

MODA E DESIGN COMO CAMPOS DO SABER: O CONTEXTO E AS CONDIÇÕES DE ESCOLHA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

FASHION AND DESIGN AS FIELDS: THE CONTEXT AND CONDITIONS OF THE FEDERAL
UNIVERSITY OF CEARÁ CHOICE

Cyntia Tavares Marques de Queiroz¹

RESUMO

Este artigo tem como objetivo compreender a Moda e o Design como campos, tendo como referencial teórico a teoria dos campos sociais, em Bourdieu (1983), para melhor compreensão de como a existência de um campo implica na existência de uma luta pelo monopólio da autoridade legítima, e de como percebemos esta luta entre estilistas e designers. Apresenta como estudo de caso o curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, que fez opção pelo Design em 2011.1. Os resultados nos levam a compreender o contexto, as condições, as rupturas e as continuidades da mudança no curso de Moda da UFC e o que tem isso a dizer sobre a universidade nos tempos de hoje.

Palavras-chave: Campo. Poder. Dominação. Currículo.

ABSTRACT

This article aims to understand the Fashion and the Design as fields, having as theoretical framework the theory of social fields in Bourdieu (1983), for better understanding of how the existence of a field implies the existence of a struggle for monopoly of the legitimate authority, and how this happens between stylists and designers. It presents a particular study, the course of Fashion Design at Federal University of Ceará, that selected the Design field in 2011.1. The results lead us to understand the context, conditions, ruptures and continuities of the change at UFC Fashion course and what has this to say about the university in today's times .

Keywords: Field. Power. Domination. Curriculum.

¹ Professora Adjunta do curso de Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará.

1 INTRODUÇÃO

Os docentes e discentes de graduação comumente refletem sobre os seus respectivos Projetos Pedagógicos de Curso (PPC), ou pelo menos deveriam, já que as necessidades contemporâneas deixam de ser as de outrora, tornando imprescindível a adequação dos currículos a um mundo que hoje requer cidadãos críticos, conscientes, comprometidos com a valorização da diversidade cultural, da cidadania e aptos a se inserirem numa realidade global e plural, em todas as áreas.

Trata-se de reflexões constantes e vigilantes, que conferem traços identitários aos cursos e que foram, inclusive, reconhecidas como importantes pelo Ministério da Educação (MEC), quando, através da Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES), normatiza, no Parecer CONAES No. 4, de 17 de Junho de 2010, o Núcleo Docente Estruturante (NDE) como órgão consultivo e deliberativo, responsável pela concepção, consolidação, revisão, acompanhamento e avaliação do Projeto Pedagógico de cada Curso.

No Design-Moda da Universidade Federal do Ceará estas reflexões são realizadas desde o primeiro ano da sua criação, em 1993. Entretanto, elas só se materializaram em um novo Projeto Pedagógico no ano de 2010, com implantação em 2011.1, quando o então curso de Estilismo e Moda alterou sua concepção formativa e migrou para o campo do Design, guiando-se pelas orientações do MEC, que estabeleceu, em 2004, que os cursos de graduação em Moda do Brasil deveriam obedecer às diretrizes curriculares do Design.

O presente artigo tem como objetivo geral apresentar os dois campos como possibilidades de posicionamento na graduação. Como objetivos específicos, identificar o percurso, o contexto e as condições que nortearam a escolha da UFC pelo campo do Design; apresentar as primeiras impressões dos estudantes e professores acerca da mudança; e refletir sobre as conseqüências da escolha e necessidades de adequação curricular e de atualização da formação de professores.

Metodologicamente, a pesquisa bibliográfica voltou-se para o aprofundamento das duas áreas, para que o conhecimento nos possibilitasse o posicionamento coerente. Como estudo de caso, utilizamos a análise documental para investigar o curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará.

Ao refletir sobre o currículo, utilizamos o modelo de interpretação proposto por Sacristán (2000), construído no cruzamento de influências e campos de atividade diferenciados, mas que se inter-relacionam de modo recíproco. O autor define vários níveis de currículo: o *prescrito* como as prescrições ou orientações quanto aos conteúdos obrigatórios; o currículo *formal* ou *apresentado* aos professores, a materialização que assume papel decisivo na orientação das suas respectivas atividades educativas nas aulas; o currículo *modelado pelos professores*, que reconhece o docente como um agente ativo, que vai moldar a orientação, de acordo com a sua cultura profissional e os seus valores; o currículo *em ação*, que dá sentido real à qualidade do ensino e, atrelado a ele, o currículo *realizado*, produzindo os efeitos cognitivos, afetivos, sociais, morais, etc. Por fim, Sacristán apresenta-nos o currículo *avaliado*, através do qual se reforça um significado e as aprendizagens escolares adquirem o *status* de valor.

2 MODA OU DESIGN?

O campo da Moda se constituiu, nos últimos anos, a partir da presença do estilista como agente de dominação. Ele era/é² tanto o profissional responsável pela criação autoral para a alta-costura, quanto o produtor que se vincula às marcas e desenvolve produtos assinados em larga escala, como também, ainda, aquele que projeta peças do vestuário em grandes quantidades, que são consideradas populares e de menor valor. As três categorias apresentam os seus próprios agentes e locais de distribuição e difusão, que se opõem em busca da distinção (CHRISTO, 2013). Independente da categoria na qual atua, o estilista baseia sua atividade na prática empírica, respaldada pelo fato de ser consagrado e legitimado no campo, o que lhe possibilita arriscar-se ao erro ou acerto.

² A figura do estilista não desapareceu com o enquadramento da Moda pelo MEC. Como instância de poder, esta instituição provocou a alteração do campo na Moda, no que consiste à formação. O que, ao longo prazo, deverá conduzir à mudança. Contudo, defende-se que no atual campo da criação, o estilista continua em atuação, conforme se verifica nas terminologias utilizadas por editores, jornalistas de Moda e empresários do setor.

Este ofício que funda a noção do Estilismo vai perdendo importância, na medida em que as instâncias formativas deixam de legitimá-lo e passam a capacitar outro produtor do campo, o designer. Neste movimento, busca-se a conservação ou a subversão da estrutura da distribuição do capital específico, conforme Bourdieu (1983). Assim, ao situar todos os cursos de Moda na área do Design, no início do século XXI, o Ministério da Educação estaria inaugurando um novo campo que comumente chamamos de Design, Design de Moda, ou Design-Moda, de acordo com as limitações de nomenclatura estabelecidas pelo MEC³.

Para Christo e Cipiniuk (2013), as funções desempenhadas por designers de Moda ou estilistas são semelhantes. Ambos precisam dominar a forma e os processos criativos, conhecer os usuários de seus produtos, os materiais e processos de fabricação dos mesmos, e os fatores que afetam os custos produtivos.

Mesmo no que concerne ao tempo de obsolescência dos objetos, que para o vestuário parece ser menor, pela influência da Moda e seus movimentos de distinção e diferenciação, ainda assim, os campos se aproximam:

[...] mesmo que o tempo estabelecido para a obsolescência de um objeto tradicionalmente entendido como pertencente ao campo do Design seja maior que o de um objeto do vestuário, ainda assim, podemos entender que os produtos desenvolvidos por qualquer designer não conseguem estar totalmente isentos do fenômeno da Moda (CHRISTO, 2013, p. 65).

Para Christo e Cipiniuk, esta aproximação e semelhança entre os modos e processos de planejamento, criação e produção de objetos “tradicionalmente entendidos como de Design e de objetos do vestuário” sempre existiu, apesar das resistências, movimento natural da estrutura dos campos. Nota-se que, nas duas formas de resistir, há um desmerecimento do designer ao olhar do estilista, e vice versa, que não se restringe

³ Os cursos de bacharelado devem se chamar Design, e os cursos tecnológicos Design de Moda. Por questões diversas, cujas razões desconhecemos, há bacharelados denominados Design de Moda. Na UFC o curso é Design-Moda para se distinguir de outro curso de Design, vinculado a outra Unidade Acadêmica, com foco no produto.

apenas a diminuir a atuação do outro, mas também em não se adequar às noções associadas a cada uma das atividades:

De forma semelhante, tanto alguns designers parecem ter dificuldade de perceber o vínculo da sua atividade com noções normalmente atribuídas ao fenômeno Moda, como a valorização da autoria, a relação entre o produtor e a constituição do valor simbólico do objeto desenvolvido, a valorização da noção de novo, o estabelecimento de um estilo possível de ser identificado como expressão formal de determinado produtor; como os produtores de objetos do vestuário parecem ter dificuldade em perceber as relações da sua atividade com noções normalmente associadas ao Design, como a relação com os requisitos impostos pelas demandas do mercado e o desenvolvimento de objetos direcionados aos usuários e não aos criadores, mesmo para objetos de vestuário aparentemente autorais, livres e autônomos (CHRISTO; CIPINIUK, 2013, p. 2-3).

O Design é atividade projetual vinculada às necessidades de seus usuários. Logo, é racional, objetivo e prático. Para Christo e Cipiniuk (2013), esta é uma definição que remonta à tradição modernista que permeou a institucionalização do campo nas décadas de 1950 e 1960 e que contribuiu para qualificá-lo pela competência na construção de produtos com êxito comercial, pela atenção às necessidades dos usuários e empresas, mas também o desqualifica pela submissão aos ditames mercadológicos.

Um dos argumentos que comumente encontramos entre os que defendem a manutenção da Moda como área no MEC, é o de que o trabalho do estilista é criativo, inovador e livre, o aproxima do conceito de artista, de genialidade, conferindo-lhe o papel mais importante do epicentro da Moda. O produto que gera segue, portanto, a lógica de uma expressão individual e autônoma, que apresenta dificuldades para ser mensurado, controlado ou previsto. Em contrapartida, o designer pode ser comparado a um técnico racional e lógico, que se compromete com as demandas do mercado e dos produtores sem autonomia para criar e inovar. Contudo, ele gera objetos planejados, cujos resultados podem ser previstos, o que o configura como detentor de uma qualidade superior, pelo bom desempenho do seu produto, dotado de grande valor simbólico. “[...] esta noção [...] acaba aproximando o designer da mesma noção de gênio criador vinculada ao campo da arte que o diferencia e afasta de outros produtores não legitimados como designers pelo campo [...]”

(CHRISTO, 2013, p. 70). Neste sentido, o que muda entre os dois campos é que esta qualidade poderia ser adquirida pela formação, enquanto o estilista é um artista de essência, nasceu com esta capacidade artístico-criativa que o distingue.

No Brasil, segundo Christo (in: PIRES, 2008), o Design foi rapidamente aproximado da ciência e da técnica e afastado do campo da arte, o que reforçou a desvalorização do designer, por afastá-lo da noção de criador autoral e autônomo. Por outro lado, o discurso da necessidade do Design se configurar como uma área tecnicista foi reforçado por sua tradição modernista. Esta oposição entre o profissional livre e autônomo e o que está preso aos ditames do mercado vem a se tornar o objeto de disputa necessário para o funcionamento do novo campo.

Assim, a mesma capacidade que qualifica o designer, pela sua competência projetual, pois lhe assegura uma condição única no campo, igualmente o diminui, pois o projeta como um profissional limitado e preso às demandas do mercado. Posicionar-se em meio a esta e a outras ambigüidades do novo campo, vai depender das diferentes posições e relações de poder dos seus agentes.

Não há como defendermos uma produção autônoma e completamente desvinculada dos valores do mercado, assim como também não defendemos que se produza apenas para ele. O designer não desenvolve exclusivamente para atender às demandas do mercado, do 'grande público', pois em alguns casos ele pode se dedicar à produção de objetos direcionados ao seu próprio campo, segundo critérios do mesmo. São, neste sentido, reconhecidos, consagrados e legitimados como produtores eruditos.

De igual modo, o estilista também pode assumir tanto a posição de livre e detentor de um talento individual único, com a sua assinatura de alto valor econômico e simbólico, quanto pode se vincular à indústria do mercado, distanciando-se de sua autoralidade. "Do mesmo modo que a assinatura de determinado designer altera o valor do produto desenvolvido por ele, os objetos do vestuário recebem valores diferenciados conforme a posição ocupada pelo produtor que o assina [...]" (CHRISTO, 2013, p. 90).

Assim como no campo da Moda são verificadas posições opostas dos diferentes produtores, pois se produz para alta costura, vincula-se às marcas, ou se produz em série

para um público massificado, no atual campo do Design, a oposição se dá entre os estilistas - que buscam estratégias de conservação para manutenção do prestígio e exclusividade, protegendo o seu capital simbólico acumulado - e os designers de Moda - com estratégias de subversão que questionam as normas estéticas dos estilistas e tentam desvalorizar o seu capital simbólico.

Nota-se, portanto, que não é a formação, a autoridade, a metodologia projetual, as atividades profissionais exigidas que vão justificar a escolha institucional por um ou outro campo, mas, sobretudo a luta de campos. Para Bourdieu (1983), um campo é um espaço social estruturado de posições, onde agentes estão em concorrência pelos benefícios específicos, de acordo com as regras igualmente específicas que lhe são inerentes. Assim, ele é constituído de relações sociais multifacetadas entre agentes de interesse comum.

Trata-se de um espaço social envolvido em relações de poder, com a notável presença de dominador/dominado. Os detentores de maior poder, ou acúmulo de capital, seja econômico, cultural, social ou simbólico, podem interferir no campo, através da definição de suas regras, limites, benefícios e, assim, manter sua posição. Os agentes que concorrem entre si, contudo, embora compartilhem de interesses comuns, não dispõem dos mesmos recursos e competências.

No atual contexto de constituição do campo acadêmico da Moda, os dominados / grupo de resistência ao enquadramento não acessam o Ministério da Educação (MEC), com a mesma facilidade com a qual os dominadores, à época, acessaram, discutiram, propuseram o debate às escolas superiores do Brasil, que culminou com o estabelecimento da Moda no campo do Design. Esta polaridade, para Bourdieu, é própria dos espaços sociais estruturados, enfatizamos. Assim, haverá sempre os que almejam uma ascensão social, que buscam o heterodoxo, o diferenciado, a inovação do campo, e que possibilitam a discussão e o amadurecimento deste.

Para Bourdieu (1983), os que monopolizam o capital específico do seu campo tendem a estratégias de conservação. Mas o que é o campo da Moda, o que é o campo do Design? Para Bergamo (2007), o campo da Moda pode ser traduzido pelas relações entre os

grupos em que a roupa assume o papel da intermediação simbólica. Logo, a roupa significa, expressa, e reproduz um conjunto de interesses impresso na relação dos indivíduos que constituem propriamente o campo da Moda.

Percebemos que a formação em Design surge alguns anos antes da formação em Moda e, portanto, tem um tempo maior de acúmulo de capital específico, embora no seu campo próprio. Neste sentido, poderíamos defender que, dentre os agentes deste novo campo, os designers tradicionais tenderão a defender a ortodoxia, enquanto os estilistas, principal denominação do profissional egresso dos cursos de Moda, estarão mais inclinados à ruptura.

Nesta lógica, compreendemos as razões pelas quais os cursos superiores de Design não alteraram suas estruturas curriculares, nem inseriram disciplinas de Moda como obrigatórias em seus currículos, enquanto os cursos de Moda tiveram, por orientação do Ministério, que modificar projetos pedagógicos por inteiro - concepções formativas, objetivos, perfil do egresso e estrutura curricular.

Instituído o campo do Design de Moda, permanece a relação de força entre os seus agentes e instituições, sendo que o objeto de luta comum passa a ser o reconhecimento (ou a negação) da Moda como campo do saber. Os dominantes, aqueles que participaram do processo de enquadramento da Moda ao Design, ou os que estiveram omissos, mas aceitaram a mudança, mantêm a posição de conservação. Aceitam a situação como posta, não questionam o MEC, adaptam os seus currículos ao Design e seguem. Os dominados, que apresentaram e apresentam argumentos contrários ao enquadramento, resistem a esta mudança, organizam-se em fóruns de discussão, expõem argumentos em colóquios científicos, e lutam pelo aceite da Moda como campo, junto ao Ministério da Educação.

Estas disputas e polarizações, contudo, parecem estar acontecendo somente no campo da formação acadêmica, pois não se percebe estas oposições entre estilistas e designers nas empresas e nos veículos de comunicação, agentes de difusão do campo. Acreditamos que, no campo da criação, as disputas ocupam-se da legitimação dos agentes hierarquicamente consagrados, do *status* e prestígio que gozam e dos instrumentos que lhes

dão prova de valor e poder. Assim, a relação entre dominantes e dominados vai se construir na consagração dos pertencentes ao meio, e na deslegitimação dos que se encontram fora dele. (BERGAMO, 2007)

Apesar desta percepção, não podemos subestimar estas discussões, pois embora esta dominação dos designers não seja hoje percebida no mercado, em futuro próximo, passada a transição, o designer de objetos do vestuário será o produtor dominante do campo, principalmente porque, atualmente, a maioria dos cursos desta natureza adaptou os seus currículos às diretrizes curriculares do Design.

3 A UFC OPTA PELO ENQUADRAMENTO AO DESIGN

Mesmo tendo o MEC estabelecido que os cursos de Moda do Brasil deveriam obedecer às diretrizes curriculares do Design, em 2004, o então curso de Estilismo e Moda da UFC alterou o seu PPC somente no ano de 2010, implantando-o em 2011.1.

Estes seis anos, desde 2004, nos quais não houve mobilização com relação ao enquadramento, não refletem um período de debates e reflexões sobre a questão, muito pelo contrário, até 2009, o pequeno grupo de docentes se ocupava de atender minimamente às demandas dos estudantes, num contexto de precariedade em todos os sentidos.

Se havia poucos docentes para a realização das atividades cotidianas, há de se imaginar que não havia condições para a reflexão que se propunha no final da década de 1990, e que culminou com a determinação de que os cursos de Moda deveriam ser orientados pelas diretrizes do Design. O debate, portanto, não aconteceu, e a alteração curricular se deu pelo poder de autoridade do MEC. Ou seja, mudou-se porque se julgou que era impositivo mudar, principalmente com a ameaça dos baixos resultados no ENADE.

Alterar a denominação do curso, de Estilismo para Design-Moda, foi um processo que envolveu reflexões, principalmente sobre quais competências desenvolver, para que os discentes pudessem responder, em alguma medida, às novas especificidades do campo.

Na época em que se começou a planejar o novo currículo, no ano de 2010, os encontros para tratar deste assunto foram mediados pela então coordenadora, que trazia a preocupação de um grupo de professores, com relação ao ENADE. Na ocasião, não se questionou se a adequação da Moda ao campo do Design era algo desejado, ou se o grupo considerava pertinente, pois se pensava ser esta uma questão já decidida, sobre a qual a UFC estava na condição de “devedora” deste ajuste junto ao Ministério.

Nos primeiros encontros, estiveram presentes todos os professores, de modo que eles se tornariam, desde o início, atores neste processo de elaboração do currículo *formal*, postura esta desejada pela coordenação, pois se os professores se mantivessem em estado de alienação neste processo, poderiam se sentir pouco à vontade para utilizar, no futuro próximo, esse instrumento mediador da experiência educativa – o currículo, no sentimento de que não lhe pertenceria.

Já se percebeu, de início, que a grande maioria apresentava urgência na definição das disciplinas, ou melhor, na defesa da permanência das mesmas, num sentimento de posse daquilo que não deveria pertencer a nenhum professor. Era preciso que a coordenação do grupo estivesse, o tempo inteiro, lembrando que não se pensa uma formação a partir da definição das suas disciplinas, mas, sobretudo, a partir da construção da nova concepção formativa que se vai propor.

Estas percepções nos levavam a duas constatações: primeiro a de que o corpo docente tinha o entendimento do currículo na perspectiva tradicional, ou seja, um conglomerado de disciplinas que se pressupunham fixas; depois, a de que esse processo não seria tão simples, pois, como em toda concepção formativa a se fundar, envolveria relações de poder, tendo em vista que o currículo é espaço de luta social, de campos de produção de sentidos, nos quais se percebe a notável presença de dominador e dominado.

4 CONTEXTO HISTÓRICO

Oriundo de uma vocação têxtil que remonta ao século XVIII e a sua produção algodoeira⁴, o Ceará ganhou grande destaque neste setor ao longo dos séculos e isso teria contribuído para alavancar também o setor do vestuário, destacando estas duas indústrias até os dias atuais.

No que se refere à educação superior, a formação começa somente no século XX, a partir do ano de 1989, com o Curso de Extensão em Moda, promovido pelo Departamento de Economia Doméstica, do Centro de Ciências Agrárias, da Universidade Federal do Ceará, em parceria com o Centro Tecnológico de Confecções do Estado (CTCC), que despontava como segundo pólo de Moda do País.

Como primeira experiência educacional na área, este curso obteve boa aceitação das duas turmas de egressos pelo mercado profissional, o que estimulou a ampliação de ações com o setor confeccionista e a formulação de um seminário de avaliação. Tal seminário contribuiu para fundamentar a criação do Curso de Estilismo e Moda no ano de 1993, programa de bacharelado regular da Universidade Federal do Ceará, com o ingresso da primeira turma no início de 1994.

Legalmente a aprovação do curso pelo Conselho Superior Universitário (CONSUNI) da UFC aconteceu em 29 de outubro de 1993, obtendo o reconhecimento pelo Ministério da Educação, através da Portaria No. 667, de 7 de março de 2002, na Modalidade de bacharelado, vinculado ao DED, no Centro de Ciências Agrárias.

Mesmo em contexto favorável, no tocante aos aspectos relacionados ao mercado, a criação do primeiro curso de graduação em Moda em uma Universidade pública federal suscitou, no setor acadêmico, diversos questionamentos, que perduraram por vários anos, apesar de seus resultados alcançados, da colocação de profissionais no mercado de trabalho, e dos constantes desafios cumpridos por seus docentes.

⁴ Com as condições de solo e clima o Ceará desenvolveu o cultivo de algodão de fibra resistente. Com a Guerra de Secessão americana o produto foi exportado à Europa e era chamado de “ouro branco”, em referência ao seu alto valor. (PINTO, 2005, p. 71-72).

Muitos acreditavam não ser papel da universidade criar um curso voltado diretamente para o setor produtivo, especialmente um setor considerado de menor relevância, por se tratar de um campo que cria produtos para adornar a vaidade, um pensamento que coaduna com a visão de Moda como futilidade, que se construiu historicamente.

À época, os professores da UFC puderam fundamentar o novo curso na experiência com a extensão, mas também receberam o suporte de profissionais europeus, que atuaram como consultores. Além de um olhar para a realidade local, estes colaboradores pesquisaram outros currículos existentes e basearam-se, em muitos aspectos, nos currículos do Curso Superior de Moda da Faculdade Anhembí Morumbi, São Paulo, e no Curso de Estilismo em Confecção Industrial do Centro Tecnológico da Indústria Química e Têxtil (CETIQT) do Rio de Janeiro.

Neste processo, a exemplo do que aconteceu com outros cursos de Moda do país, foram ainda analisados os currículos de instituições dos Estados Unidos e Europa: Fashion Institute of Technology – New York USA; Université de La Mode – Lyon II, França; Institute Berçot – Paris; Accademia Europea di Moda e Costume – Roma; Amsterdãse Mode Academie Vogue – Amsterdan.

Assim, com base em todas estas referências, que vão conferir traços identitários ao curso, e com o apoio desse grupo, foi idealizado o primeiro currículo *formal* da graduação em Estilismo e Moda. Neste contexto, é importante analisar este vínculo ao DED, no Centro de Ciências Agrárias, para a compreensão de como foi se estabelecendo a identidade da formação em Moda na UFC, ao longo de 15 anos.

Esta origem e a relação com os empresários vão contribuir para um currículo que prioriza a criação e as disciplinas mais técnicas, de costura e modelagem, principalmente, fortalecendo a unidade de Têxteis e Vestuário, em detrimento de disciplinas mais teóricas. Esta constatação vai justificar a saída de egressos com pouca reflexão sobre o campo, mas com mais habilidade técnica para atuar junto às fábricas. Neste sentido, a ideia de autonomia, liberdade e autoralidade que se vincula ao campo da Moda e da criação vai perdendo espaço, para legitimar o estilista produtor em larga escala e essa é uma

importante condição que favoreceu o processo de enquadramento da Moda ao Design, que se seguiria.

A contratação de professores, portanto, quando raro ocorria, estava calcada na publicação de editais que selecionavam profissionais com este perfil, e que pudessem atender tanto às demandas do então curso de Estilismo e Moda, quanto de Economia Doméstica.

As disciplinas de criação, como pareciam não interessar tanto ao então departamento, foram pouco priorizadas e eram, de início, ministradas por profissionais terceirizados, que levavam à sala de aula o seu método de trabalho e as principais necessidades do mercado local, de modo que a formação, nesta unidade, orientava-se pelo olhar dos estilistas autodidatas. Estes detinham o saber da experiência, mas não o articulavam com os outros saberes necessários à formação do profissional, nem instituíam uma metodologia criativa padronizada, o que tornava o saber vulnerável nesta área, dependendo do tipo de profissional a serviço da UFC em cada semestre.

No contexto inicial, apesar do texto do primeiro PPC fazer referência a uma proposta interdisciplinar, o que se verificou, nestes anos todos, foi a marcante presença da multidisciplinaridade. Os estudantes ouviam professores de vários campos que faziam referência à Moda, mas estes não se inter-relacionavam.

67% das disciplinas do curso eram ofertadas e assumidas pelo Departamento de Economia Doméstica, focavam, portanto, a dimensão técnica; a criação ficava a cargo de profissionais autodidatas; e as disciplinas de outras áreas eram pulverizadas entre onze diferentes departamentos da universidade, sendo as aulas ministradas por professores que não conheciam e nem se envolviam com o projeto e a história do curso, o que dificultava a construção e reflexão dos estudantes, com relação ao seu próprio campo.

Assim, podemos perceber que o curso não apresentou, em sua origem, as condições necessárias para a construção de uma identidade que correspondesse aos anseios de todos os envolvidos. Ela se caracterizava por uma pluralidade de saberes desarticulados e a sua orientação para a criação era direcionada por profissionais de mercado, aproximando a atuação do estilista à do designer de Moda. Se a necessidade profissional era semelhante, o

mesmo não se pode dizer da formação, que não se baseava na metodologia projetual, mas no processo criativo, no momento inspirador, que muitas vezes se descompromete das reais necessidades sociais dos seus usuários. Ou seja, preparava-se o estilista para pensar objetos em larga escala, a partir do mesmo método com o qual se prepara o criador da alta-costura, achando que se estava atendendo às demandas do mercado, mas este necessitava de um produtor industrial, um designer de Moda. Tal fato teria contribuído para a formação de um grande hiato existente entre a Universidade e as indústrias de confecção, que permanece até hoje.

O currículo de 1994.1 exigia uma carga horária de 3.360 horas, divididas em 2.544 horas para disciplinas obrigatórias e 816 horas para disciplinas optativas, 20 horas em disciplinas optativas livres e 160 horas de estágio supervisionado (incluído nas obrigatórias) para a conclusão do curso. Não constavam horas destinadas às atividades complementares, porque na época o Ministério não tinha este olhar voltado para a complexidade, não compreendia que atividades externas à sala de aula podem ter grande contribuição na formação que se deseja, e que elas compõem o currículo *em ação*, que vai marcar mais fortemente a formação do estudante.

A matriz curricular era composta por 70 disciplinas, divididas em 39 obrigatórias e 31 optativas, integralizando 210 créditos. De acordo com o Projeto Pedagógico do curso de graduação em Estilismo e Moda da UFC, o perfil profissional era assim definido:

Para o estilista em Moda, advoga-se uma formação que o prepara para pensar, criar e lançar Moda. Por isso sua formação deve ser fundamentada em antropologia, na história da arte, da cultura e da indumentária, na computação, na comunicação, na economia e na técnica, tendo como perspectiva o desenvolvimento criativo e artístico. Isso explica a necessidade de envolver vários departamentos da Universidade Federal do Ceará, reforçando assim, a importância da interdisciplinaridade (Extraído do Projeto Pedagógico do Curso, elaborado em 1993).

Na hierarquia construída no trecho “pensar, criar e lançar Moda” parece que havia uma intenção original em se atribuir uma ênfase maior na Moda enquanto fenômeno, para que o profissional adquirisse as competências necessárias para criar, baseando-se, muitas vezes, no domínio da técnica.

Esta dimensão interdisciplinar, como dissemos, embora presente no texto, não acontecia, pois não havia espaço para o encontro entre áreas específicas. Na verdade, o curso era extremamente fragmentado, e o aluno, raramente, conseguia estabelecer relações entre as disciplinas.

Nota-se que o perfil do egresso não contempla metodologias projetuais de Design explícitas, mas havia uma metodologia a ser seguida, baseada na criação e no planejamento de coleções. Por essa razão é que Christo (2013) vai defender que não há, objetivamente, tanto distanciamento entre o que são, em si, o estilista e o designer. Como vimos, são as construções dos campos que vão potencializar as suas diferenças, para colocar um em sobreposição ao outro.

Com a ampliação da indústria do vestuário, a atuação do curso ampliou-se também, com o aporte de eventos, concursos e a chegada de novos professores. Se antes o corpo docente era essencialmente formado por profissionais de áreas correlatas, depois de algum tempo e de turmas formadas, estilistas que estudaram na Universidade Federal do Ceará começaram a contribuir para a formação de seus colegas, alguns de forma temporária e, posteriormente, outros vieram para reforçar o corpo permanente de docentes.

Estas contratações foram possíveis, principalmente, a partir do ano de 2007, quando o curso aderiu ao Plano de Reestruturação e Expansão de Universidades Federais (REUNI), do Governo Lula, através do qual havia o benefício da ampliação do quadro docente, na contrapartida de uma maior oferta de vagas aos estudantes. A consolidação do grupo de professores foi essencial para que as observações e discussões acerca do currículo do curso pudessem ser amadurecidas e sintetizadas em uma nova proposta de formação, agora focada na perspectiva do Design.

Em 2009, portanto, com a chegada de mais 4 (quatro) docentes efetivos, que se somaram aos então 6 (seis) existentes, o grupo apresentou condições para, finalmente, pensar o novo currículo, que considerou não apenas o enquadramento, mas as principais reivindicações de alunos e professores, que vinham sendo registradas desde 1994.

Paralelamente, o curso também se despidia do Departamento de Economia Doméstica, para compor o Instituto de Cultura e Arte (ICA), que parecia ser a instância mais

apropriada para o então campo da Moda, na medida em que unia os diferentes campos de produção de bens simbólicos da universidade, a partir dos quais seriam pensadas diferentes políticas institucionais.

Criado em 2003, como órgão administrativo para congregar e gerenciar os equipamentos culturais da UFC, o ICA foi, em junho de 2008, transformado em unidade acadêmica, congregando inicialmente os cursos de graduação em Comunicação Social (Jornalismo e Publicidade e Propaganda), Estilismo e Moda, Filosofia e Música, e os programas de pós-graduação em Comunicação, e Filosofia. A estes se somaram, em seguida, os cursos de graduação em Artes Cênicas, Cinema e Audiovisual, Dança e Gastronomia. Tal ação alterou a estrutura departamental vigente, possibilitando uma visão diferenciada da organização e da gestão acadêmica. O ICA segue a política educacional do Governo Federal, de forte tendência inclusiva, demarcada por processos de expansão instituídos com o aporte de recursos do REUNI.

Com o advento da Sociedade do Conhecimento, novas exigências se apresentaram para o desenvolvimento da atividade educacional e, em particular, para as instituições de ensino superior. Neste novo quadro, marcado pelo escopo global e o dinamismo sem precedentes das mudanças (GIDDENS, 1991), elas se constituem em componentes fundamentais da promoção do desenvolvimento cultural e socioeconômico de indivíduos, comunidades e nações, mobilizando, no plano internacional, a consciência sobre a sua importância vital para a consolidação do futuro.

Dentre as características marcantes da produção do conhecimento contemporâneo, destacam-se, além do crescimento acelerado, a maior complexidade e a tendência à rápida obsolescência (BERNHEIM e CHAUI, 2008). Com efeito, a Declaração Mundial sobre a educação superior para o Século XXI: Visão e Ação (UNESCO, 1998, p. 03) enfatiza que:

[...] os sistemas de educação superior devem aumentar sua capacidade para viver em meio à incerteza, para mudar e provocar mudanças, para atender às necessidades sociais e promover a solidariedade e a igualdade; devem preservar e exercer o rigor científico e a originalidade, em um espírito de imparcialidade, como condição prévia básica para atingir e manter um nível indispensável de qualidade; e devem colocar estudantes no centro das suas preocupações, dentro de uma

perspectiva continuada, para assim permitir a integração total de estudantes na sociedade de Conhecimento Global do novo século (UNESCO, 1998, p. 03).

Perante esses novos desafios, o pensamento disciplinar externa clara limitação, e a estrutura universitária tradicional, vinculada a este paradigma, revelam a sua obsolescência, pois trata de um modelo comprometido pelo engessamento das estruturas departamentais, pela rigidez dos currículos e seus inúmeros pré-requisitos, pelos baixos níveis de mobilidade interna, e a inexistência de articulação entre os campos do saber. Tais fatores constituem indicativos contundentes da necessidade de mudança.

Como assinala Morin (2000, p. 14), a sociedade contemporânea está diante da necessidade de recorrer ao pensamento complexo para lidar, adequadamente, com a própria complexidade das estruturas do conhecimento: a supremacia do pensamento fragmentado, de acordo com as disciplinas, impede de operar o vínculo entre as partes e o todo, e deve ser substituída por um conhecimento capaz de apreender os objetos em sua complexidade.

Assim, as perspectivas inter e transdisciplinares mostram-se mais adequadas para lidar com as exigências desta sociedade. Elas surgem como tendência de transcender limites, de estabelecer comunicabilidade, de reconectar as ligações desfeitas ou perdidas com o movimento da especialização, adaptando-se a esta nova realidade que está implicada na Sociedade do Conhecimento: “[...] emergência de um novo paradigma econômico e produtivo, na qual o conhecimento e a informação passam a importar mais que o capital, o trabalho, as matérias primas ou a energia” (BERNHEIM e CHAUÍ, 2008).

Portanto, no contexto desta sociedade, sob as pressões do Ministério da Educação, os compromissos assumidos frente a outras demandas internas, e com o apoio da gestão administrativa, que reconhecia o seu capital simbólico, o curso de Design-Moda nasceu enquanto currículo *formal* no final do ano de 2010, e foi implantado em 2011.1.

No contexto de elaboração do novo currículo, pressupunha-se, de antemão, que havia uma necessidade de maior respaldo teórico à formação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, apesar de se identificar, no perfil do egresso do PPC - 1993, que a hierarquia no trecho “pensar, criar e lançar Moda” parecia atribuir maior ênfase às

disciplinas mais críticas e reflexivas. Contudo, dada a pulverização que caracterizava o ensino destas disciplinas, esta dimensão ficava sempre enfraquecida.

Tal premissa nos inquietava, tendo em vista a consciência de que o ensino público traz intrínseco a ideia de uma formação que possibilite que os egressos imprimam um olhar crítico sobre a realidade que lhes cerca.

Assim, a nova proposta, a nosso ver, deveria proporcionar ao mundo do trabalho um profissional qualificado para projetar, levando em consideração as necessidades do indivíduo e da coletividade, focalizando a cidadania com olhares críticos e o compromisso com a ética e com a sustentabilidade socioeconômica, política, cultural e científica. A formação deveria se caracterizar, ainda, pelo dinamismo e a sintonia com a realidade do seu tempo, compreendendo o currículo como instrumento em contínuo movimento.

A formação do profissional em Design-Moda requereria, portanto, um processo educacional voltado à reflexão e ao aprendizado das Ciências Humanas, das técnicas de produção industrial e artesanal e do aprimoramento criativo. Este aprendizado proporcionaria capacidades intelectuais e técnicas, associadas à importância de implementação de processos de mudança social, capacitando-os para serem profissionais inseridos no atual contexto sociopolítico e econômico da realidade local, nacional e global.

O novo currículo *formal*, portanto, apresentou a perspectiva de formar bacharéis em Design-Moda, com competência para modificar seu campo de atuação e projetar objetos ou sistemas de objetos de Moda, em integração com o contexto sócio-cultural, histórico, econômico e ambiental dos utilizadores e suas necessidades, exercendo uma prática projetual consonante à realidade das unidades produtivas, coerente, criativa e norteadas por princípios de ética e responsabilidade social.

Ele foi refletido a partir destas considerações, pois, na medida em que enalteceu a concepção de produtos, a partir da metodologia projetual, fortaleceu também a unidade de História e Pesquisa, com o acréscimo de disciplinas que perpassam toda a estrutura curricular, e que buscam preparar os estudantes ao questionamento da lógica do efêmero, da identificação e da diferenciação (LIPOVETSKY, 1989) como manutenção de desigualdades e de códigos hegemônicos, dentre outras reflexões.

Mesmo o egresso que deseje se inserir do lado da oferta, como empresário, deve fazê-lo de forma consciente e socialmente responsável, pois não se justificaria a existência de uma graduação em Moda que não estabelecesse o pensamento crítico e reflexivo, e não possibilitasse a percepção de que a identificação e a diferença, propostas como desafio aos designers, está imbricada em relações ideológicas e de poder.

Operacionalmente, estas novas disciplinas teórico-reflexivas foram recriadas, com códigos ICA, e passaram a ser ministradas por professores que compunham o quadro efetivo de docentes do Design-Moda, de modo a evitar a reincidência da multidisciplinaridade, que enfraquecia a formação teórico-reflexiva, no currículo anterior.

O fortalecimento da dimensão teórica, pensamos, contribuiria para a construção de uma imagem mais distanciada do campo das frivolidades, e que, portanto, pudesse afastar as ideias preconcebidas que se fazia acerca do campo e que se refletiam na angústia dos estudantes, quando decidiam por este curso.

No final de 2012, a coordenação conseguiu aprovação, junto ao Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE) da UFC, para que os seus concludentes pudessem receber um diploma no qual constasse a seguinte nomenclatura: “Design–Moda”. A ênfase explícita, que não é sugerida pelo Ministério da Educação, foi necessária, pois a referida universidade possui dois cursos nesta área, sendo um de Moda e outro de produto, vinculados a unidades diferentes, Instituto de Cultura e Arte e Faculdade de Arquitetura, respectivamente.

Desde a implantação do novo currículo, somente no final de 2014 a UFC formou profissionais *designers*. Antes disso, os egressos se caracterizaram por uma formação híbrida, sobre a qual pouco se podia refletir e avaliar. Os resultados de pesquisas realizadas com o corpo docente e discente neste período retrataram um sentimento de tensão e angústia pelo novo que se instaurava. Portanto, o atual momento sugere que sejam iniciadas investigações sobre os currículos *em ação* e *realizado* e os seus efeitos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora percebamos o currículo como um importante instrumento cultural, que se estabelece em meio às relações de poder, uma das coisas louváveis à Universidade, nos tempos de hoje, seria a de que os novos cursos pudessem olhar para si, e se questionar sobre que tipo de profissional quer formar e, sobretudo, que tipo de profissional é demandado pela sociedade contemporânea. Neste contexto, o então curso de Estilismo e Moda, cuja origem remonta o ano de 1993, teve o seu PPC alterado somente em 2011.1, cujo processo buscou-se relatar neste artigo.

Para pensar este novo currículo, precisávamos examinar, a priori, o currículo *prescrito*, ou seja, o seu contexto social, cultural e histórico, o tipo de racionalidade dominante, a política e os mecanismos administrativos que intervêm na sua modelação. Precisávamos, pois, observar as orientações curriculares emitidas pelo Ministério da Educação, que estabeleciam que os cursos de Moda do Brasil devessem, a partir de 2004, ser orientados às diretrizes curriculares do Design.

Mergulhamos nos campos da Moda e do Design, no intuito de melhor compreender o novo campo. Compreendemos que, embora tenhamos feito a opção pelo Design em atendimento ao Ministério da Educação, o campo da Moda é igualmente legítimo. Entretanto, ao olhar para o nosso curso e para as atividades formativas que desempenhamos, de habilitar profissionais para projetar peças do vestuário em escala industrial, situamo-nos no campo do Design. Neste sentido, a moda se coloca para nós como um tema transversal, norteador da criação do designer.

Acreditamos que a formação em Design, pela antiguidade, por questões de gênero, e pelo próprio contexto de enaltecimento da economia criativa apresenta maior acúmulo de capital específico, e, por isso, teria assumido o papel de dominante do novo campo, defendendo a ortodoxia, enquanto os estilistas estariam mais inclinados à ruptura, de modo que, enquanto os cursos superiores de Design não alteraram as suas estruturas curriculares, os de Moda modificaram, por completo, os seus projetos pedagógicos.

Neste sentido, defendemos que os designers não são recém chegados no então campo da Moda. São os estilistas, agentes deste campo, que estão entrando no campo do Design, que estão, por imposição, tornando-se designers, e apresentando, portanto, dificuldades na compreensão das peculiaridades deste novo campo.

Todas estas disputas e polarizações podem estar acontecendo somente no campo da formação acadêmica, pois não se percebe estas oposições entre estilistas e designers nas empresas e nos veículos de comunicação, agentes de difusão do campo. Acreditamos que, no campo da criação, as disputas ocupam-se da legitimação dos agentes hierarquicamente consagrados, do *status* e prestígio que gozam e dos instrumentos que lhes dão prova de valor e poder. Assim, a relação entre dominantes e dominados vai se construir na consagração dos pertencentes ao meio, e na deslegitimação dos que se encontram fora dele.

Contudo, chamamos a atenção para o fato de que, embora esta dominação dos designers não seja hoje percebida nos desfiles, veículos de comunicação e empresas, no futuro próximo, passada a transição, o designer de objetos do vestuário será o produtor dominante do campo, principalmente porque, atualmente, a maioria dos cursos desta natureza adaptou os seus currículos às diretrizes curriculares do Design.

O estudo de caso com o curso de Design-Moda da UFC nos possibilitou a compreensão das condições, do contexto, das rupturas e continuidades da mudança no curso de Moda da UFC e o que tem isso a dizer sobre a universidade nos tempos de hoje, ou seja, apresenta uma abertura institucional maior, para se pensar a interdisciplinaridade, o complexo, o multidisciplinar.

Analisando a história foi possível perceber que o curso não apresentou, em sua origem, as condições ideais necessárias para a construção de uma identidade que correspondesse aos anseios de todos os envolvidos, principalmente porque a formação se caracterizava por uma pluralidade de saberes desarticulados, ao mesmo tempo em que a sua orientação para a criação era direcionada por profissionais de mercado, aproximando a atuação do estilista à do designer de Moda.

Na origem do curso verificamos lacunas entre a Universidade e as indústrias de confecção. Percebemos que o professor/profissional preparava o aluno para pensar objetos em larga escala, a partir do mesmo método com o qual se prepara o criador da alta-costura, achando que se estava fornecendo-lhe as qualificações necessárias para o atendimento às demandas do mercado, mas este necessitava de um produtor industrial, um designer de Moda.

O novo currículo *formal* foi estruturado para dar conta desta nova realidade que se interpõe. Contudo, é no currículo *realizado*, que se coloca como ponte entre a teoria e a ação, que acessamos as relações entre as intenções e os projetos realizados, de modo que a pesquisa, portanto, sugere continuidades, não apresentadas neste artigo.

REFERÊNCIAS

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

BERNHEIM, C; CHAUI, M. **Desafios da universidade na sociedade do conhecimento**. Brasília: UNESCO, 2008. Disponível em:
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001344/134422por.pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2013.

BOURDIEU, P. Algumas propriedades dos campos. In: _____, P. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CHRISTO, D. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. 2013. 146 f. Tese. (Doutorado em Design) – Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2013.

CHRISTO, D. CIPINIUK, A. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. Fortaleza: UFC, 2013. Anais Colóquio de Moda.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

SACRISTÁN, J. G. **O Currículo** – uma reflexão sobre a prática. Porto Alegre: Artmed, 2000.



MORIN, E. **A cabeça bem-feita** – repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2000.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Curso de Estilismo e Moda. **Projeto pedagógico de curso**. Fortaleza, 1993.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Curso de Design de Moda. **Projeto pedagógico de curso**. Fortaleza, 2011.