



LINHA DO TEMPO ENSINO DE MODA NO BRASIL

Lima Jr, Geraldo Coelho; Doutor em Design; Universidade Anhembi Morumbi,
glimadesign58@gmail.com ¹

Navalon, Eloize; Mestre em Design; Universidade Anhembi Morumbi,
navalon@anhembi.br ²

Resumo

O presente artigo apresenta a criação de uma plataforma digital com a linha do tempo do ensino de moda no Brasil. Acredita-se que a comemoração dos 30 anos da instalação do primeiro curso superior de moda no país seja o momento propício para revisitar o contexto da moda brasileira, a partir de 1980, objetivando o conhecimento das instituições e do ensino de moda desde então. Nesse âmbito, apresenta este artigo organiza-se apresentando o cenário brasileiro para a criação dos cursos superiores de moda; o desenvolvimento do design de moda no Brasil – a criação e o mercado; a moda globalizada; e a conquista de espaços para ensino superior de design de moda; a discussão acerca do design de moda; e a proposição da construção coletiva da linha do tempo do ensino de moda. Como objetivo, propõe-se a construção coletiva de uma plataforma digital realizada pelas Instituições de Ensino Superior (IES e IfES) dessa área, por professores, coordenadores de curso e pesquisadores que participaram da implantação e participam do desenvolvimento dos cursos superiores em moda no país. Dessa maneira, propicia-se a interação e o compartilhamento de informações e conhecimentos regionais, promovendo a formação de um conhecimento nacional acerca dos cursos superiores de moda no país.

Palavras-chave: ensino de moda; design de moda; linha do tempo.

Abstract: This article presents the creation of a digital platform with the timeline of fashion education in Brazil as part of the commemoration of the 30 years of the installation of the first higher education sets in the country. It is proposed the construction of a digital platform conducted by higher education institutions in this área. We seek to encourage interaction and sharing knowledge of the different regions, about the fashion courses in Brazil.

Keywords: Fashion education; fashion design; timeline.

¹ Doutor e mestre em design. Especialista em Moda e Cultura. Especialista em Neurociência aplicada à Educação. Professor nos cursos de graduação em Design de Moda; pós-graduação em Negócios da Moda – Varejo; pós-graduação em Neurociência aplicada à Educação. Designer. Figurinista.

² Mestre em Design, Especialista em Moda e cultura. Coordena os cursos de Design de Moda e Negócios da Moda da Uni. Anhembi Morumbi. Atua como docente em cursos de graduação e pós-graduação em Moda e Design. Designer. Figurinista.





Introdução

Ao observar o comportamento da sociedade é possível aproximar as relações existentes entre a moda e o produto como expressão de uma cultura; é perceber que a sociedade se compõe por meio de múltiplas informações e dados que interferem em seu comportamento; é reconhecer que os fatores culturais devem ser investigados para que seja possível propor novos produtos, entendendo aqui o produto como algo que pode apresentar características físicas, mas também as ações realizadas, os espaços que podem ser redimensionados e ocupados de modos distintos, as imagens que venham a ser criadas e trazem significados para um grupo, comunidade ou a sociedade (BARBOSA, LIMA JR., MARTINEZ E NAVALON; 2017. Anais Colóquio Internacional de Moda. Bauru, 2017).

Tal citação, presente no artigo submetido 13º Colóquio de Moda pauta a atual proposição de apresentação da criação de uma linha do tempo do ensino de moda no Brasil contextualizada com acontecimentos sociais, econômicos e políticos. A comemoração dos 30 anos da abertura do primeiro curso superior de Moda sinaliza a oportunidade de uma compreensão, maior que um mero registro de datas e locais, de como os cursos brasileiros se configuraram em sua origem, e como estão se adaptando às mudanças locais e mundiais.

Dessa maneira, propõe-se inicialmente a construção coletiva desta linha, na qual cada curso, juntamente com seus atores, construa e alimente o material de maneira dinâmica. Aqui apresenta-se o início da criação de uma plataforma digital, que teve como ponto de partida o bacharelado em Moda da Universidade Anhembi Morumbi, instituição à qual os autores estão vinculados atualmente; inserem-se ainda: a) a fundamentação para criação da linha do tempo; b) a metodologia adotada; c) o funcionamento/navegação.

Cenário para a criação dos cursos superiores em moda





A implantação de diretrizes e bases na educação superior envolve distintas áreas do saber. Em decorrência desse fato, por muito tempo, se fez necessária a discussão acerca das necessidades de cada área, com vistas à adequação dos currículos. Nesse sentido, em 1994 se formaram Comissões de Especialistas de Ensino destinadas a discutir distintas pautas relativas ao ensino nas diferentes áreas, em função de uma orientação da Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação. De acordo com Couto (ibidem, p. 32),

A área do Design, frente a esse desafio e por não contar ainda com uma comissão de especialistas própria, iniciou o trabalho de elaboração das Diretrizes Educacionais e Curriculares para O Ensino de Graduação em Design no âmbito da Comissão de Especialistas em Ensino das Artes e do Design da Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação e do Desporto, CEEARTES/SESu/MEC, criada no ano de 1994. Somente no ano de 1998 foi constituída a Comissão de Especialistas em Ensino de Design, CEEDesign/SESu/MEC, que deu continuidade às discussões ocorridas na comissão anterior, propiciando um avanço importante no tocante à elaboração das diretrizes curriculares da área (COUTO, 2008).

Contudo, mesmo com o trabalho desenvolvido por esta comissão, ainda foram necessários seis anos para que se definissem as suas diretrizes curriculares. Em 5 de Março de 2004 o Ministério de Educação e Cultura aprovou as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design. Uma solicitação de muitos anos da área essas diretrizes contribuem com a normatização do ensino e contemplam as diferentes habilitações existentes dos cursos de design no Brasil (LIMA JÚNIOR, 2016).

O Art. 4º de tais diretrizes contempla as necessidades primárias para capacitar e habilitar o discente nesta área, porém ficam abertas as possíveis variáveis que podem vir a surgir de acordo com as necessidades de cada uma das habilitações, propostas pelas Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil. Segundo este documento identifica-se que, em referência à habilitação em Moda ausenta-se qualquer especificidade e, conforme se atentar a seguir, a



interpretação para cada um dos itens ocorre, como afirmado anteriormente, de acordo com critérios elegidos pelas IES.

A indústria e o ensino de moda

A História indica que o mundo, entre os anos de 1950 a 1970, observou o papel decisivo que a juventude teve em muitos momentos, papéis esses acompanhados, de perto, pela moda. As reações juvenis contra os programas sociais e políticos estabelecidos foram geradores de toda sorte de movimentos. A esses movimentos da juventude corresponderam, respectivamente, uma nova fala, um novo modo de vestir, um novo estilo musical e uma mudança expressiva em muitos aspectos socioculturais. De alguma maneira o Brasil acompanhou todos os momentos e os jovens no país também reagiram segundo seus próprios princípios. Ressalta-se, porém que, no tocante à moda, o país esteve, durante todo este período, estagnado em relação ao que já ocorria em termos de desenvolvimento no campo de moda e vestuário, na Europa e nos Estados Unidos.

Contudo, a nova década de 1980 será identificada como aquela em que, pouco a pouco, essa mudança começou a ser processada. A situação econômica e social, e principalmente política foi capaz de alterar os moldes até então adotados e a ação, em especial da própria indústria, interferiu no processo existente em benefício de uma nova atitude, no que diz respeito à formação e capacitação profissional em nível de ensino superior. Os caminhos foram abertos (CHRISTO, 2008; CAETANO, 2004).

O crescimento da área de moda na década de 1980 no Brasil fez surgir vários cursos superiores voltados para a moda e para o design de moda, primeiramente na cidade de São Paulo e progressivamente em outras capitais e cidades do interior do país. Como afirma Pires (2002, p. 2),

[...] ressentindo-se de um profissional criador, capaz de reger o grande concerto que envolve o complexo mecanismo da moda, as capitais dos

4



estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, com a iniciativa do próprio setor e o apoio de algumas instituições de ensino, inauguraram os primeiros cursos profissionalizantes para o ensino da criação de moda no Brasil. [...] em 1988, na cidade de São Paulo, surgiu o primeiro curso superior de moda do Brasil. A exemplo do que ocorreu no campo do design, em relação ao design de moda viveu-se panorama semelhante. Primeiramente vieram os cursos técnicos e profissionalizantes, ainda sem uma metodologia em design de moda.

Situação semelhante à apresentada em relação ao design ocorre com a moda, a partir de discussões acerca das nomenclaturas dos cursos que se formavam desde o período citado; essa querela ainda prossegue e cursos voltados para a moda recebem distintos nomes em todo o território nacional. Segundo Pires (2002, p. 2),

Sem dúvida, o surgimento de tais cursos esteve atrelado ao aquecimento da economia daquele período, à instalação de novas indústrias de fiação, de têxteis e de confecção de vestuário, da posterior política de abertura de mercado e do surgimento de muitos cursos de design de moda, sobretudo nos países do hemisfério norte. Podemos citar o exemplo do estado de Minas Gerais que, em 1976, contava com apenas 200 confecções. Uma década mais tarde, este número havia crescido para quatro mil, o que fez o segmento se organizar e criar o Grupo Mineiro da Moda e o curso de extensão de Estilismo & Modelagem do Vestuário na Universidade Federal de Minas Gerais, intensificando o design dos produtos, e tornando-se na época um dos mais importantes centros de criação, produção e difusão de roupas de moda no país.

O país passaria, a partir de então, a sofrer grande modificação no tocante à moda. Os autores deste artigo puderam presenciar muitos dos momentos e movimentos ocorridos chegando a participar de alguns deles tornando-se testemunhas, nas últimas três décadas, de muito do que veio a acontecer em termos de mudança na indústria e no ensino da moda feita no Brasil.

O Grupo Mineiro de Moda nascia nos primeiros anos do período, juntamente com outros grupos em São Paulo e Rio de Janeiro. Já na metade da década anterior, em 1975 foi criado o Grupo Rio Moda; 1980 veria o nascimento



do Núcleo Paulista de Moda e em 1986 surgiram o Grupo São Paulo de Moda e a Cooperativa de Moda São Paulo (POLLINI, 2012).

A formação desses grupos foi necessária para o incentivo à criação, nas instituições de ensino superior, dos cursos de moda que começaram em São Paulo/SP e, foi seguida por outras cidades em todo o território brasileiro desde então. O primeiro curso a ser instituído com essa característica foi o da Faculdade Santa Marcelina, FASM, em 1988 (PIRES, 2002); os subsequentes também em São Paulo, datam de 1990 e 1991, respectivamente, os cursos da Universidade Anhembi Morumbi e da Universidade Paulista – UNIP.

A década de 1980 foi marcada por distintas propostas dos criadores e designers em uma convivência entre aqueles que surgiram nas décadas de 1960 e 1970. Lipovetsky (1989, p. 124) traduz o que é apontado ao dizer que,

Estamos na era da multiplicação e da fragmentação dos cânones do parecer, da justaposição dos estilos mais heteróclitos. São simultaneamente legítimos o modernismo (Courrèges) e o sexy (Alaïa), as amplas superposições e o ajustado ao corpo, o curto e o Longo, a elegância clássica (Chanel) e a vampe hollywoodiana (Mugler), o monacal ascético (Rei Kawakubo) e a mulher “monumental” (Montana), o look clochard (Comme des Garçons, World’s End) e o refinamento (Saint-Laurent, Lagerfeld), as misturas irônicas de estilos (Gaultier) e o look japonês (Miyake Yamamoto), as cores vivas exóticas (Kenzo) e os tons poeirentos.

Essa tradução registra o modo pelo qual a moda entra nessa década e, cuja multiplicidade não irá mais perder. Destacam-se em paralelo às mudanças da moda, as comportamentais. A situação econômica mundial contribuiu para que isso ocorresse. Ressalta-se também que, os múltiplos estilos decorrem de um maior número de criadores trazendo suas coleções para o mercado da moda.

O período no Brasil foi conturbado. A indústria de moda e confecção vivenciou momentos difíceis com grande alta dos preços a cada coleção, lançadas com uma tabela de valores que eram reajustados ao longo da estação. Surgiam, em todo o país, as feiras paralelas, como eram chamadas, que



ocorriam em simultaneidade aos lançamentos dos principais grupos de moda de Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo (CARMO, 2003; POLLINI, 2012).

A moda conquista seu espaço no ensino superior

Apesar de conturbado os anos se passaram e viram surgir um grande número de novas confecções em território brasileiro. Em paralelo a esse crescimento da indústria, viu-se a expansão do ensino de moda, inicialmente de modo mais tímido e, já na década seguinte sendo ampliado não apenas em número, mas também, em regiões que foram contempladas com faculdades de moda, adaptadas às necessidades de cada uma delas.

Ainda não havia sequer o modelo em que era proposta a habilitação em Design de Moda, o que veio a ocorrer com o tempo, seguido pela denominação de Bacharelado em Design com Habilitação em Moda. Dessa maneira, os valores principais de cada curso estão diretamente alinhados com os parâmetros culturais e industriais das regiões em que cada um foi implantado.

A década anterior, identificada pelo exagero na moda, deixou marcas que se buscou apagar nos anos de 1990. A moda, movida pela renovação, busca inventar um novo, “novo”. Para Mesquita (2010, p. 38),

[...]a Moda ainda apronta mais uma: desde os anos 1980, mas principalmente na década de 1990, zomba de si mesma. Nega suas próprias lógicas ou as características que a definem. Questiona seus próprios fundamentos. Explora, mais do que nunca, o paradoxo que carrega em si mesma.

Marcas de moda, de todos os pontos do planeta, buscam revitalizar suas propostas e estas, muitas vezes, criam embates com os próprios conceitos estabelecidos pelo sistema da moda até então vigente. Vive-se um período em que o acesso à informação se amplia. A novidade, a cada dia é mostrada, e disseminada com rapidez mais acirrada. O mercado passa a conviver com outros formatos de comercialização. A exploração de linguagens fez com que os



temas dominantes na mídia repercutissem, também, como maneira de propor um novo uso da roupa, de como vesti-la.

A moda, novamente, faz repercutir na sociedade o que nela identifica e, dessa maneira, multiplica, expande, dialoga com as suas próprias manifestações. “A roupa (...) funciona como símbolo de cultura, sociedade, tecnologia, ideologia e marca pessoal” (SALTZMAN, 2008, p. 307).

A observação do comportamento está, dessa maneira, sem dúvida, ligada ao pensamento criativo e aos processos projetuais. O designer de moda se insere nesse contexto, e por meio de suas ações, coordenadas com as distintas etapas que compõem um projeto, deve ser capaz de propor à sociedade o que ela necessita, muitas vezes sem nem mesmo saber. Para que tal fato ocorra, porém, é preciso que sejam dados os meios e conhecimento que, possam vir a fazer parte do pensamento acerca dos processos projetuais que devem ser não só aprendidos, mas vivenciados pelo designer e, nesse ponto, deve-se ressaltar a importância de sua formação, como é adquirido o conhecimento para ser aplicado como um profissional (MATTÉ, 2008; SALTZMAN, 2004).

A necessidade de compreensão da cultura de uma época é primordial para o desenvolvimento da indústria dentro da cadeia de moda – têxtil e vestuário – e que se coloca como matéria imprescindível para fomentar o desenvolvimento de novos produtos. Moraes (2008, p. 158) aponta, porém, que

É interessante notar que o desafio na atualidade para produtores e designers, ao atuarem em cenários definidos como dinâmicos, fluidos, mutantes e complexos, deixa de ser, definitivamente o âmbito tecnicista e linear (desafios marcantes na primeira modernidade), passando à arena ainda pouco conhecida e decodificada dos atributos intangíveis dos bens de produção Industrial.

Tais atributos (MORAES, 2008), começam a ser discutidos e se apresentam já na década de 1990. Para a sociedade que se transformava, naquele período, e ainda não parou, é relevante refletir sobre o que lhe interessa e, de que maneira, esse interesse que, algumas vezes, não se mostra tão



evidente e palpável, pode ser pré-identificado pelo profissional. Há que se observar que, como afirma Matté (2008), não é o produto, ou melhor, o resultado final de um projeto o mais importante em um objeto, mas interessa discutir o como ele se processou, ou seja, suas etapas devem ser verificadas. As novas propostas só conseguem vigorar, efetivamente, desde que bem fundamentadas e, com isso, o pensamento deve ser privilegiado e não só o ato mecânico do fazer. Se o aprendizado e a aplicação de técnicas e tecnologias são condição *sine qua non* para o desenvolvimento de novas linguagens, essas só podem surgir quando a reflexão está inserida no processo (MATTÉ, 2008).

A valorização da área foi expressiva desde então e, com ela, a necessidade de incentivar o design na cadeia têxtil e do vestuário, de modo a promover a expansão e venda de produtos nos mercados interno e externo. Com a facilidade das comunicações pela internet, a moda, em meio a um mundo globalizado, se tornou presente em todas as regiões e, com isso, o fator de diferenciação dos produtos de vestuário passou a ter mais importância para as indústrias do setor.

No apontamento de cada uma das décadas indicou-se, sem qualquer intenção de um relato histórico, a apresentação dos contextos em que os acontecimentos transcorreram, as repercussões que tiveram no âmbito da moda e as mudanças comportamentais que sobressaíram dentre elas e que, impactaram no modo de agir e do vestir nos diferentes países.

Observou-se que, no Brasil, apesar da defasagem imposta pelas barreiras decorrentes do período ditatorial, ainda assim houve uma identificação entre a juventude do país e os eventos espalhados ao redor do mundo. Ressalta-se que, com abertura do país à democracia, abriram-se as portas para a entrada de novos conhecimentos e, com o advento de novos meios de comunicação, expandiram-se as realizações voltadas para o desenvolvimento da cadeia têxtil e de confecção que se encontrava defasada em relação aos demais países.



A formação dos grupos de moda em São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, incentivou as ações que incrementaram o setor. Como repercussão, abriram-se os cursos em nível superior, capacitados à formação de conhecimento e à introdução no mercado de profissionais formados que puderam atender às indústrias dos segmentos de vestuário e têxtil.

À cada nova geração de formandos correspondeu também o surgimento de eventos de moda e, numa cadeia cíclica, vieram as oportunidades de abertura de novos cursos em diferentes regiões do Brasil. Esse impulso repercutiu, e ainda repercute, no interesse dos jovens ingressantes no ensino de nível superior, particularmente no tocante a esse projeto, em cursos voltados ao design de moda. Porém, por uma ausência de parâmetros com definição específica, são muitas as formações existentes que, em muitos casos, são definidas por critérios regionais ou por percepções de mercado. Tais formações, que não apresentam uma unidade em termos de matrizes curriculares, destinam-se tanto a uma habilitação em moda, ou licenciatura em design de moda, tecnólogo ou bacharelado em design de moda.

O design de moda em questão

Para alguns, talvez a relação entre o design e a moda seja bastante óbvia e antiga, porém, até há pouco tempo a formação em design incluía em seu currículo apenas conteúdo específicos do design de produto e do design gráfico. Alunos dos cursos de design que tinham interesse em fazer trabalhos ou pesquisas com a configuração de objetos de moda tinham dificuldades em conseguir espaço para isso dentro das disciplinas propostas. Ademais, noções características do campo da moda, como as alterações de coleções a cada estação, os desfiles de peças conceituais, a observação de tendências, muitas vezes eram malvistas pelos designers de produto (CHRISTO, 2008, p. 28)



É importante recuperar como se instala o design no país e, a partir dessa disposição, proceder a uma compreensão sobre a inserção do design de moda como uma cultura e um campo de formação de conhecimento.

Primeiramente, é definida a Escola Superior de Desenho Industrial, ou ESDI, “cuja abertura em 1963 é tida, geralmente, como marco definitivo do início dos cursos de design no Brasil” (CARDOSO, 2004, p.166). Antes dela, porém, outra tentativa havia sido feita que, sendo “a primeira a se consolidar, ocorreu na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP (Universidade de São Paulo), na qual foi criada em 1962 uma sequência de Desenho Industrial como parte da graduação em Arquitetura (ibidem, p. 170). Esse quadro se manteve por muito tempo. Pires (2002) apontou o ano de 1988 como o do surgimento do curso de moda pela FASM – Faculdade Santa Marcelina.

Já destacado anteriormente, o curso em questão não tinha, como ainda não tem, a designação Design de Moda. Entretanto, vale sinalizar que, desde a instauração do curso na USP (Universidade de São Paulo), passaram-se vinte e seis anos. Mesmo com esse hiato temporal entre a implantação do desenho industrial como constituinte da graduação em arquitetura, outra questão ainda é colocada, relativa a um aspecto de denominação. Pires (2002, p. 7), contribui para o esclarecimento dessa questão. Segundo a autora, em 1997, discutiu-se, em dois distintos Fóruns de Dirigentes de Cursos de Design, a substituição da denominação Desenho Industrial por Design, afim de permitir aos cursos, dessa maneira, um currículo que possibilitaria a inclusão de novas habilitações.

Coloca-se, nesse sentido, um problema antecedente ao da denominação relativa ao design de moda, que se atrelava à denominação anteriormente dada ao design. Porém, este dado não minimiza o que foi apontado por Christo (2008) e merece atenção para que sejam compreendidas as mudanças.

Algumas das características do design de moda não são contempladas pelos outros cursos citados e, no sentido oposto a verdade também se instaura,



ou seja, os currículos que fundamentam o design gráfico ou o design de produto apresentam algumas aproximações conceituais e uma equivalente distância relativa a tópicos do campo em questão. Fornasier et al (2008, 132), distinguem uma necessidade existente para que se tenha a medida correta com relação ao design de moda, quando afirmam que,

Motivar os alunos a aprenderem a pensar como designers, provavelmente seja o fator-chave motivacional. Pensar como designer significa perceber, analisar e entender a realidade das situações para criar produtos e processos para reais necessidades, atividades que, provavelmente, não poderá ocorrer dentro de uma sala de aula. Hoje, os adolescentes obtêm informações facilmente. Transforma-la em conhecimento é a questão.

Faz-se necessário destacar as palavras dos autores quando se referem ao “pensar como designer”. Há nos verbos indicados uma linha de raciocínio que vai além do ato criativo de uma coleção de moda, atendendo às questões sazonais; é necessário pensar o processo como dado fundamental para um projeto em design, assim como observar o contexto social, econômico e político no qual ele será inserido. O pensamento do designer, sob o aspecto apontado pelos autores encampa o design de moda, assim como outras habilitações concernentes ao design.

Desse modo, a criação e implantação de um currículo para a formação em design de moda, ao prever todas as competências e habilidades necessárias a realização de um projeto, necessita também analisar e compreender o contexto no qual o curso atuará. Acredita-se que as criações dos cursos superiores de moda no Brasil contemplaram, a seu modo e circunstância, essas questões. Porém dada a quantidade de bacharelados e tecnólogos em Design de Moda, Negócios da Moda, Moda (e todas as demais nomenclaturas adotadas) no Brasil, o que se propõe é um compartilhamento da história, objetivando uma compreensão do presente, para que seja possível construir um futuro quando o ensino de moda (bem como a área no país) possa ser fortalecido e reconhecido em esfera federal.



Construção coletiva da linha do tempo do ensino de moda no Brasil

Face às questões apresentadas, acredita-se, por conta da grande diversidade cultural, econômica e social do Brasil, que o resgate individual e coletivo da memória do ensino de moda no país deva ser construído de maneira coletiva e colaborativa. Coletiva para que cada ator envolvido na criação dos cursos superiores possa compartilhar suas memórias e registros (visto que muitos participaram da construção de mais de um curso) em uma mesma plataforma; e colaborativa, pois tal documento pode contribuir de maneira contundente na construção e ou reformulação de novos cursos, fortalecendo o ensino de moda no país.

A ideia, então foi colocada em prática, criando-se uma plataforma digital que apresenta fatos e informações da moda brasileira, a partir dos anos 1980 com registros de imagens e vídeos, dividida entre as décadas e anos subsequentes, abrindo espaços para a inserção dos registros de cada curso em seu respectivo ano, objetivando assim a contextualização de sua criação.

Seu funcionamento acontecerá da seguinte maneira: o material criado, e aqui apresentado, será doado à ABEPEM (Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Moda), e a administração dos conteúdos da plataforma será feita pelos criadores e autores deste artigo. Todas as instituições, professores e pesquisadores serão convidados a construir os conteúdos, enviando aos administradores seu material. A administração da plataforma será meramente operacional, não havendo nenhuma intervenção ou edição nas informações recebidas pelas instituições ou pelos atores envolvidos na criação dos cursos.

Considerações

O ensino de moda no Brasil ao completar 30 anos atinge sua maturidade mesmo não sendo reconhecido oficialmente pela Federação. Os registros





encontrados nos anais do Colóquio de Moda e nas publicações da área ao longo dos últimos anos, dão conta dos esforços de cada instituição, cada professor, cada pesquisador na construção de cursos que atendam às necessidades regionais e nacionais. Não por acaso, as diretrizes formuladas em 2004 pelo “Conselho Nacional de Educação Superior” já incorporaram em seus objetivos educativos no design os parâmetros que privilegiassem a cultura local. Observa-se, nos registros de artigos e pesquisas, a formação de profissionais que atuem interdisciplinarmente com diferentes áreas do conhecimento para elaborar pesquisas e projetos com o intuito de incentivar a visão histórica e sugerir alternativas nos âmbitos socioeconômicos, culturais e ambientais³.

Na transição entre os séculos XX e XXI, as grades curriculares no âmbito acadêmico do design de moda passaram por transformações significativas com o propósito de adequar-se aos interesses que o contexto estabelecia, entre elas, o incentivo para realizar trabalhos em grupo, as noções de liderança coletiva, inovação, inclusão social, economia criativa, empreendedorismo e desenvolvimento sustentável.

Conseguir montar um registro imagético e contextualizado dessa história é um desafio que acreditamos valer a pena ser assumido, pois tal material pode contribuir com a construção de um futuro no qual a formação superior em moda seja condizente com os propósitos contemporâneos de sustentabilidade humana.

Referências

CARDOSO, Rafael. Uma introdução à história do design. São Paulo: Edgard Blücher, 2004

³ Informação obtida nas diretrizes curriculares do curso de graduação em design. Conselho Nacional de Educação. Resolução Nº 5, de 8 De março de 2004. Artigo 4, inciso III. Acessado em 20/09/2015.



CARMO, Paulo Sérgio do. Culturas da rebeldia: a juventude em questão. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.

COUTO, Rita Maria de Souza. Escritos sobre ensino do design no Brasil. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2008.

CHIRSTO, Deborah Chagas. Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda in PIRES, Dorotéia Baduy. Design de Moda: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

FORNASIER, Cleuza Bittencourt Ribas; MARTINS, Rosane Fonseca de Freitas; DEMARCHI, Ana Paula Perfetto. O ensino da disciplina de desenvolvimento de projetos como sistema de gestão de conhecimento in PIRES, Dorotéia Baduy (org.). Design de Moda: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

LIMA JÚNIOR, Geraldo Coelho.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino da sociedade. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MATTÉ, Volnei. Educação superior em design: aspectos relevantes na formação profissional. In Pensando design 2. (Orgs.) BOZZETTI, Norberto; BASTOS, Roberto. Porto Alegre: Ed. UniRitter, 2008.

MESQUITA, Cristiane. Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2010.

MORAES, Dijon de. Moda, design e complexidade in PIRES, Dorotéia Baduy (org.). Design de Moda: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

PIRES, Dorotéia Baduy. A história dos cursos de design de moda no Brasil in Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda/Universidade, 2002. Disponível em





http://www.inovacaoedesign.com.br/artigos_cientificos/db_historia_escola_desi gn_moda_1_.pdf. Acesso em 27 dez 2014.

POLLINI, Denise. Moda no Brasil: criadores contemporâneos e memórias. São Paulo: FAAP, 2012.

SALTZMAN, Andrea. El cuerpo diseñado: sobre la forma em el proyecto de la vestimenta. Buenos Aires: Paidós, 2004.

