loja, com foco em mulheres na faixa de 25-35 anos com o objetivo de priorizar o olhar delas sobre a moda. Além de ser um espaço para aquisição e devolução de novas peças, o MagMov é um ambiente de troca de informação, com workshops sobre estilo, consultoria de estilo e consumo consciente.

Figura 9 – Seu estilo MagMov



Fonte: Site MagMov (2018).

Quando perguntada o motivo pelo qual muitas empresas deste ramo se auto intitulam de “Biblioteca” de Roupas, Rafaela disse: “que elas não utilizam esta nomenclatura, mas o setor sim, por causa da dinâmica de empréstimo”.

Neste momento, aproveitamos a oportunidade para tratar sobre os termos da área de bibliotecas, principalmente para conhecer os métodos de organização utilizados no acervo. Na ocasião, justificaram o uso de planilhas e explicaram que o site separa as peças para facilitar sua pesquisa, portanto não pesquisaram técnicas da biblioteconomia para facilitar na busca das peças.

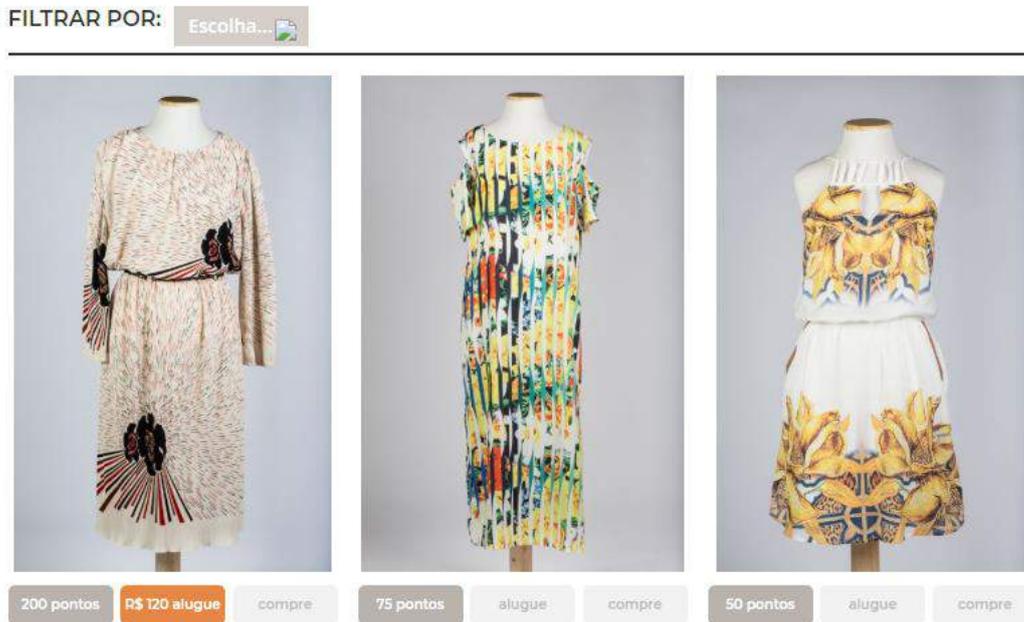
Figura 10 – Armário MagMov

TIPO	TAMANHO
Todas	34
Mais Curtidos	36
Acessórios	38
Blusas	40
Bolsas	42
Calças	44
Casacos	46
Coletes	48
Festa Chique	50
Festa Simples	G
Macacões	GG
Saias	M
Saldão	#
Shorts	pp
Vestidos	Único

COR	PONTOS
Amarillo	
Azul	
Bege	
Branco	
Cinza	
Coral	
Dourado	
Estampado	25 Pontos
Laranja	50 Pontos
Marron	75 Pontos
Preto	100 Pontos
Rosa	200 Pontos
Roxo	250 Pontos
Talha	
Verde	
Vermelho	
Vinho	

Fonte: Site MagMov (2018).

Figura 11 – Armário MagMov



Fonte: Site MagMov (2018).

Em relação ao mecanismo de referência que acredita-se ser adotado no guarda-roupa compartilhado, a administradora explica que o método adotado é o similar ao da Netflix, que funciona como um serviço que recomenda peças de acordo com o histórico de cada cliente, utilizando filtros que estudam o gosto de cada um.

Figura 12 – Como funciona



Fonte: Site MagMov (2018).

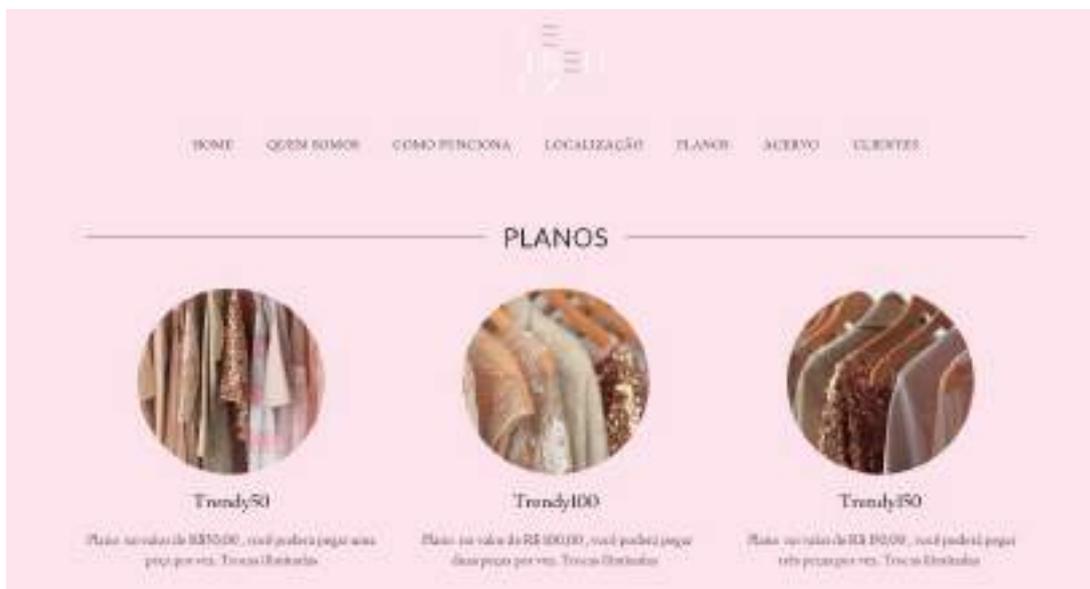
Figueiredo (1996), afirma que:

As tendências futuras, realmente apontam para o serviço de referência e informação online sugerindo cada vez mais a utilização de recursos tecnológicos para a disseminação de informações as bases de dados computadorizadas, que já estão ocasionando o cancelamento de assinaturas de periódico, substituídas por base de dados online, pagas conforme a frequência e o uso, e a implementação de vídeo texto e tele texto, o oferecimento de disseminação seletiva da informação online.

No guarda-roupa Betrendy, localizada em Florianópolis, quem respondeu o questionário, foi a CEO (*Chief Executive Officer*) Marcela Xavier, que assumiu este cargo a um ano. Com 30 anos de idade, comanda a empresa sozinha, sendo formada em Design de moda e com experiência em produção de moda, contando com o auxílio de algumas parceiras. Cabe ressaltar que a própria não discriminou as funções que desempenha na Empresa.

A diretora contou um breve relato de sua trajetória iniciada em 2018 com um forte crescimento, identificado mesmo em tão pouco tempo, sendo possível a abertura de uma loja física. Não possui um público específico e também não possui dados significativos para traçar a identificação. Como os outros armários, a Empresa possui assinatura mensal para o empréstimo de roupas, mas o diferencial é a possibilidade de alugar apenas alguns itens sem ter o compromisso mensal. Além disso, dispõe do auxílio à consultoria de imagem.

Figura 13 – Pacotes do guarda-roupa Betrendy

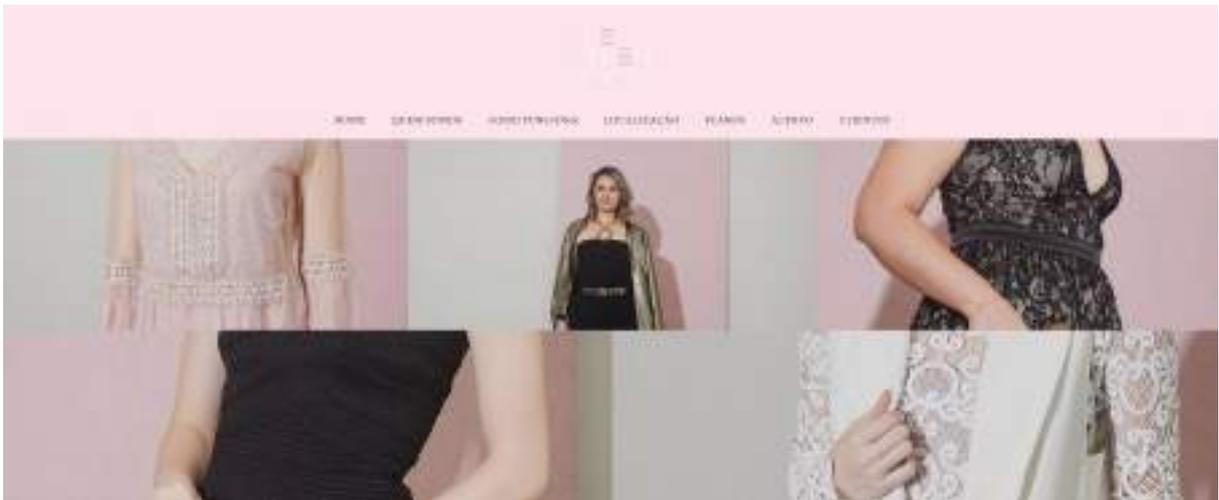


Fonte: Site Betrendy (2018).

Ainda assim, na descrição da loja, a fundadora nos detalhou algumas marcas que compõem o acervo, dentre elas está: Animale; Le Lis Blanc; Mango, e eles abrem espaço para empresas de pequeno porte.

Diferente da empresa MagMov, a Betrendy utiliza no nome de Biblioteca de Roupas, e compartilha do nome com tantas outras da área, pela dinâmica de empréstimo e devolução. Faz-se uso da nomenclatura de biblioteca, mas Marcella esclareceu que não pesquisou técnicas de biblioteconomia para a organização das roupas e que a própria desenvolveu seu próprio método, este que não foi especificado. Por fim, destacando o questionário, a entrevistada não sabia as funções do serviço de referência.

Figura 14 – Fotos do acervo no site



Fonte: Site da Betrendy (2018).

Por fim, em se tratando de analisar o perfil do bibliotecário em empresas que funcionam como guarda-roupa compartilhado, após o conhecimento de toda sua estrutura e o pensamento de suas fundadoras, foi perguntado sobre a necessidade de bibliotecários e o que elas acreditavam ser o papel do profissional dentro da instituição. Rafaela (do MagMov) nunca pensou em contratar um profissional da informação atualmente, pois a empresa é de pequeno porte e elas precisam de profissionais generalistas e ainda não possui um capital bom para investir em um equipe com especialistas, mas acredita que alguém com tais funções iria ser imprescindível para a instituição ganhar corpo na parte de organização e planejamento do acervo.

A diretora executiva da Betrendy foi muito sucinta em suas respostas não acrescentando muito para a pesquisa na parte que perguntamos sobre o profissional de biblioteconomia em um guarda-roupa compartilhado, respondendo que nunca havia pensado em contratar para a sua empresa, logo em seguida afirmou que um bibliotecário traria muitos benefícios, contudo não estendeu muito suas explicações e não detalhou quais funções atribuiria a eles.

4 O NOVO PERFIL DO BIBLIOTECÁRIO

O profissional da biblioteconomia existe no mundo antes da Biblioteca de Alexandria, mas sua percepção para os usuários como para outros profissionais ainda está bem limitada à biblioteca e à organização de livros, mesmo que a profissão tenha sido ampliada e tomou tantos outros caminhos, e ainda sim não perdendo suas habilidades primárias.

Segundo Araripe (1998, citado por Soares, 2010, p. 16):

a) Desenvolver suas práticas profissionais em espaços determinados: bibliotecas e centro de documentação; b) possuir interesse no tratamento e disseminação de informação impressa em suportes tradicionais; c) ter espírito crítico e bom senso; d) timidez no uso das tecnologias de informação (ou nenhum tipo de uso de tecnologia); e) ter pouco ou nenhum domínio de línguas estrangeiras; f) possuir expertise nos saberes biblioteconômicos; 16 g) preocupar-se no armazenamento e conservação das coleções de documentos e objetos; h) ter pouco interesse na educação continuada; i) participar timidamente em políticas sociais, educacionais, científicas e tecnológicas. j) possuir uma personalidade tímida, ser pouco comunicativo, ter atitudes retrógradas, possuir a necessidade de restringir o acesso às informações e a ser inseguros nas tomadas de decisões.

O bibliotecário dispõe do entendimento sobre a importância da disseminação da informação e carrega como base para o seu trabalho fazendo a ponte entre informação e o usuário, acrescentando a habilidade de organização dos materiais (SOARES, 2010).

O que podemos chamar de bibliotecário tradicional, encontra-se muito limitado a ser um cuidador dos livros, com sua formação voltada para a catalogação dos itens, limitado aos conhecimentos das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Consequentemente, dedicando seu trabalho exclusivamente a suporte físicos, organização de material e orientação de pesquisas (SOARES, 2010).

Segundo Castro (2000, p.9, citado por Soares, 2010), os bibliotecários modernos tendem a:

a) Possuir atitudes gerenciais proativas; b) ter interesse no tratamento e disseminação de informação, independente do suporte físico; c) ter espírito crítico e bom senso; d) possuir conhecimento profundo dos recursos informacionais disponíveis e das técnicas de tratamento da documentação com domínio das tecnologias mais avançadas; e) ter domínio de línguas estrangeiras; f) possuir domínio dos saberes biblioteconômicos e áreas afins; g) preocupar-se com a análise, comunicação e uso da informação; h) ter grande interesse no processo de educação continuada; i) Participar ativamente nas políticas sociais, educacionais, científicas e tecnológicas.

O que podemos começar a construir como um bibliotecário moderno, advém das habilidades técnicas e tradicionais de guardião dos livros, mas também o desenvolvimento de suas habilidades com as Tecnologias de Informação e Comunicação, com domínio de recursos informacionais e a parte administrativa das Unidades de Informação, sabendo ainda a importância de oferecer seus serviços e obter o resultado de seus usuários (SOARES, 2010).

O profissional moderno sabe a importância do aprimoramento e da continuidade do estudo, transformando-se cada vez mais capacitado. Sendo conhecedor de todo seu campo de atuação na sua instituição e estando apto para conversar com outros setores. (SOARES, 2010).

Segundo Mueller (1989):

Os traços marcantes do perfil do profissional que atua nessas bibliotecas são muito semelhantes aos do professor, cuja preocupação não é fornecer informação propriamente dita, mas orientar pessoas na aquisição de conhecimentos e prepará-las para que possam, sozinhas, buscar informações sempre que precisarem. A aceitação da responsabilidade do bibliotecário na educação popular implica, necessariamente, uma bagagem de conhecimentos e atitudes voltadas para isso.

Portanto, com a presente pesquisa, apesar das Empresas estudadas nem terem previsto a participação do bibliotecário ou da utilização das normas técnicas da biblioteconomia, abrem-se oportunidades para a identificação da participação do bibliotecário em diferentes plataformas e na atuação com outras áreas informacionais, tais como a moda.

Destaca-se que a curiosidade de uma estudante da graduação em biblioteconomia, em relação ao funcionamento das Empresas de Guarda-roupas Compartilhados, despertou o interesse das empresárias em também conhecer a área como uma inovadora parceira na oferta de seus serviços com qualidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o intuito de demonstrar novos caminhos que utilizam nomes e formatos de diversas áreas da Biblioteconomia, os participantes da pesquisa confirmaram que existe a possibilidade de um campo com formato, mas com uma dinâmica diferente para o bibliotecário, criando um novo paradigma para a atuação e a modificação da instituição de serviço.

Diante de todo o caminho trilhado, percebe-se que a estrutura e o pensamento de revolução na moda, assemelha-se como a de uma biblioteca. Durante toda a graduação, escuta-se que a biblioteca não é só um espaço de arquivamento da informação, mas um ambiente político e de constante crescimento e que tem o dever de retorno e acessibilidade para toda a sociedade.

Identifica-se, que o Guarda-roupa Compartilhado ou Biblioteca de Roupa, seguem critérios semelhantes, além de um modelo inovador que pensa em benefícios sustentáveis, em um modo diferente de gerenciar a economia, pensam também na informação como chave para o seu crescimento, possuem interação diária em seu instagram, e levam workshops para dentro de suas estruturas e suas consultorias de imagem.

Como resultado da investigação, percebe-se que muitos não estudaram normas técnicas da área da biblioteconomia para o aperfeiçoamento de alguns mecanismos utilizados, porém carregam a organização e disseminação da informação como seu norte, mostrando que as áreas se completam e comprovam que o profissional pode reinventar seu ambiente de trabalho e aperfeiçoar suas técnicas a novos suportes.

Este tipo de pesquisa contou com características interessantes que não devem ser desconsideradas. A primeira, diz respeito à motivação pelo tema e a opção pela busca por variedades de Empresas; infelizmente, a segunda diz respeito ao risco de apenas duas das cinco Empresas terem aceito participar das entrevistas. A ousadia foi ter dado continuidade à investigação para conseguir alcançar os objetivos.

Outrossim, destaca-se a iniciativa (do desenvolvimento da pesquisa) tendo, ao final das entrevistas, provocado um novo olhar, por parte das empresárias, sobre a possibilidade de elaborar maior organização para a oferta de seus serviços.

Por fim, este trabalho pretende contribuir para as pesquisas sobre a moda, sustentabilidade e Bibliotecas de Roupas, como uma fonte inovadora de informação.

REFERÊNCIAS

- ANICET, Anne; RÜHSCHILLING, Evelise Anicet. **Relações entre moda e sustentabilidade**. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Sustentabilidade/Relacoes-entre-moda-e-sustentabilidade.pdf>> Acessado em: 04 de julho de 2018.
- BETRENDY. **Site Betrendy**. Disponível em: <<https://betrendy.fashion/acervo>> Acessado em: 24 de novembro de 2018.
- BIBLIOTECA DE MODA. **Site Biblioteca de Moda** Disponível em: <<https://www.blimonline.com.br/>> Acessado em: 16 de outubro de 2018.
- BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é Meu é Seu: Como o Consumo Colaborativo vai Mudar o nosso Mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. São Paulo: Senac, 2011.
- CAMARGO, Ana Luiza de Brasil. **As Dimensões e os desafios do desenvolvimento sustentável: Concepção, entraves e implicações à sociedade humana**.2002. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/82981/182356.pdf;jsessionid=56EF9775A469DAC791D3B87FA93FDB7B?sequence=1>> Acessado em : 04 de julho de 2018.
- CARVALHO, Rosilene Gomes de. **Africanidade e simbologia: A relevância do valor Informacional histórico e cultural dos tecidos no viés da Biblioteconomia**. Monografia. Rio de Janeiro, 2017.
- DESAPEGUE. **Site desapegue**. Disponível em: <<https://desapegue.cc/>> Acessado em: 06 de novembro de 2018
- DESATECA. **Site Desateca**. Disponível em: <<https://desateca.com>> Acessado em: 16 de outubro de 2018.
- FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Textos avançados em referência & informação**. São Paulo: Polis: Associação Paulista de Bibliotecários, 1996. 124 p.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2002.
- GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo, 2010.
- LAMOGLIA, Adriana Fátima. A Moda como elemento de distinção e imitação na contemporaneidade. **Revista Espaço Acadêmico**, n. 191, p. 145-155, Abril, 2017.
- LEGUIZAMOS, Sabine Jackelinne; BENEVENUTTI, Valdésio; BITTENCOURT, Evandro. **Pesquisa de mercado sobre a aceitação do uso de roupas**

compartilhadas pelo consumidor Joinvilense. 2016. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos16/10224201.pdf>> Acessado em: 04 de julho de 2018.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero.** São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MAGMOV. **Site MagMov.** Disponível em: https://www.magmov.com.br/?gclid=Cj0KCQiAlIXfBRCpARIsAKvManxTf2GVlhl1LGgCR9soLfA5mMAzHB3kRankHPJuBWYoyXbSa6WTpSkaAln2EALw_wcB&gclid=Cj0KCQiAlIXfBRCpARIsAKvManxTf2GVlhl1LGgCR9soLfA5mMAzHB3kRankHPJuBWYoyXbSa6WTpSkaAln2EALw_wcB> Acessado em: 06 de novembro de 2018.

MANOVICH, Lev. **Instagram and Contemporary Image.** 2016. Disponível em: http://manovich.net/content/04-projects/091-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-1/lm_instagram_article_part_1_final.pdf> Acessado em: 18 de novembro de 2018.

MATURANA, Humberto. **A Ontologia da Realidade.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

MASTROCHIRICO, Ana. Roupateca: Guarda-roupa compartilhado em SP. **Blog Garimpo.** Disponível em: <https://www.garimpomag.com/2016/11/06/roupateca-guarda-roupa-compartilhado/>> Acessado em: 24 de novembro de 2018.

MENDONÇA, Heloísa. Compartilhar, a moda que veio pra ficar. **EL PAÍS.** Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/01/09/economia/1483984486_528116.html> Acessado em: 24 de novembro de 2018.

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. **Perfil do bibliotecário, sérvios e responsabilidades na área da informação e formação profissional.** 1989. Disponível em: http://www.brapci.inf.br/_repositorio/2011/07/pdf_aa5a44ef6f_0017684.pdf> Acessado em: 17 de novembro de 2018.

NUNES, Brunella. Roteiro Hypeness: conheça a roupateca, um guarda-roupa comunitário cheio de peças bacanas em SP. **Blog Hypeness.** Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2016/02/roteiro-hypeness-conheca-a-roupateca-um-guarda-roupa-comunitario-cheio-de-pecas-bacanas-em-sp/>> Acessado em: 24 de novembro de 2018.

NUNES, Nathália Rispoli. **Motivação para prática do consumo colaborativo: Um Estudo de caso sobre armários coletivos.** 2017. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/178674>> Acessado em: 04 de julho de 2018.

PALOMINO, Erika. **A Moda.** São Paulo: Publifolha, 2013.

REVISTA CIRCUITO. Guarda-roupas compartilhados conquistam adeptos. **Revista Circuito**. Disponível em: <<http://www.revistacircuito.com/arquivos/17692>> Acessado em: 24 de novembro de 2018.

ROUPATECA. **Site Roupateca**. Disponível em: <<http://aroupateca.com/>> Acessado em: 16 de outubro de 2018.

SIMMEL, Georg. **A mulher e a moda**. 2008. Disponível em: <http://www.lusosofia.net/textos/simmel_georg_a_mulher_e_a_moda.pdf> Acessado em: 04 de novembro de 2017.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana. **Sustentabilidade ambiental: Um desafio para a moda**. 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/5140/514051713006/>> Acessado em : 04 de julho de 2018.

SOARES, Diogo Alves. **O perfil do bibliotecário: enfoque nos profissionais de bibliotecas públicas**. 2010. Disponível em: <<http://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/468/1/TCC...%20Diogo.pdf>> Acessado em: 04 de julho de 2018.

STALYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor**; tradução de Tomaz Tadeu. - 3. ed. - Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

SVENDSEN, Lars. **Moda: Uma Filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

MASTROCHIRICO, Ana. Roupateca: Guarda-roupa compartilhado em SP. **Blog Garimpo**. Disponível em: < <https://www.garimpomag.com/2016/11/06/roupateca-guarda-roupa-compartilhado/>> Acessado em: 24 de novembro de 2018.

APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) a participar como colaborador (a) do trabalho de conclusão do curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que tem como objetivo a construção do perfil de um bibliotecário atuante no modelo de negócio de economia compartilhada, titulado de Guarda-roupa compartilhado.

Você responderá algumas questões referentes, a construção da ideia de empreendimento e do conhecimento das áreas correlatas, para isso, pedimos que responda com plena sinceridade, sem deixar questões em branco (sem resposta). Informamos que estas questões não produzem qualquer tipo de constrangimento, nem dano algum aos participantes. Os dados serão analisados e irão compor uma parte relevante da referida pesquisa que poderá ser publicada após a conclusão.

Por fim, garantimos que os participantes não serão identificados, tendo sua identidade mantida no mais absoluto sigilo, mas as lojas serão identificadas, caso a empresa não esteja de acordo, por favor sinalize no campo destinado. Desde já agradecemos sua disponibilidade em participar da pesquisa.

Alexandra Botelho Cardoso da Silva – alexandra.botelhoc@gmail.com

Graduanda em Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação – UFRJ

APÊNDICE B – Questionário

Participante, agradecemos a atuação em nossa pesquisa.

- 1 – Qual o nome da empresa em você atua?
- 2 – Qual o cargo que você desempenha?
- 3- Qual a sua idade?
- 4- Quanto tempo está no cargo?
- 5- Como surgiu a ideia de montar um guarda-roupa compartilhado? Em qual ano?
- 6- Quais profissionais trabalham atualmente na empresa?
- 7- Vocês possuem um público específico? Qual?
- 8- Além da economia colaborativa e da moda sustentável, em sua opinião, quais outros benefícios do guarda-roupa compartilhado?
- 9- Há outros serviços além do empréstimo?
- 10- Quais marcas compõem o acervo?
- 11- O que motivou a empresa a se titular uma "Biblioteca de roupas"?
- 12- Vocês utilizam alguma técnica de organização do acervo?
- 13- Na criação, vocês realizaram pesquisas técnicas de biblioteconomia?
- 14- Você saberiam explicar o que é um serviço de referência?
- 15- Já pensaram em ter um(a) bibliotecário(a) na equipe? Caso sim, qual função seria destinada a ele(a)?
- 16 - Vocês acreditam que um(a) bibliotecário(a) especialista em moda acrescentaria na empresa?