

A MODA NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM DESIGN DO RIO DE JANEIRO

FASHION IN UNDERGRADUATE DESIGN COURSES IN RIO DE JANEIRO

CHRISTO, Deborah Chagas; Doutora em Design; UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

deborahchristo@eba.ufrj.br

SABRA, Flávio Glória Caminada; Doutor em Design; IFRJ – Instituto Federal do Rio de Janeiro – Campus Belford Roxo

flavio.sabra@ifrj.edu.br

DIAS, André Monte Pereira; Doutor em Artes Visuais; IFRJ – Instituto Federal do Rio de Janeiro – Campus Belford Roxo

andre.dias@ifrj.edu.br

Resumo

Em 2004, o MEC propôs que os cursos de nível superior de Moda e Estilismo se adequassem às Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de graduação em Design. Isto provocou mudanças nestes cursos, mas também institucionalizou a inclusão da moda como mais um dos conteúdos programáticos dos cursos de design. Este artigo apresenta a pesquisa “A moda nos cursos de Design do Rio de Janeiro” que tem como objetivo investigar como se dá atualmente o ensino da criação e desenvolvimento de produtos de vestuário vinculados à noção de moda nos cursos de graduação em Design do Rio de Janeiro. Neste artigo são apresentadas uma contextualização destas transformações e os resultados preliminares desta pesquisa.

Palavras Chave: Design; Moda; Ensino.

Abstract

This document presents the guidelines to prepare your paper for the 15th Brazilian Congress on Design Research and Development - 15th R&D Design. This file is also the template since it is formatted according to the guidelines. Please read the information carefully and follow the guidelines. Only then we will consider your paper for publication in the Congress Proceedings. All approved articles will be reproduced exactly as submitted by the authors (including registration information, which will be used to generate certificates, final program, among other documents). Grammar and correct spelling are author's responsibilities. If the paper doesn't meet the specified guidelines, it won't be either presented nor published in the Congress Proceedings. The abstract must not exceed 150 words.

Keywords: Design; Fashion; Teaching.

1 O Design nos cursos de Moda e a Moda nos cursos de Design

Em 2004, por indicação do MEC (Ministério da Educação), os cursos de nível superior de Estilismo e de Moda começaram a adequar seus projetos pedagógicos às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design¹ (PIRES, 2007: 10-11), alterando, ou não, seus nomes para cursos de Design de Moda². Mesmo considerando os vários questionamentos, conflitos e dissidências provocados por esta decisão, ela institucionalizou, a partir de então, a noção de que a criação e o desenvolvimento de objetos do vestuário vinculados à noção de moda no Brasil passavam a ser considerados como uma prática pertencente ao campo do design. Esta orientação também abriu espaço para que o objeto de vestuário vinculado à noção de moda passasse a ser considerado como um possível produto a ser desenvolvido pelos discentes dos cursos de design. Desta forma, a moda passa a figurar como um dos campos de atuação nos projetos pedagógicos dos cursos de design, ou, em alguns casos, passa, até mesmo, a ser uma habilitação específica dentro da estrutura pedagógica destes cursos. Vale ressaltar que, no Brasil, a constituição e estruturação do campo do design recebeu forte influência de uma tradição modernista que valorizava a racionalização dos processos de criação e desenvolvimento, tanto de objetos artísticos como de objetos vinculados à produção industrial. Desta forma, no campo do design, a racionalidade se estabelece como um valor, fazendo com que a atividade do designer seja entendida como a capacidade de encontrar soluções, através de um projeto estruturado, para demandas objetivas e diretas dos usuários, deixando para o segundo plano o que era entendido como demandas subjetivas e estéticas. Na prática, isto significava que existia uma noção de que as escolhas formais propostas pelo designer na criação de um objeto eram fruto de análises racionais e objetivas, muitas vezes, fundamentadas em teorias de outras áreas como semiótica, teorias de percepção visual, ou estudos antropométricos. Escolhas formais que pudessem remeter a opiniões individuais, abstratas e subjetivas, ou seja, que podiam fugir de um padrão mensurável, tinham um valor secundário no processo de criação do objeto pelo designer. Isto não significa que estes objetos estivessem isentos das escolhas formais individuais e subjetivas do designer, ou mesmo, das demandas individuais e subjetivas dos usuários, mas que as questões mensuráveis e controláveis tinham maior valor e peso e constituíam os discursos próprios do campo na década de 1960, e ainda influenciam os valores próprios do campo e, conseqüentemente, seus discursos e práticas.³ Desta forma, mesmo que seja possível identificar, por exemplo, nos objetos desenvolvidos na época da institucionalização do campo do design, nas décadas de 1950 e 1960, marcas identitárias do estilo de determinado designer, ou mesmo a representação de valores e noções de determinados grupos sociais, ainda assim isto era, muitas vezes, camuflado por um discurso embasado em justificativas racionais e

¹ Na Resolução nº 5, de 08 de março de 2004, foram aprovadas pela Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação as diretrizes curriculares nacionais do curso de graduação em Design, estabelecendo os elementos estruturais mínimos que devem compor o projeto pedagógico do curso.

² Na Universidade Veiga de Almeida do Rio de Janeiro, por exemplo, apesar de o curso estar adequado às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, ele está registrado no INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira) sob o nome Bacharelado em Moda. (Ver INEP. Disponível em: <http://emec.mec.gov.br/emec/consulta-cadastro/detalhamento/d96957f455f6405d14c6542552b0f6eb/MTY1/9f1aa921d96ca1df24a34474cc171f61/NzU=> . Acesso em 20 nov 2016.)

³ A análise sobre essas noções e valores próprios do campo de produção de objetos legitimados como design e sobre a institucionalização deste campo pode ser encontrada em CHRISTO, Deborah Chagas; CIPINIUK, Alberto. **O campo do design e consagração das logomarcas**: estudo da relação entre as instâncias de legitimação e consagração do campo do design e a linguagem gráfica das logomarcas produzidas nas décadas de 60 e 70. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2003.

mensuráveis que buscavam eliminar os conteúdos estilísticos e individuais das escolhas formais que constituíam estes objetos e transformá-los em valores universais, atemporais e uniformes. Vale observar que a noção de que a razão e a ciência determinavam o processo de criação do designer era um valor, ou seja, era algo imaterial que garantia a legitimação da produção do designer e, não necessariamente, estava fundamentada em questões concretas e objetivas, mas em noções e valores próprios do campo. Era uma questão muito mais ideológica do que objetiva. Desta forma, a atividade do designer era legitimada dentro do campo a partir da noção de que ele era capaz de identificar um problema que atingia determinado grupo de usuários e propor, a partir de um estudo planejado, programado e sistematizado, uma solução para este problema materializada através de um objeto industrial. Por mais que estas fossem atividades que também permeassem as práticas dos designers, ou seja, que o designer efetivamente estudasse as necessidades dos usuários e, a partir de etapas sistematizadas e planejadas, propusesse soluções para problemas efetivamente identificados, ainda assim, estas atividades ganhavam um valor simbólico que diferenciava, legitimava e consagrava a produção do designer da de outros produtores que criassem e desenvolvessem objetos industriais. Neste sentido, na institucionalização do campo do design, projeto, usuário e função do objeto tinham teor ideológico e funcionavam como um valor específico e uma noção própria do campo. Neste momento, projeto era algo para além do planejamento das etapas de criação, desenvolvimento e produção do objeto, tinha técnicas, nomenclaturas e discursos próprios; usuário definia um grupo amplo desvinculado de questões de consumo e mercado e função do objeto era vinculada principalmente a questões objetivas, práticas, concretas e capazes de serem medidas e controladas. Desta forma, no Brasil, na década de 1960 os objetos que valorizassem principalmente a questão da forma e do estilo, ou seja, que davam mais valor à noção de indivíduo, estilo e moda e não à noção de usuário, projeto e função como eram entendidos dentro do campo do design, não eram legitimados como pertencentes ao campo e não se enquadravam no campo de atuação de um designer. Neste sentido, naquele momento, a criação de objetos do vestuário vinculados à noção de moda não conseguia se enquadrar dentro das noções e valores próprios do campo do design, tendo em vista que a noção de moda valorizava, e ainda valoriza, a questão do novo, do autoral e das características individuais e subjetivas tanto do criador destes objetos, como dos usuários destes produtos. Além disso, o produto entendido como de moda, no momento da institucionalização do campo do design, estava vinculado a uma produção artesanal e autoral e não a uma produção em larga escala e industrial. Neste momento o produto entendido como moda era produzido artesanalmente e sob medida, inicialmente por ateliês e casas de moda que explicitamente produziam peças a partir de cópias de modelos comprados no exterior, ou de moldes adquiridos diretamente das *maisons* de alta-costura francesa⁴ e posteriormente por costureiros que faziam interpretações próprias a partir das formas consagradas pelos costureiros da alta-costura francesa legitimados pelo campo, seguindo seus lançamentos sazonais. O produto feito em larga escala em confecções industriais nesta época no Brasil era entendido como de menor qualidade e popular. A ideia de uma indústria da moda no Brasil só começou a se estabelecer a partir das décadas de 1980 e 1990. Segundo Bonadio, somente na década de 1980 o consumo preferencial de roupas feitas sob medida é substituído pelo consumo de objetos desenvolvidos em série seguindo medidas padrões. Até então, mesmo com o crescimento das confecções industriais e da valorização e inserção da noção de autoria dentro deste processo, o consumo de objetos do

⁴ A partir de 1929, com o intuito de diminuir os impactos da crise econômica de 1929, as *maisons* de alta-costura francesa passaram a vender, além dos modelos, os moldes construídos em algodão, chamados de *toiles*, que serviam de base para a reprodução da peça comprada. (BRAGA; PRADO, 2011: 135-138)

vestuário ainda era voltado, principalmente, para objetos produzidos artesanalmente e sob medida. (BONADIO, 2010: 57) Desta forma, tanto a valorização das características individuais e subjetivas do criador do objeto entendido como de moda e dos usuários destes produtos, como a produção artesanal e sob medida, não davam ao produto de moda, nem ao seu produtor, legitimidade para fazer parte do campo do design no momento da sua institucionalização.

Segundo Braga e Prado, no início da década de 1960 as confecções industriais brasileiras eram poucas e sem uma estrutura que privilegiasse uma produção entendida como autoral. Muitas empresas faziam altos investimentos em publicidade, porém sua produção era baseada na cópia de peças compradas no exterior, sem uma preocupação em estabelecer setores específicos para desenvolver uma criação de objetos de vestuário entendida como autoral. Porém, no final da década de 1970 e na década de 1980, já é possível considerar como consagrada esta categoria de produtores de objetos do vestuário em larga escala industrial, vinculados à noção de autoria. (BRAGA; PRADO, 2011: 368-377) Segundo Bonadio, na década de 1980, é possível identificar uma preocupação com a elaboração de um produto diferenciado e que retratasse uma identidade própria, mesmo que ainda seguisse as indicações formais dos produtores estrangeiros. (BONADIO, 2010: 57)

A partir da década de 1980, a produção de objetos do vestuário assume as características de uma produção em escala industrial visando o desenvolvimento de um produto diferenciado e com marcas de uma identidade própria, ou seja, a partir de então, passa a ter que incluir no seu processo de criação, além das escolhas estilísticas, autorais e individuais do criador, as demandas e requisitos dos consumidores, ou usuários, e das empresas produtoras destes objetos. Mesmo considerando a forte relação com a noção de autoria e assinatura do produto entendido como de moda, mesmo quando produzido em larga escala, ainda assim, é possível perceber que esta transformação no processo produtivo aproximou a percepção sobre a criação e desenvolvimento do objeto do vestuário, da criação e desenvolvimento dos objetos tradicionalmente entendidos como pertencentes ao campo do design.

Desta forma, a adequação dos cursos de Moda e Estilismo às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, aparentemente, marcou o final de um processo onde a produção do objeto do vestuário vinculado à noção de moda passava a ser percebida como tendo a mesma estrutura de criação e desenvolvimento de qualquer outro objeto de design. Desta forma, passa-se a defender que um designer de moda, ou estilista, como qualquer outro designer, precisa ter conhecimento sobre os diversos fatores que podem interferir na configuração de um objeto, ou seja, ter conhecimento sobre as demandas subjetivas e objetivas dos usuários, os requisitos e restrições do produtor, a forma, os processos criativos, os materiais e processos de fabricação, os fatores que influenciam os custos de produção, etc.

Por outro lado, no momento em que se considera que a busca por uma expressão própria e o interesse e gosto pelas mudanças podem ser demandas, mesmo que abstratas e subjetivas, dos usuários, novos requisitos também passam a orientar a criação e desenvolvimento dos objetos tradicionalmente pertencentes ao campo do design e, conseqüentemente, novos valores e noções passam também a compor o campo do design, ou seja, quando o campo do design passa a considerar que o usuário tem necessidades e demandas subjetivas e simbólicas que podem gerar produtos materiais e imateriais que possuem, além de funções objetivas e práticas, funções simbólicas, as transformações formais sazonais, efêmeras e de curta duração, a valorização da novidade e a aparente possibilidade de expressão individual, valores claramente relacionados às noções características do fenômeno moda, passam também a ser percebidas como fatores que

interferem nas relações dos sujeitos com todos os tipos de objetos da cultura material na sociedade e como fator fundamental no funcionamento do mercado e na estrutura da produção industrial. Desta forma, este foi um processo de mão dupla que conjugou os interesses e objetivos destes dois campos.⁵ Mesmo assim, apesar de parecer que este processo foi resultado de uma transição natural e esperada tanto dentro do campo de produção dos objetos do vestuário vinculados à noção de moda, como do campo de produção dos objetos de design, este não foi um movimento sem conflitos e reações. As noções que permeiam os dois campos, e que de certa forma aproximaram os dois campos, também interferiram, e ainda interferem, na compreensão, assimilação e aceitação desta incorporação, tanto pelos produtores tradicionalmente entendidos como pertencentes ao campo do design, como pelos produtores de objetos do vestuário vinculados à noção de moda. A noção que vincula o objeto do vestuário a um produto efêmero e marcado pela expressão autoral do seu criador e, conseqüentemente, o associa a um objeto fútil e desnecessário, facilita o desenvolvimento de um juízo de valor que dificulta a percepção e aceitação, pelos produtores tradicionalmente associados ao campo do design, da complexidade de construção de um projeto que envolva uma coleção de diferentes peças de vestuário. De forma semelhante, a noção que vincula o design à indústria e à racionalidade para direcionar a solução formal de uma necessidade concreta do usuário e das empresas produtoras, dificulta a percepção, pelos produtores de objetos do vestuário vinculados à noção de moda, e até mesmo pelos próprios produtores de objetos tradicionalmente entendidos como de design, da capacidade de expressão autoral e individual dos produtores tradicionalmente vinculados ao campo do design, mesmo percebendo que estas mesmas noções contribuem para formar uma ideia de que o produtor de objetos do vestuário vinculado à noção de moda, formado segundo os critérios e diretrizes dos pensamentos associados ao design, possui uma melhor capacidade de atuação na criação e desenvolvimento do objeto do vestuário.

Além disso, se por um lado parece fácil identificar que a criação e desenvolvimento dos objetos do vestuário vinculados à noção de moda também é uma atividade projetual que se preocupa com as necessidades do consumidor, tanto objetivas e concretas, como subjetivas e abstratas, e também do produtor para desenvolver, segundo uma lógica industrial, as melhores formas para objetos do vestuário, por outro existe uma noção de diferenciação entre um profissional capaz de construir formas inovadoras e únicas por ser livre, autônomo, criativo e detentor de uma expressão própria, normalmente identificado com o produtor de objetos do vestuário nomeado como “estilista”, e o profissional capaz de pensar as questões do mercado, da produção, dos custos e dos lucros, normalmente associado ao designer. Além disso, os valores atribuídos para cada uma das posições desta diferenciação se alteram dependendo de quem esteja defendendo cada um destes polos. Desta forma, esta característica atribuída ao designer pode ser entendida como prejudicial em relação às características do “estilista” por limitar e restringir a sua capacidade de criação e expressão, mas também pode ser percebida como estratégica por se preocupar com as demandas dos usuários e das empresas produtoras e não direcionar a sua criação apenas por escolhas individuais. Assim, apesar da clara semelhança entre os processos de criação e desenvolvimento de objetos do vestuário vinculados à noção de moda e de objetos

⁵ Esta é uma das conclusões apresentadas e defendidas na tese de doutorado da autora deste projeto de pesquisa, que pesquisou e analisou a estrutura e funcionamento do campo de produção dos objetos de vestuário vinculados à noção. (Ver CHRISTO, Deborah Chagas; CIPINIUK, Alberto. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2013.)

tradicionalmente pertencentes ao campo do design, as noções que permeiam as duas atividades contribuem na dificuldade de aceitação e assimilação da relação entre a produção de objetos de vestuário vinculados à noção de moda e o campo do design, ou seja, apesar de concretamente ser possível identificar a semelhança de estrutura entre um projeto de uma coleção de objetos do vestuário vinculados à noção de moda e um projeto de qualquer outro objeto de design, os valores atribuídos aos conceitos de projeto, usuário, função do objeto e moda em ambos os campos de produção influenciam nos conflitos existentes por conta da aproximação destes dois campos.

Essa dificuldade de aceitação e assimilação pode ser percebida em diferentes instâncias⁶, porém em instituições de ensino responsáveis pela formação de designers que poderão atuar na indústria da moda, sejam instituições de ensino que adequaram seus cursos de Moda e Estilismos às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design ou instituições de ensino onde a formação em design inclui a moda como parte das suas habilitações, muitas vezes, isto fica mais explícito, principalmente em disciplinas que tratam dos discursos, técnicas e práticas entendidas como específicos do design, como, por exemplo, as disciplinas que tratam das teorias e práticas específicas de metodologia para o desenvolvimento de projetos de design. Parece difícil transpor para a prática do produtor de objetos de vestuário vinculados à noção de moda, os discursos, técnicas e nomenclaturas vinculadas às noções de projeto, usuário e função que trazem em si valores ideológicos marcados pelo momento específico da constituição do campo do design, mas que ainda influenciam as práticas e noções específicas do campo. Como adequar, por exemplo, as noções de projeto, usuário e função características do momento da institucionalização do campo do design, carregadas de um conteúdo ideológico de racionalidade, cientificidade e de rejeição às características subjetivas e simbólicas, que ainda influenciam as noções e valores do campo e as práticas dos designers, às práticas de criação e desenvolvimento de objetos entendidos como de moda, ou seja, carregados de conteúdos autorais, subjetivos e simbólicos? Por outro lado, como incluir noções e valores vinculados à noção de moda, ou seja, noções que valorizam o subjetivo, o simbólico e até mesmo autoral, entre produtores onde as noções tradicionais do campo do design ainda são muito marcantes? Como traduzir, por exemplo, a noção de necessidade concreta e objetiva de um usuário para um objeto de moda, ou seja, que utiliza conteúdos simbólicos e subjetivos na sua relação com o indivíduo ou com os grupos sociais para os quais este objeto foi criado, ou seja, que trabalha com necessidades subjetivas e abstratas? Ou como a criação e desenvolvimento de um objeto do vestuário vinculado à noção de moda, onde a escolha por tal objeto se dá, muitas vezes, por questões identitárias a um determinado estilo ou linguagem, pode se adequar a noção do projeto como a solução de um problema específico e concreto do usuário identificado pelo designer? Ou ainda, como lidar com a sazonalidade do produto de moda quando o foco de um projeto de design está na solução de uma necessidade concreta do usuário e não no ciclo de obsolescência imposto pelo movimento do mercado e da indústria? Todas estas questões têm como base as noções e valores que permeiam os campos de produção dos objetos entendidos como de design e dos objetos de vestuário vinculados à noção de moda, ou seja, aparentemente, tudo que mobiliza os movimentos de rejeição e de dificuldade em aceitação da aproximação entre os dois campos parece estar fundamentado em noções e valores imateriais característicos da estrutura e funcionamento de cada campo, porém, gera problemas concretos em diferentes instâncias, como, por exemplo, nas instituições responsáveis pelos processos de ensino das técnicas

⁶ Isso pode ser percebido, por exemplo, no VI Fórum de Escolas de Moda, que aconteceu no XVII Colóquio de Moda, em Maringá/PR, em 2011, as escolas de moda do Estado de São Paulo apresentaram documento encaminhado ao MEC solicitando a inclusão de uma área exclusiva para moda, desvinculada da área de design.

e práticas de criação, desenvolvimento e produção dos objetos de cada um destes campos.

Algumas escolas que formavam, através de cursos de nível superior, produtores de objetos de vestuário vinculados à noção de moda, ao adequarem seus currículos incluíram, por exemplo, disciplinas específicas de metodologia de projeto de design, aplicando teóricos e bibliografias desenvolvidas para produtos que seguiam as noções de projeto, necessidade do usuário e função do objeto característicos do momento de institucionalização do campo do design, ou, então, incluíam estes conteúdos e suas nomenclaturas e discursos nas disciplinas voltadas para o ensino dos processos de criação e desenvolvimento de produtos de moda⁷. Porém, como, efetivamente, estes conteúdos foram compreendidos, assimilados e transpostos pelos professores e alunos destas instituições?

Por outro lado, algumas instituições de ensino tradicionalmente vinculados ao design incluíram o objeto de vestuário como uma possibilidade de produto a ser desenvolvido em suas disciplinas direcionadas ao ensino do desenvolvimento de projetos de design, ou mesmo incluíram disciplinas específicas da prática de criação, desenvolvimento e produção de objetos de vestuário em sua grade curricular. Porém, como as noções características do desenvolvimento do objeto de vestuário vinculado à noção de moda foram efetivamente inseridas como conteúdo a ser tratado nas disciplinas direcionadas ao desenvolvimento de projetos de produtos? Como o desenvolvimento de objetos de vestuário passou a fazer parte do corpo de ensinamentos destes cursos? E quais diferenças podem ser percebidas entre os projetos desenvolvidos pelos estudantes destas instituições e os de instituições que tradicionalmente formavam profissionais para atuar na indústria da Moda e que fizeram a adequação dos seus cursos de Moda e Estilismos às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design?

2 A pesquisa

Desta forma, a partir das questões apresentadas no item anterior, foi estruturado um projeto de pesquisa, coordenado pela prof^a Deborah Chagas Christo, professora do Departamento de Design Industrial da EBA-UFRJ, visando analisar como a adequação, sugerida pelo MEC, em 2004, dos projetos pedagógicos de cursos de nível superior de moda e estilismo às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e, conseqüentemente, a inclusão da moda nos cursos de Design influenciou e impactou efetivamente as práticas de ensino relacionadas à criação e desenvolvimento do objeto do vestuário vinculado à noção de moda em instituições de ensino de design localizadas no estado do Rio de Janeiro.

Para isso, foi proposta uma análise dos projetos pedagógicos destes cursos a fim de identificar a presença de disciplinas específicas sobre conhecimentos necessários para a prática de criação e desenvolvimento de objetos de vestuário vinculado à noção de moda, ou se estes conteúdos também apareciam claramente nas ementas das disciplinas voltadas para a prática de desenvolvimento de projetos de design.

Para poder comparar as práticas efetivas de criação e desenvolvimento de objetos do

⁷ É possível observar, em 2016, a presença de uma disciplina específica para tratar de metodologia de projeto em design, por exemplo, na estrutura dos cursos de Design de Moda da Universidade Veiga de Almeida (Ver em UNIVERSIDADE VEIGA DE ALMEIDA. Disponível em: <https://www.uva.br/sites/default/files/files/Design_de_Moda_-_Final_10046742016113.pdf. Acesso em 24 nov 2016) e da Faculdade Senai/Cetiqt (Ver em SENAI. **Portal da Indústria**. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/senai/iniciativas/programas/senai-cetiqt/educacao/2014/07/1,40899/graduacao-design-enfase-em-moda.html>)

vestuário vinculados à noção de moda que acontecem nas salas de aula e os resultados obtidos no levantamento e análise dos projetos pedagógicos e das ementas das disciplinas relacionadas às práticas de projeto em design, foram propostas entrevistas com discentes, docentes, egressos e coordenadores dos cursos de nível superior de design em instituições de ensino do Rio de Janeiro.

Por fim, foi proposto também o levantamento e análise dos trabalhos de conclusão de curso realizados após a implantação das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, a partir de 2004, para análise sobre a efetiva inclusão da criação e desenvolvimento de objetos de vestuário vinculados à noção de moda nos cursos de nível superior de Design do estado do Rio de Janeiro.

3 Os primeiros resultados da pesquisa

A pesquisa foi iniciada em agosto de 2022.

Como primeira etapa da pesquisa, identificou-se a necessidade de um estudo de bibliografias específicas sobre o campo da moda e o campo do design, sobre a relação entre design e moda e sobre a constituição de noções e valores específicos de um campo de produção de bens simbólicos.

Depois disso, iniciou-se a identificação dos cursos de graduação em design do Rio de Janeiro e a delimitação das instituições a serem pesquisadas. Em uma análise preliminar, foram escolhidos os cursos de design da EBA-UFRJ, ESDI-UERJ, UFF, PUC-Rio e Estácio. A partir das instituições selecionadas, foi realizado um levantamento dos cursos que disponibilizavam seus projetos pedagógicos com suas disciplinas em meios digitais.

Após uma análise preliminar das ementas encontradas, foi identificada a necessidade de um levantamento e análise de bibliografias específicas da área de design e design de moda que tratassem sobre teorias, práticas, metodologias, nomenclaturas e discursos específicos sobre a prática projetual em design e em design de moda para identificar os termos que seriam utilizados como variáveis que indicassem a presença de conteúdos específicos da área da moda nas disciplinas dos cursos de design. Para complementar, foram analisadas ementas do curso de Design de Moda da Faculdade Senai-Cetiqt, do Rio de Janeiro, para identificar termos específicos da prática de criação e desenvolvimento de objetos de vestuário vinculados à noção de moda. Como resultado desta análise, identificamos as palavras: moda, indumentária, vestuário, acessório, acessório de moda, adorno, adorno corporal, adorno pessoal, croqui, costura, indumentária, manequim, modelagem, moda, roupa, styling, tecido, têxtil, vestimenta e vestuário, como termos repetitivos nas produções de moda. Como palavras próprias da prática do designer encontramos: design, design industrial, desenho de produto, desenho industrial, projeto de produto, desenho, desenho técnico, metodologia, materiais, modelagem, projeto, protótipo e prototipagem.

Neste levantamento foi possível identificar resultados interessantes. Foi possível identificar que alguns termos tinham significados distintos no design e no design de moda. A palavra “modelagem”, por exemplo, nos cursos de design de moda, é normalmente associada a produção de moldes para a construção de roupas, porém, nos cursos de design ela é associada ao desenho executado em meios digitais para gerar formas tridimensionais. Apesar de ambos tratarem da construção de objetos tridimensionais, a maneira como esta construção é realizada é completamente distinta.

Também foi possível identificar que muitas ementas de disciplinas direcionadas à prática de

criação e desenvolvimento de objetos de vestuário vinculados à noção de moda, dos cursos de design de moda, utilizavam termos e bibliografias específicas da prática de projetos de design presentes nas ementas das disciplinas de projeto de produto dos cursos de design.

Além disso, foi possível identificar que as ementas de disciplinas de projeto, tanto dos cursos de design de moda, quanto dos cursos de design, tinham uma redação bastante ampla e pouco específica, sem uma definição clara do tipo de objeto a ser projetado na disciplina. Ou seja, as disciplinas de projeto dos cursos de design poderiam estar direcionadas a qualquer tipo de objeto, inclusive os objetos de vestuário vinculados à noção de moda. Nada, no texto das ementas das disciplinas, indicava que o objeto do vestuário estava, ou não, incluído como conteúdo programático dos cursos analisados.

Desta forma, ficou evidente a necessidade de entrevistar alunos e professores destes cursos a fim de identificar se conteúdos específicos da prática projetual de objetos de vestuário vinculados à noção de moda estavam efetivamente sendo incluídos nas disciplinas dos cursos de design. Este processo foi iniciado com os alunos dos cursos de design da EBA-UFRJ, da UFF e da ESDI-UERJ, através de um questionário na plataforma Google Forms, distribuído a partir das representações discentes dos cursos em questão. Os dados obtidos neste questionário estão sendo tabulados e analisados nesta etapa da pesquisa.

4 Os próximos passos

Depois do levantamento dos dados obtidos através do questionário enviado aos discentes dos cursos de design do Rio de Janeiro, a próxima etapa da pesquisa é entrevistar docentes destes cursos para analisar as informações dadas pelo outro lado do processo de aprendizagem da prática projetual nos cursos de design e poder comparar estes dados coletados.

Por fim, a pesquisa irá analisar os trabalhos de conclusão de curso depositados nas bibliotecas destas instituições, após 2004, para identificar se existem trabalhos direcionados para a área de projeto de objetos de vestuário vinculados à moda.

Após a coleta de todos estes dados, pretende-se analisar e comparar os resultados para poder apresentar e publicar as conclusões desta pesquisa.

5 Conclusão

Apesar das Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de graduação em Design indicar a inclusão da moda como mais um dos conteúdos programáticos dos cursos de design, é possível perceber, através dos resultados preliminares desta pesquisa, que a criação e desenvolvimento de objetos de vestuário vinculados a noção de moda, apesar de poder ser entendido como uma atividade projetual com as mesmas características de qualquer outro objeto de design, ainda não aparecem claramente nos documentos dos projetos pedagógicos dos cursos de design do Rio de Janeiro. Porém, é preciso uma análise das práticas que acontecem efetivamente em sala de aula para que a pesquisa possa chegar a conclusões sobre a inclusão da moda nos cursos de design do Rio de Janeiro.

6 Referências Bibliográficas

ARGAN, Giulio Carlo. A História na Metodologia do Projeto. In: **Revista Caramelo**. No. 6,

FAU/USP, 1992.

BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979

_____. **Inéditos vol.3**: Imagem e Moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Blücher, 2011.

BECKER, Howard Saul. **Art Worlds**. Bekerley e Los Angeles: University of California Press, 2008.

BERGAMO, Alexandre. **A experiência do status**: Roupas e moda na trama social. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

_____. O campo da moda. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 41, n. 2, 1998. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003477011998000200005&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 25 jul. 2012.

BOMFIM, Gustavo Amarante. **Idéias e formas na história do Design**: uma investigação estética. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1998.

BONADIO, Maria Claudia; MATTOS, Maria de Fátima. (org.) **História e Cultura da Moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

BONADIO, Maria Claudia. A produção acadêmica sobre moda na pós-graduação stricto sensu no Brasil. In: **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte** – São Paulo – V.3 nº 3 dez 2010 – Dossiê - p.50-146.

BONSIEPE, Gui. **Design como prática de projeto**. São Paulo: Blücher, 2012.

_____. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blücher, 2011.

BOUCHER, François. **História do vestuário no Ocidente**: Da origem aos nossos dias. São Paulo: Cosac Naify, 2010

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: Crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2007.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

_____. **A produção da crença**: Contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2008.

BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. O costureiro e sua grife: Contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2008. p.113 – p.190.

BOURDIEU, Pierre.; BOLTANSKI, L.; CASTEL Pierre R.; CHAMBOREDON, J.C. **Un art moyen, essai sur les usages sociaux de la photographie**. Paris: Éd. de Minuit, Le sens commun,1965.

BRAGA João Neto. **História da Moda**: uma narrativa. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

BRAGA, João; PRADO, Luís Andre do Prado. **História da moda no Brasil**: Das influências às autorreferências. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

BÜRDEK, Bernhard. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

ALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

CARA, Milene. **Do Desenho Industrial ao Design no Brasil**: Uma bibliografia crítica para a disciplina. São Paulo: Blücher, 2010.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2004.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. **Discursos da moda**: semiótica, design e corpo. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2005.

CHATAIGNER, Gilda. **História da Moda no Brasil**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

CHRISTO, Deborah Chagas. Designer de Moda ou estilista: reflexões sobre noções e valores do campo da arte, do Design e da Moda In: PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de Moda**: Olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

CHRISTO, Deborah Chagas; CIPINIUK, Alberto. **O campo do design e consagração das logomarcas**: estudo da relação entre as instâncias de legitimação e consagração do campo do design e a linguagem gráfica das logomarcas produzidas nas décadas de 60 e 70. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2003.

CHRISTO, Deborah Chagas; CIPINIUK, Alberto. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2013.

CHRISTO, Deborah Chagas. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. São Paulo: Ed. Das Letras e Cores, 2016.

CIPINIUK, Alberto. **Design: o livro dos porquês** - O campo do design compreendido como produção social. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Ed. Reflexão, 2014.

COELHO, Luiz Antonio L (Org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2008.

COELHO, Luiz Antonio L (Org.). **Design método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Ideias, 2006.

_____. Percebendo o Método in **Formas do Design**: por uma metodologia interdisciplinar. Organização Rita Maria de Souza Couto, Alfredo Jefferson de Oliveira. Rio de Janeiro: 2AB: PUC-Rio, 1999.

CRANE, Diana. **A Moda e seu papel social**: Classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac são Paulo, 2006.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo**: Design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HEINRICH, Fabiana Oliveira; CIPINIUK, Alberto. **Design**: crítica à noção de metodologia de projeto. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2013

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a Moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

MARQUES, Cyntia Tavares. **Do estilismo ao design**: os currículos do bacharelado em moda

da Universidade Federal do Ceará. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Ceará, 2014.

PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de Moda: Olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

_____. Design de moda: uma nova cultura. In: **DOBRAS**, Revista. São Paulo: Editora Estação das Letras, v.1, n.1, outubro 2007. p. 66-73.

_____. A história dos cursos de design de moda no Brasil. In: **REVISTA NEXOS: Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi – Ano VI, nº 9 (2002)** – São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 112 p. ISSN 1415-3610.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda: Novas pretensões, novas distinções** – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

_____. Barthes e Bourdieu: Os maîtres à penser e a moda. **Acervo**, Rio de Janeiro, v. 23, no 1, jan/jun 2010. p. 147-164.

SABRÁ, Flávio Glória Caminada; CIPINIUK, Alberto. **Os agentes sociais envolvidos no processo criativo no desenvolvimento de produtos da Cadeia Têxtil**. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2015.

SABRÁ, Flávio Glória Caminada. **Os agentes sociais envolvidos no processo criativo no desenvolvimento de produtos da Cadeia Têxtil**. São Paulo: Ed. Das Letras e Cores, 2016.

SANCHEZ, Lucinéia. **Os moldes da moda: Um estudo sobre o estado dos cursos de formação em moda no Brasil**. Dissertação. Programa de pós-graduação, Mestrado em Educação, Centro de Ciências da Educação, da Universidade Regional de Blumenau – FURB – Blumenau, 2006

SANT'ANNA. Mara Rúbia. **Teoria de Moda: Sociedade, imagem e consumo**. Barueri, SP: Estação das Letras Editora, 2007.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia Lda, 2008.

SOUSA, Cyntia Santos Malaguti de; NEIRA, Luz Garcia; BASTIAN, Winnie. **Regulação do ensino do design de moda – para quem?** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9., 2010, São Paulo. Anais eletrônico... São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, AEND-Brasil, 2010. Disponível em : <<http://blogs.anhembi.br/congressodesign/anais/>> Acesso em: 24 jul 2012.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras 1987.

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

SUDJIC, Deyan. **Linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

TEIXEIRA, José Carlos Bonzi. **Gênese do Campo do Design no Brasil. 1997**. Dissertação (mestrado em Design) – Departamento de Artes e Design, PUC-RJ, junho de 1997.

WOLFF, Janet. **A produção social da arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

KONIG, Rene. **Sociologie de la mode**. Paris: Payot, 1969.