

EVOLUÇÃO DAS ESCOLAS DE MODA: PERSPECTIVAS DE LEGITIMAÇÃO DA ÁREA DE MODA NO PAÍS

EVOLUTION OF FASHION SCHOOLS: PROSPECTS OF THE LEGITIMATION OF THE FASHION AREA IN THE COUNTRY

Grazyella Cristina Oliveira de Aguiar¹

RESUMO

O aquecimento do mercado de moda do país nas últimas décadas fez com que houvesse o aumento da procura por profissionais qualificados na área. Tal aumento da valorização econômica da área fez surgir os primeiros cursos superiores em Moda. Ao longo dos últimos anos, os cursos superiores na área passaram por adaptações para tentar atender a algumas regulamentações de órgãos educacionais nacionais. Este artigo propõe reflexões sobre algumas questões referentes ao ensino superior de moda no país, a partir da evolução das escolas de moda nacionais constituídas e organizadas de acordo com as Diretrizes Curriculares vigentes, norteadas pelo Ministério da Educação (MEC) e outros órgãos correspondentes, a fim de tentar entender como o curso de moda foi se constituindo ao longo dos anos.

Palavras-chave: Escolas de Moda. Ensino Superior. Regulamentação do Curso.

ABSTRACT

The heating of the fashion market of the country in recent decades has meant that there was increasing demand for qualified professionals in the area. This increase in economic value of the area made the first degree courses in Fashion arise. Over the last few years the degree courses in the area have undergone adjustments to try to meet some regulations of national education agencies. This essay reflects on some issues concerning of the higher fashion education in the country, from the evolution of the national fashion schools constituted and organized in accordance with current Curricular Guidelines guided by the Ministry of Education (MEC) and other relevant bodies in order trying to understand how the fashion courses were constituted over the years.

Keywords: Fashion Schools. Higher Education. Regulation Course.

¹Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Bacharel em Design com habilitação em Moda pela UNIVALI. Docente no curso de Design de Moda da UNIFEBE.

1 INTRODUÇÃO

O recente aumento e desenvolvimento do ensino no país podem ser notados, em primeira instância, de formas diferentes: a necessidade de profissionais qualificados, a facilitação de créditos e bolsa estudantil, as exigências do mercado em busca de profissionais com formação superior completa, o país sendo considerado como país emergente com um crescimento industrial elevado nas últimas décadas, o surgimento de cursos em diferentes áreas, níveis e modalidades que tentam atender os diferentes nichos de mercado que parecem ser promissores em um determinado momento.

Assim, o que se percebe é que a amplitude e variedades de cursos - com diferentes valores de mensalidades e facilitações de créditos estudantis, flexibilidades de horários, cargas horárias, cursos oferecidos na modalidade presencial e o crescente aumento de cursos a distância - provocaram o aumento da concorrência, principalmente no ensino superior de instituições particulares. Todo esse aumento de cursos no ensino superior fez com que órgãos governamentais criassem diretrizes que regulamentassem e avaliassem a qualidade dos cursos. Tais avaliações são determinantes para a continuidade do funcionamento - ou não - de um curso. Portanto, os critérios dessa avaliação acabam norteando e indicando princípios de qualidade para a própria instituição, assim como para manter o curso em avaliação ativa no cenário atual. Neste contexto, insere-se a formação superior em moda com o seu visível crescimento no país. Atualmente, encontram-se cursos superiores em moda na maior parte dos estados brasileiros. A maioria deles ofertados em instituições particulares, estruturados a partir de diferentes perfis de formação, competências, modalidades e sob diferentes nomenclaturas.

Deste modo, este artigo tenta traçar uma breve evolução histórica das escolas de moda, desde seu surgimento até a contemporaneidade. Ao longo do texto, destacam-se alguns fatores que transformaram e abalizaram as escolas superiores de moda no Brasil - a partir da década de 80, chegando aos dias atuais - como forma de mapear fatos constituidores de sua história. Algumas transformações foram atribuídas, neste artigo, às diretrizes superiores criadas para avaliar o curso. Por fim, levantam-se algumas questões e

possíveis reflexões, com a intensão de contribuir para a melhoria contínua do curso e a busca pela legitimação da área de moda no país.

2 MODA

A disseminação da moda nos últimos anos foi muito rápida. Como consequência, todos querem estar na moda, criar um estilo próprio, uma comunicação visual particular, saber o que está em voga, o que vai ser lançado na próxima estação, introduzindo-se, assim, no mundo das mutações que diferem os seres humanos e os tornam únicos, mesmo inseridos num segmento de semelhantes opções.

Essa mesma dinamicidade que se vê no mercado da moda é sentida nos cursos de moda. A maioria dos alunos que escolhem cursos relacionados a essa área do saber se preocupam muito mais com o produto do que com o processo capaz de o gerar e o explicar. Isso talvez se deva à dinâmica do próprio mercado, em que muitas empresas preferem copiar tendências internacionais (com a intensão de diminuir riscos, despesas e ter lucro garantido) e lançar produtos no mercado iguais aos copiados ou com pequenos ajustes, tornando esse tipo de indústria de massa um negócio mais lucrativo. São empresas que copiam produtos de marcas renomadas e os lançam no mercado por um preço e qualidade inferior. Investe-se na cópia e não na criatividade ou na produção de um produto diferenciado. Esse sistema é mais rápido - já que não se tem o tempo para criar algo que se aproxime mais do novo - e mais lucrativo, porque os produtos copiados já caíram no gosto do público e são reproduzidos por várias empresas. Para Gomes (2005, p. 62) a “[...] *indústria de massa* de roupas se forma anteriormente à alta-costura; no entanto, [...] ela só consegue se organizar após a Segunda Guerra Mundial, especialmente nos Estados Unidos”.

A indústria da cópia² ajuda a disseminar as tendências, mas gera perdas nos lucros de grandes marcas como Chanel, Armani, Prada. Quanto mais copiados os produtos de uma marca, mais ela terá visibilidade no mercado, porém seus lucros diminuem pela falsificação de seus produtos. Provavelmente, seus produtos vedam mais pelo valor simbólico da marca (que se intensifica com a falsificação) do que pelo produto em si. Tais produtos geralmente são adquiridos por pessoas que possuem boas condições financeiras. Já os produtos falsificados da marca podem ser uma opção de compra para pessoas de menor renda: cada um compra de acordo com o seu bolso. Hoje, no Brasil, com a facilidade de formas de pagamentos, até os que possuem uma renda menor, pertencentes à nova classe “C”³, podem comprar produtos mais caros, ou ainda, considerados de uma marca de luxo - como uma bolsa⁴, por exemplo -, pagando-os em várias parcelas.

A dinâmica da indústria de massa de moda se intensifica cada vez mais, pela facilidade de acesso às informações disponibilizadas na internet, como desfiles em grandes centros de moda, como as semanas de moda em Paris, Milão, Nova York, Londres. Alguns desfiles podem ser visualizados em tempo real – como é caso dos desfiles do São Paulo *Fashion Week* –, bastando ter um dispositivo que acesse a rede. As informações sobre moda se encontram cada vez mais pulverizadas em diferentes mídias, por meio de sites especializados, revistas, colunas de jornais, blogs, redes sociais, televisão. O que não falta são informações de tendências, lançamento de produtos e pessoas postando conteúdos referentes à moda seja um especialista ou um amante da área.

²“O sucesso de uma marca pode ser medido em termos da intensidade em que é copiada. Marcas como Chanel, Armani, Gucci, Prada e Versace têm sofrido perdas em seu lucro em função das falsificações de perfumes, de camisetas e de outros artigos, em cópias que se valem do logo famoso”. Disponível em: <www.fashion-era.com>. Acesso em: 10 ago. 2005. Citado por Gomes (2005, p. 63). A autora dedicou um item da sua tese “Moda – entre arte e consumo” para traçar a evolução da indústria da cópia.

³ Como aponta a reportagem de Claudia Rolli “O luxo da classe C” para a Folha de São Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me1807201007.htm>>. Acesso em: 20 abr.2012. Um dos destaques da reportagem é comentar sobre a pesquisa realizada com a classe C: “Pesquisa aponta que consumidores desse grupo gastam entre 30% e 60% da renda com marcas e produtos e veem o consumo como inclusão social”.

⁴Uma bijuteria fina original da marca Louise Vuitton, como um broche, pode custar em média R\$ 1.500,00 reais. Os preços das bolsas variam entre R\$ 2.000,00 e R\$ 7.000,00. Calçados da marca de R\$ 2.200,00 a R\$ 11.000,00. Disponível em: <<http://br.louisvuitton.com/por-br/mulher/sapatos/fall-2014>>. Acesso em: 20 abr. 2014.

No mercado competitivo atual, a nova concepção de desenvolvimento de produtos apresenta uma dependência do uso intensivo da informação, pelo seu próprio valor intrínseco, como fonte de atração de clientes e consumidores. Os fatos induzem à conclusão de que se solidifica uma nova estrutura de desenvolvimento de produtos nas organizações que estimulam a geração de ideias e ajudam a implementá-las.

Para entender o futuro e dele participar é preciso não perder de vista o passado, percorrendo a marcha do progresso dos conceitos e pesquisas de criatividade. Por outro lado, como afirma Caldas (2004, p. 98), os profissionais envolvidos neste processo devem ter como estratégia principal o foco em três aspectos: o econômico (a moda como negócio), o profissional (é preciso profissionalizar o setor e aprender moda na faculdade) e o cultural (moda é comportamento).

O mercado brasileiro ainda não é autônomo neste campo. Há uma década, a Consultora Luciane Robic, do Instituto Brasileiro de Moda – IBModa (*apud* BORIELLO, 2005, p. 25) dizia que o nosso mercado estava começando a engatinhar, ou seja, a cultura de moda ainda era recente. Um dos motivos desta afirmação dizia respeito à falta de profissionalização em relação à pesquisa. Outro motivo residia no fato de que, por esta atividade ser recente no país, a maioria das confecções ainda faziam cópias absolutas das grandes marcas internacionais. Somente após a organização do São Paulo *Fashion Week* é que se começou a adquirir informações sobre tendências. Todavia, as ideias não foram trabalhadas para o mercado nacional, ou seja, as marcas próprias das empresas de confecções ainda têm dificuldade em usar as informações de moda a seu favor.

Neste sentido, pode-se dizer que ainda é necessário evoluir em termos de design brasileiro, com criatividade, posicionamento e desenvolvimento mercadológico. As marcas que possuem destaque, atualmente, apresentam inovação e criatividade em seus produtos com design diferenciado e algumas características típicas – mensurando-se a questão estética –, além da relação qualidade-preço.

No Brasil, até pouco tempo, os estudos acadêmicos sobre moda, quando existiam, faziam parte de atividades esporádicas de pequenos círculos – ou de pesquisas individuais –

de pessoas envolvidas profissional e economicamente com a questão. Como lembra Lipovetsky,

A questão da moda não faz furor no mundo intelectual. O fenômeno precisa ser sublinhado: no momento mesmo em que a moda não cessa de acelerar sua legislação fugidia, de invadir novas esferas, de arrebatrar em sua órbita todas as camadas sociais, todos os grupos de idade, deixa impassíveis aqueles que têm vocação de elucidar as forças e o funcionamento das sociedades modernas. (LIPOVETSKY, 2005, p. 09).

Mas é preciso mudar essa realidade. E já se vê mudança nesse cenário. Os cursos de Bacharelado e Tecnólogos em moda, em muitas regiões do nosso país frutificam. Os grandes desfiles de moda nacionais põem em evidência alguns nomes de estudiosos da moda, como é o caso de Mario Queiroz, mestre e doutor pelo curso de pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUCSP.

3 EVOLUÇÃO DAS ESCOLAS DE MODA: PERSPECTIVAS

No Brasil, o estudo de moda é recente, se comparado ao de outras áreas. Até a década de 80, quem se interessasse pelo tema teria que aprender sozinho, ser autodidata, aprender com familiares que costuravam, artesãos, aprender tirando moldes de revistas, comprando roupas em grandes cidades onde a novidade costumava chegar mais rápido e copiar a peça, fazendo o molde a partir dela. De acordo com Pires (2002, p.2), aqueles que queriam aprender sobre o assunto e tinham dinheiro faziam cursos no exterior: “Os primeiros brasileiros que foram a Paris para frequentar cursos de *design* de moda foram Rui Spohr em 1952 e José Gayegos em 1971”.

Segundo Gibert (1993, 175), a primeira pessoa que vislumbrou a organização de um curso superior na área foi Eugenie Jeanne Villien, a qual, em 1964, criou o curso e lecionou a disciplina de Desenho de Moda, na Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo, nos cursos superiores de Desenho e Artes Plásticas: “Foi a primeira voz que se levantou em prol de um ensino superior acadêmico na área de Moda no Brasil.” Posteriormente ela ajudou a implementar o primeiro curso de ensino superior de moda no Brasil.

A primeira escola de moda do mundo de que se tem notícia é a ESMOD⁵, na França, em Paris, fundada em 1841, por Alexis Lavigne, um alfaiate que trabalhou para a Imperatriz Maria Eugênia Ignacia Augustina de Palafox-Portocarrero de Guzmán y Kirkpatrick, conhecida como Eugénie de Montijo, personalidade que foi referência no modismo da época. Alexis Lavigne desenvolveu métodos de aprendizagem para o ensino de moda a partir de noções básicas de conhecimento da área, até então não divulgados ou ensinados. Hoje a ESMOD é uma instituição internacional, com escolas em mais de quinze países, incluindo o Brasil - aqui a instituição faz uma parceria com o Senac de São Paulo desde 1994. Seus métodos de aprendizagem são patenteados, exclusivos e têm a proposta de ensinar moda em uma visão global.

No Brasil, a moda não era vista como uma área para ser estudada em cursos regulares e, menos ainda, no ensino superior. As peças de roupas eram copiadas das tendências internacionais – e era esse o atrativo das roupas – para que as pessoas as comprassem como produtos diferenciados, sendo vendidas como “a última moda em Paris”. O que se ditava lá fora era aceito aqui, como acontece até hoje, provavelmente, pela tradição na área que os países europeus têm, frente ao Brasil.

Com a falta de cursos, mão-de-obra qualificada e de profissionais preparados, quem assumia a função e cargos para criar produtos de moda eram leigos e autodidatas que, como já se disse, acabavam aprendendo o ofício com o exercício da profissão. Aparentemente, o entendimento da época (muitas vezes, ainda hoje, é vista dessa forma) era o de que o trabalho podia ser desempenhado por qualquer pessoa que tivesse certo talento artístico, alguma ou pouca informação de moda e dotada do chamado “bom gosto” (PIRES, 2002). Em alguns casos, hoje, vê-se que basta gostar de moda para trabalhar na área, escrever sobre o assunto, sem que para isso seja necessário qualquer preparação, estudo ou interesse mais aprofundado, facilitando a aceitação do erro crasso de tomar o “gostar” no lugar do “entender”, como se fossem palavras sinonímicas. O que se percebe é que a área, em alguns

⁵A partir das informações obtidas no site da instituição. Disponível em: <<http://www.esmod.com/fr/content/historique-de-lecole>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

momentos, pela própria disseminação, tornou-se uma terra sem lei, terra de todo mundo, sem uma preocupação efetiva de estudo sobre o assunto.

Frente ao exposto, os cursos de moda no país estão procurando caminhos para legitimar a área. O país demorou para constituir cursos específicos para esse campo do saber. De acordo com Rodrigues (2007), a Casa Rhodia, em 1980, começou a oferecer cursos na área voltados para criação e estilismo, os quais eram ministrados pela professora Marie Rucki, em parceria com o *Studio Berçot* de Paris. Foi o primeiro curso regular do Brasil voltado para a criação, com métodos diferenciados, bem diferentes dos cursos de corte e costura que eram oferecidos, que primavam pela operação de costurar, sem a preocupação com a criação de peças diferenciadas.

Esse interesse pela área surgiu, de acordo com Pires (2002, p.9), pelo aumento de empresas têxteis e de confecção do país: “Os anos 80 trataram a moda como importante área de negócio que abrange generosa fatia do mercado de produtos industrializados.” Com o aumento da economia e de empresas do setor, sentiu-se a necessidade de criar cursos especializados na área para formar profissionais qualificados e suprir a demanda do mercado. Assim, com o aquecimento do setor, em 1982, foi fundada a Associação do Vestuário (ABRAVEST)⁶, criada para defender os interesses da indústria do vestuário.

De acordo com Fraga (2007), um dos primeiros cursos de moda do Brasil foi o curso de Estilismo e Modelagem do Vestuário – um curso de extensão –, implantado em 1984, pela UFMG, onde pessoas interessadas pela área do Brasil inteiro foram estudar. Esse curso originou o curso superior em Design de Moda da referida universidade.

⁶ Associação criada para defender os interesses da indústria do vestuário, em que a cada ano gera mais empregos e lucros bem significativos: “A Associação Brasileira do Vestuário é a legítima representante dos interesses da indústria produtora de roupas em âmbito nacional e internacional. Atuando desde 1982, na capital do estado de São Paulo, congrega, através de seu conselho superior político, cerca de 63 Sindicatos Patronais Regionais da indústria do setor, abrangendo cerca de 27.661 empresas (em 2012), distribuídas por todo o território nacional. A ABRAVEST representa a maior força geradora de empregos da indústria de transformação nacional. A mão-de-obra empregada diretamente é de 1.215.902 postos de trabalho, atingindo indiretamente um contingente de 5.600.000 de pessoas. Nossas indústrias em 2012 produziram 6.125.310 bilhões de peças confeccionadas com um faturamento anual equivalente a US\$ 45.481.361 bilhões. A ABRAVEST orgulha-se por representar e prestar serviços à indústria nacional do vestuário, segmento de importância estratégica para o desenvolvimento do nosso país”. Disponível em: <<http://www.abravest.org.br/>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

Já os cursos superiores da área surgiram mais tarde. Segundo Rodrigues (2007), o primeiro curso superior voltado para a área de moda foi implantado em 1987, em São Paulo, pela Faculdade Santa Marcelina. O curso⁷ foi organizado há mais de 25 anos, já formou grandes nomes na área, como Alexandre Herchcovitch; Cynthia Hayashi, Karin Feller, dentre outros profissionais de destaque. É o primeiro curso de moda e o mais tradicional do Brasil, sendo que em 2013 ganhou o prêmio de melhores universidades no guia do estudante, obtendo 5 estrelas. Outro curso da área que obteve 5 estrelas pelo guia do estudante⁸ foi o curso de moda da UDESC, de Florianópolis, Santa Catarina, implantado em 1996⁹, sendo o primeiro curso fundado no estado. Segundo Pires (2002, p.2), quando os primeiros cursos superiores de moda foram organizados, “[...] a ideia era formar um profissional bem informado e de sólida formação, pronto a qualificar a produção brasileira de moda e abrir espaço para novas ideias”.

Atualmente, o Brasil é o país que possui o maior número de cursos voltados para a área de Moda. Para identificar alguns desses cursos, consultou-se o portal do Ministério da Educação, e-MEC, na área de pesquisa sobre Instituições de Ensino Superior cadastradas no sistema com a sigla IES. Através da pesquisa foram identificadas as instituições superiores da área de moda que foram credenciadas e, atualmente, aparecem no sistema como “em atividade”. De acordo com a consulta realizada nos dias 8 e 9 de setembro de 2014, os cursos que estão cadastrados no site do e-MEC¹⁰ resultaram em 142 cursos da área de Moda, na modalidade presencial ou a distância, voltados para a formação de Bacharelado, Tecnológico (CST) ou Sequencial, em atividade. A maioria deles sob a designação de Design de Moda, enquadrando-se na área do Design Industrial. Outros sob a denominação de Moda, enquadrando-se na área de Artes, e outros, ainda, com nomes diferenciados dos demais, como Têxtil e Moda (USP), Moda, Design e Estilismo (UFPI), Design de Moda – Estilismo e Design de Moda – Modelagem (SenacSP) e Gestão de Varejo em Moda (FBV). Nessa pesquisa, os

⁷Outras informações referentes ao curso estão disponíveis em: <<http://www.fasm.edu.br/graduacao/curso-moda>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

⁸Mais informações sobre cursos de moda, disponível em: <<http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/artes-design/moda-686724.shtml>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

⁹De acordo com as informações disponíveis na página do curso: <<http://www.ceart.udesc.br/moda/>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

¹⁰Pesquisa realizada entre os dias 8 e 9 de setembro de 2014. Disponível em: <emec.mec.gov.br/emec/nova#avancada>. Acesso em: 8-9. set. 2014.

estados com maior número de cursos de moda, ultrapassando dez, são: São Paulo (36), Santa Catarina (15), Rio Grande do Sul (15), Paraná (14) e Minas Gerais (13). Outros estados aparecem na relação com número inferior: Pernambuco (7), Ceará (7), Rio de Janeiro (6), Goiás (6), Bahia (5), Distrito Federal (4), Espírito Santo (3), Piauí (3), Amazonas (2), Pará (2), Paraíba (1), Rio Grande do Norte (1), Mato Grosso (1) e Mato Grosso do Sul (1). Estados que não possuíam registro no sistema e-MEC com curso na área são: Amapá, Acre, Maranhão, Rondônia, Roraima, Sergipe e Tocantins. A partir da consulta, montou-se uma tabela das escolas da área de moda de ensino superior do Brasil que estão registradas na plataforma e-MEC. O quadro foi montado pela ordem dos estados com maior número de cursos na área até os estados com menor número. Anotou-se o estado, a quantidade de curso e o grau registrado no sistema. Na tabela 1 diferenciou-se o grau do curso como Tecnológico (T), Bacharel (B) e Sequencial (S):

Tabela 1 - Cadastro dos cursos de ensino superior na área de moda no Brasil

Estados	Quantidade	Grau
São Paulo	36	20 T, 15B e 1 S
Santa Catarina	15	5 T e 10 B
Rio Grande do Sul	15	11 T e 4 B
Paraná	14	8 T e 6 B
Minas Gerais	13	5 T e 8 B
Pernambuco	7	5 T, 1 B e 1 S
Ceará	7	6 T e 1 B
Rio de Janeiro	6	4 T e 2 B
Goiás	6	3 T e 3 B
Bahia	5	4 T e 1 B
Distrito Federal	4	4 T
Espírito Santo	3	3 T
Piauí	3	2 T e 1 B
Amazonas	2	1 T e 1 B
Pará	2	1 T e 1 B
Paraíba	1	T
Mato Grosso do Sul	1	T
Mato Grosso	1	T
Rio Grande do Norte	1	T

Fonte: Tabela criada a partir dos dados pesquisados no portal e-MEC entre os dias 8 e 9 de setembro de 2014

O que se percebeu com a pesquisa é que os números obtidos não refletem a quantidade total, mas a parcial dos cursos superiores nacionais na área de moda. Alguns cursos não apareceram no sistema, provavelmente pela diversidade de área de concentração em que foi registrado no e-MEC, tendo sido, talvez, cadastrado somente na área em que, na atualidade, percebe-se como maior: Design, porém com a formação voltada para a habilitação em Moda. Cursos que são cadastrados na mesma rede, mas com atuação em Campi de diferentes cidades. Em uma pesquisa mais aprofundada no estado de Santa Catarina, percebeu-se que alguns cursos cadastrados no sistema e filtrados como “em atividade”, não estavam mais em atividade, nem constavam mais na página da instituição entre os cursos oferecidos, atualmente. Cursos cadastrados no portal como Design de Moda, mas que na página da instituição são denominados apenas como Design. Instituição cadastrada que oferecia o curso em campi de diferentes cidades. E outros cursos que não foram encontrados na plataforma, mas que são ofertados. Assim, pela pesquisa havia um total de 18 cursos superiores de moda no estado de Santa Catarina em 2014.

De acordo com a pesquisa apresentada em 2011, no Fórum das Escolas de Moda na cidade de Maringá, Paraná, da jornalista Astrid Façanha (*apud* LIMA e MORAES, 2013, p. 06), a relação de instituições com cursos superiores na área de moda no Brasil, em atividade naquele ano, totalizava 174 cursos. Entre eles, 75 cadastrados como bacharelados, 92 como tecnológicos, 5 como sequenciais e 2 como licenciaturas, sendo 18% deles ofertados por instituições públicas e 88% por instituições privadas.

Com o aumento dos cursos superiores na área, surgiram os eventos científicos voltados especificamente para a moda, como o Colóquio de Moda (o mais conhecido e que completa 11 anos este ano), o Encontro Nacional de Pesquisa e Moda (ENPModa, 5 anos), o Congresso Científico Têxtil e de Moda (CONTEXMOD, 3 anos), o Congresso Internacional de Moda e Design (*CIMODE*, 2 anos), *Moda Documenta – Congresso Internacional de Memória, Design e Moda* (2 anos), dentre outros.

Em 2010, professores e coordenados de alguns cursos da área de moda de São Paulo formaram o Encontro Nacional de Moda (ENEModa). O grupo surgiu com a intenção de discutir assuntos referentes à área de formação, para propor melhorias nos cursos e debater

sobre o reconhecimento dos cursos superiores em Moda como área de conhecimento e campo do saber junto ao MEC. No dia 29 de agosto de 2014¹¹, foi lançada oficialmente a Associação Brasileira de Ensino em Moda (ABEModa), durante o 5º ENEModa, na Universidade Feevale, em Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul.

A associação foi criada porque se percebe o aumento dos cursos de moda no país, o avanço produtivo e econômico na área e o crescente interesse pela moda. Embora o primeiro curso superior de moda no país tenha surgido em 87, e de lá para cá o aumento dos cursos de moda tenha sido significativo, ainda hoje o curso não possui uma diretriz curricular nacional específica de Moda. Aparentemente, entende-se, para o Ministério da Educação (MEC), que moda não é um campo de conhecimento e de saber, e que é necessário ter uma área maior que lhe assegure e lhe dê bases mais sólidas. Por isso, em 2002, de acordo com Souza, Neira e Bastian¹² (2010), a área de moda passou a ser avaliada como um conhecimento que compõe a matriz curricular da área do design.

Com esse novo enfoque, os cursos, até então denominados de Moda ou Estilismo - que possuíam matrizes curriculares que contemplavam disciplinas julgadas serem essenciais para a área, com conteúdos específicos de Moda - tiveram que ser reestruturados, alterando conteúdos, disciplinas, ementas e o próprio nome do curso, mudando o enfoque, em sua maioria, para Design de Moda. Toda reestruturação feita partiu das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, consolidadas pela Resolução CNE/CES nº 05, de 8 de março de 2004¹³. Este documento¹⁴ norteou a reelaboração dos novos projetos

¹¹Notícia sobre o evento, disponível em: <http://www.diariodecanoas.com.br/index.php?id=/noticias/materia.php&cd_matia=78550&dinamico=1>. Acesso em: 3.set.2014. Como afirma a presidente da ABEModa, Romy Tutia, na notícia do diário canoas: “São nossos objetivos aproximar ainda mais as escolas e o mercado de trabalho, contribuir para o desenvolvimento acadêmico dos estudantes de Moda, aperfeiçoar os professores, além de trazer informações sobre legislação, fazer com que as coordenações mantenham contato e agregar valor a eventos como o ENEModa”, explicou a professora. Além disso, será organizada uma revista acadêmica de Moda”.

¹² SOUSA, Cyntia Santos Malaguti de; NEIRA, Luz García; BASTIAN, Winnie. Regulação do ensino do design de moda – para quem? In: Anais 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://blogs.anhembri.br/congressodesign/anais/artigos/69520.pdf>>. Acesso em: 8 set. 2014.

¹³CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR. **Resolução nº 5, de 8 de março de 2004**. Aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e dá outras providências. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf>. Acesso em: 08 set. 2014.

pedagógicos dos cursos da área existentes, para a aprovação pelos órgãos avaliadores (que avaliam de acordo com a resolução vigente) e a estruturação dos cursos que surgiram depois da aprovação das diretrizes.

Os cursos começaram a ser avaliados, também, pela nota geral que os alunos matriculados nos cursos tiravam no Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade)¹⁵. Ou seja, o Enade avalia também os cursos e indica parâmetros de melhorias para a qualidade do ensino superior. Desde 2004, a partir da criação do Sistema Nacional de Avaliação do Ensino Superior (Sinaes)¹⁶, pela Lei nº10.861, o exame nacional (Enade) é utilizado.

Nesse contexto, a partir de 2006, os exames do Enade, atendendo à nova estrutura, começaram a ser aplicados aos cursos de design, com questões iguais para todas as habilitações que passaram a fazer parte da área: produto, gráfico, interiores, moda (SOUZA, NEIRA e BASTIAN, 2010). Com a análise da prova aplicada em 2006¹⁷, e pesquisa realizada por Souza, Neira e Bastian (2010), percebe-se que as questões de componente específico não se aplicam aos conteúdos estudados na área de moda. Das 30 questões, nenhuma contempla assuntos próprios desta área, o que, certamente, dificulta as respostas às questões, induzindo o acadêmico a agir norteando-se mais pela lógica ou intuição do que pelo conhecimento específico, como se pode perceber no gráfico 1.

¹⁴ De acordo com Souza, Neira e Bastian (2010, p. 02), “Tais diretrizes têm permeado a cultura de ensino de moda no Brasil: conhecimentos e práticas do campo do design passaram a conviver com os mais tradicionais do campo da moda e a própria cultura do design também começou a se aproximar mais daquela, tratando mais profundamente de aspectos socioculturais e simbólicos, entre outros. Após uma fase de ajustes, a medida trouxe benefícios, sobretudo pelo espaço criado para uma articulação mais abrangente, diversa e sistêmica do campo do design como um todo. As diretrizes admitiam, ainda, “modalidades e linhas de formação específicas” conforme as características e demandas de cada região, o que incentivou a criação de diferentes habilitações”.

¹⁵ Pesquisa realizada no site e-MEC: disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf>. Acesso em: 09 set. 2014.

¹⁶ Conforme informações do portal INEP, o Sinaes foi “Criado pela Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, o **Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes)** é formado por três componentes principais: a avaliação das instituições, dos cursos e do desempenho dos estudantes. O Sinaes avalia todos os aspectos que giram em torno desses três eixos: o ensino, a pesquisa, a extensão, a responsabilidade social, o desempenho dos alunos, a gestão da instituição, o corpo docente, as instalações e vários outros aspectos”. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/superior-sinaes>>. Acesso em: 09 set. 2014.

¹⁷ Exame do Enade do curso de Design de 2006, disponível em: <http://download.uol.com.br/vestibular/provas/2006/enade2006_design.pdf> Acesso em: 09 set. 2014.



Gráfico 1 - Relação de assuntos específicos abordados (30 questões)
Fonte: Souza, Neira e Bastian (2010, p. 3)

A pergunta que fica é: qual foi a média das notas obtidas pelos alunos da área de moda?

No ano de 2006, de acordo com Souza, Neira e Bastian (2010), o MEC considerou a formação advinda do Curso Superior Tecnológico em Design de Moda, inserindo-o no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia. A partir de então, criou o exame do Enade com questões específicas para o Curso Superior Tecnológico em Design de Moda. Desta forma, mais uma vez os cursos da área tiveram que se adaptar: ou “enxugariam” a carga horária, contemplando os conteúdos, antes ministrados em 4 anos, nos 2 anos ou 2 anos e meio que costuma ser a média de tempo de formação dos cursos superiores tecnológicos. Outra opção era inserir questões específicas do design, além daquelas já inseridas na reestruturação anterior, para que os alunos matriculados nos cursos de bacharelado em moda pudessem responder ao exame do Enade com mais conhecimento e assertividade. Tal procedimento resguardaria a intuição, na esperança de manter o curso em funcionamento (já que nota baixa no Enade¹⁸, o que equivale a conceito 1 e 2, em uma escala de 1 a 5, somada à nota da avaliação do curso e totalizando nota abaixo de 3,

¹⁸Conforme informações da notícia: Mais de 200 cursos com baixa avaliação no Enade terão vestibulares fechados. UOL. Postado em: 20 nov. 2013. Disponível em: <<http://archimedes.ne10.uol.com.br/2013/11/20/mais-de-200-cursos-com-baixa-avaliacao-no-enade-terao-vestibulares-fechados/>>. Acesso em: 8 set. 2014.

representa uma ameaça à continuidade da oferta do curso). Em 2009, o exame do Enade foi aplicado novamente aos cursos de design, mas naquele ano em duas modalidades: uma prova feita para os cursos de bacharelado em design, abarcando todas as habilitações, e uma prova elaborada para os cursos de tecnologia, o que incluía os cursos de tecnologia em design de moda, com questões voltadas para as habilitações específicas (SOUZA, NEIRA e BASTIAN, 2010). Nesse momento, provavelmente, a média das notas dos acadêmicos de moda tenha sido maior, em especial, dos acadêmicos matriculados em Cursos Superiores Tecnológicos de Design de Moda. Em 2012, foi realizada uma nova prova para os acadêmicos de cursos de bacharelado em Design, contendo conteúdos para todas as habilitações, com conhecimentos gerais do curso, entretanto naquele ano os cursos de bacharelado denominados Design de Moda ou Moda não foram convocados para fazer o exame.

Em novembro deste ano, o exame nacional será aplicado aos acadêmicos dos cursos de bacharelado em Design. Neste momento muitas perguntas ecoam como: Este ano a prova para a área de Design abordará conteúdos também específicos da área de moda para que acadêmicos de cursos em Bacharelado em Design de Moda possam responder? Os acadêmicos de cursos de bacharelado intitulados de Moda precisarão fazer a prova?

A ABEMODA (Associação Brasileira de Ensino em Moda) tentou sanar essas questões ao enviar uma nota de esclarecimento no final de março deste ano sobre o ENADE 2015 para todos os coordenadores de cursos de Bacharelado em Moda e Design de Moda. No contexto geral, o que se entende é: acadêmicos que estão inscritos em cursos de bacharelado em Moda, Design de Moda, **não serão obrigados a fazer a prova**, conforme a Portaria Normativa nº 3, de 6 de março de 2015¹⁹. Cabe à instituição inscrever seu curso (ou não) para fazer a prova com questões gerais do curso de bacharelado em Design. Somente acadêmicos inscritos em cursos Superiores Tecnológicos em Design de Moda **são obrigados a fazer a prova**, outros cursos com nomenclaturas diferentes das citadas na Portaria Normativa nº 3, **não serão convocados**.

¹⁹Portaria Normativa nº 3, de 6 de março de 2015, que estabelece as regras do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes – ENADE /ano de 2015. Disponível em: < http://portal.inep.gov.br/visualizar/-/asset_publisher/6AhJ/content/enade-2015-sera-aplicado-para-26-cursos-em-22-de-novembro>. Acesso em: 15 abr. 2015.

Através da solidificação das diferentes diretrizes, os cursos se tornaram mais homogêneos em relação a conteúdo e disciplinas. Essa homogeneidade é boa quando se estabelecem padrões de qualidade, ao mesmo tempo em que os cursos podem perder a sua característica original, para atender à “formatação” vigente. Acredita-se que é necessário atender aos padrões de qualidade, mas sem ter que perder o diferencial de cada curso. Há, de fato, que se configurar um referencial identitário ao curso, senão será apenas mais um, em meio a tantos outros que já foram criados, como confere Fraga (2013):

O ensino de moda no Brasil ainda é muito recente, e com essa pasteurização que houve do ensino de moda no mundo, os americanos sucatearam o ensino de moda da Europa. Por isso, hoje todas as escolas já têm mais ou menos o mesmo programa, a mesma história. No Brasil – embora seja um dos países com o maior número de escolas de moda do mundo – é difícil você detectar uma vocação, um diferencial que faça você procurar esse curso pelo que ele oferece. Então ele é todo planejado, o que representa um problema muito sério. Se isso fosse pensado, se isso fosse sanado, o ensino de moda no Brasil despertaria interesse, inclusive de alunos de fora.

Frente ao exposto, entende-se que todos os tipos de avaliações são necessários para que se tenha, cada vez mais, qualidade no ensino superior no Brasil. Os parâmetros reguladores norteiam a criação e melhoria dos cursos. Ainda assim, há questões que se levantam: Como os cursos superiores de moda são vistos hoje no Brasil, em meio a tantas mudanças, sem ter legitimidade de fato e diretrizes específicas para a área? Como os cursos de moda mais antigos do Brasil, que passaram por todas as transformações, percebem essas mudanças “obrigatórias”, feitas “no meio do caminho”? Frente a todas as mudanças, provas com questões que não se aplicam à área, adaptações, um curso que quer ter sua essência em moda hoje, no Brasil, consegue ter uma identidade? Se o curso não se adaptar às mudanças postas pelos órgãos reguladores ele consegue sobreviver?

Depois de atender a todas as mudanças, a área de moda “necessita” de um território. Hoje, ela se enquadra na área do conhecimento da arte? Ela se enquadra na área do conhecimento do design? A moda no Brasil não tem um mercado, constituindo-se cada vez mais sólido e cursos suficientes capazes de tornar a “moda pertencente à área do conhecimento de moda”?

Essas são algumas questões levantadas na intensão da melhoria contínua de um curso que, atualmente, conta com o interesse de muitos estudantes, assim como do estudo da área que tenta quebrar com o paradigma de futilidade que ainda lhe é atribuído (inclusive na academia) e fortalecer o de utilidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A evolução das escolas de moda, como em outras áreas, evoluiu de acordo com as necessidades de cada momento, já que o aquecimento do mercado de moda do país nas últimas décadas fez com que houvesse o aumento da procura de profissionais qualificados na área. Tal aumento da valorização econômica da área fez surgir os primeiros cursos superiores em Moda. Ao longo dos últimos anos os cursos superiores na área passaram por adaptações para tentar atender algumas regulamentações de órgãos educacionais nacionais.

Essas mudanças foram importantes para garantir maior qualidade aos cursos criados, mas ao mesmo tempo foram adaptações que não se enquadravam com algumas ações da área. Deste modo, após este estudo, percebe-se que os esforços para legitimar a área não são para se fugir à regra, pelo contrário, servem para propor a criação de regras que sejam boas para todos ou, pelo menos, para a maioria. Criar diretrizes que possam ser aplicadas à área de moda e exames com questões voltadas para a habilitação específica, sem a necessidade de mudar ou fragmentar conteúdos que se julguem necessários no curso e diminuir o tempo de maturação e formação acadêmica: de bacharelado para tecnológico.

Este ano (2015), os acadêmicos dos cursos de bacharelado com a nomenclatura diferenciada de Design não serão convocados para fazer o Enade. Esta é uma conquista dos que lutam pela legitimação da área, como os diretores e participantes da ABEMODA. Que a força dos envolvidos aumente, que profissionais, pesquisadores e professores se envolvam para que a área de Moda seja de fato legitimada no Brasil, país que é considerado, atualmente, como o que mais oferece cursos de moda no mundo.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Grazyella Cristina Oliveira. **Expressões do imaginário na moda brasileira: um estudo dos processos de criação do estilista Ronaldo Fraga**. 2014. 558 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Departamento de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=17819>. Acesso em: 10 mar. 2015.

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro : Senac Rio, 2004.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR. **Resolução nº 5, de 8 de março de 2004**. Aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e dá outras providências. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf>. Acesso em: 08 set. 2014.

FRAGA, Ronaldo. **Entrevista concedida**. Belo Horizonte, Minas Gerais, nov. 2013.

_____. **Ronaldo Fraga**. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

GIBERT, Vera Lúcia Pieruccini. **O entorno acadêmico e industrial têxtil no vestir e morar brasileiros**. São Paulo : ECA-USP, 1993. (Dissertação de Mestrado em Artes).

GOMES, Susana Helena de Avelar. **Moda: entre arte e cultura**. 2005, Doutorado em Comunicação e Semiótica (Tese) – PUC. São Paulo : PUC

LIMA, Gisele Matos; MORAES, Mario Cesar Barreto. Os conteúdos de Administração nos Cursos de Moda de Santa Catarina. In: **9º Colóquio de Moda**, Fortaleza (CE), 2013. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO_COMUNICACAO-ORAL/Os-conteudos-de-Administracao-nos-Cursos-de-Moda-de-Santa-Catarina.pdf>. Acesso em: 8 set. 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo : Companhia das Letras, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo : Barcarolla, 2011.

PIRES, Dorotéia Baduy. A história dos cursos de design de moda no Brasil. **Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação**. Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, v. 6, n. 9, p. 112, 2002.

RODRIGUES, Walter. **Walter Rodrigues**. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.



5° ENP Moda

Encontro Nacional de Pesquisa em Moda

SOUSA, Cyntia Santos Malaguti de; NEIRA, Luz García; BASTIAN, Winnie. Regulação do ensino do design de moda – para quem? In: **Anais** do 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://blogs.anhembi.br/congressodesign/anais/artigos/69520.pdf>>. Acesso em: 8 set. 2014.