

Artigo publicado: Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação. **Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi** – Ano VI, nº 9 (2002) – São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 112 p. ISSN 1415-3610.

A história dos cursos de design de moda no Brasil *The history of the courses of fashion design in Brazil*

M.Sc. Dorotéia Baduy Pires

Palavras-chave: design de moda; ensino; história

Este artigo apresenta os passos dados pelas instituições brasileiras de ensino superior para assimilar os atuais cursos de design de moda, abordando os seguintes tópicos: os cursos não acadêmicos; as demandas e suas causas; a acolhida pelas instituições de nível superior; a criação e organização dos cursos em nível de graduação e *lato sensu*.

Keywords: fashion design; education; history

This article presents the steps taken by the Brazilian institutions of higher education to assimilate the current courses of fashion design, approaching the following topics: the non-academic courses; the demands and their causes; the welcome by the institutions of higher education; the creation and organization of the courses in graduation and post-graduation level.

Os cursos de design de moda no Brasil

Na França do século XVII, já existiam escolas femininas que promoviam o ensino deste ofício em cursos de quatro anos (FERRON, 1996, p, 130). Uma das primeiras escolas de moda de que se tem notícia surgiu em Paris, atualmente chamada Esmod, com filiais e parceiros em todo o mundo, inclusive em São Paulo. Por sua vez, em Paris, Londres, Milão, Nova Iorque, Tóquio e outros centros, também funcionam escolas que formam designers de moda. Algumas dão ênfase ao mercado, outras à criação ou, ainda, a aspectos técnicos como a produção e a modelagem.

Os prestigiados designers da moda europeia, geralmente buscam formação acadêmica. Na França, por exemplo, uma das últimas decisões dos assessores do então presidente Mitterrand, foi abrir uma escola de moda digna de Paris, o Instituto da Moda.

No Brasil, até meados da década de 80, antes da instituição dos cursos superiores de moda pelas escolas, o brasileiro que desejasse aprender sobre o assunto, ou o autodidata que desejasse aperfeiçoamento, eram obrigados a viajar ao além-mar, de onde não apenas vieram os primeiros artesãos trazidos pelos jesuítas em 1559, mas de onde continuaram a proceder os materiais, os métodos, a técnica e a tecnologia, e de quem nos habituamos e aprendemos a depender.

Poucos se aventuraram a freqüentar escolas no exterior. Os primeiros brasileiros que foram a Paris para freqüentar cursos de design de moda foram Rui Spohr (RS), em 1952, e José Gayegos (SP), em 1971.

No momento em que grandes mudanças aconteciam na economia, sinalizando a necessidade de medidas urgentes diante da crise, o setor têxtil e de confecção decidiu criar os primeiros cursos técnicos no Brasil e dez anos mais tarde colaborou para o surgimento dos primeiros cursos superiores.

O Brasil tardou em estruturar cursos superiores nessa área. Sem profissionais preparados, a função de designer de moda era assumida por leigos e autodidatas que aprendiam com o exercício da profissão. Aparentemente, a atividade podia ser exercida por qualquer pessoa com certo talento artístico: "(...) acorriam para preencher os quadros das lides têxteis e de moda profissionais das mais diferentes formações e com inúmeras e involuntárias deficiências (...) arquitetos, pedagogos, psicólogos, desenhistas industriais, economistas, artistas plásticos e advogados entre aqueles que desempenhavam essas funções e eram carentes de qualificação profissional específica para melhor exercê-las" (GIBERT, 1993, p, 178).

No início da década de 80, ressentindo-se de um profissional criador, capaz de reger o grande concerto que envolve o complexo mecanismo da moda, as capitais dos 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. Depois, em 1988, na cidade de São Paulo, surgiu o primeiro curso superior de moda do Brasil. A idéia era formar um profissional bem-informado e de sólida formação, pronto a qualificar a produção brasileira de moda e abrir espaço para novas idéias.

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. Apesar de ainda hoje manter-se em nível técnico, este foi o primeiro contato entre os trabalhos de agulha com a Academia, no formato de curso.

Caso se compare a outras áreas do conhecimento, de tradição milenar, a atividade do designer de produtos ainda é muito recente, cuja produção em escala, obviamente, surgiu após o advento da revolução industrial.

Como o impulso da industrialização no Brasil se deu tardiamente, entre as duas grandes guerras mundiais, é factível que o primeiro curso de Desenho Industrial também tenha surgido tarde, em dezembro de 1962. Assim, o primeiro curso da América Latina foi criado com o nome de Esdi – Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Rio de Janeiro, o qual contou com o criador de moda francês Pierre Cardin, como professor convidado. Alguns dos alunos da Esdi tiveram a oportunidade de desenvolver projetos acadêmicos envolvendo a área do vestuário e do têxtil; no entanto, desde a sua criação, até o ano de 1988, não foi criado nenhum curso que graduasse o profissional para desenvolver os produtos da confecção nacional de roupas.

Atualmente, no Brasil, já é considerável o número de faculdades e universidades que oferecem cursos de graduação em moda. As mais tradicionais estão na cidade de São Paulo:

Faculdade Santa Marcelina, FASM, (1988);

Universidade Anhembi Morumbi, UAM, (1990);

Universidade Paulista, UNIP (1991);

Centro de Educação em Moda, Senac-Moda, (1999).

A fim de atender a indústrias de outras regiões do país, muitos cursos de nível superior foram criados:

Universidade de Caxias do Sul, UCS, no Rio Grande do Sul (1993);

Universidade Federal do Ceará, UFC, em Fortaleza (1994);

Universidade Veiga de Almeida, UVA, na cidade do Rio de Janeiro (1995);

Universidade Estadual de Santa Catarina, UDESC, em Florianópolis (1996);

Universidade Estadual de Londrina, UEL, no Paraná (1997);

Universidade Tuiuti do Paraná, UTP, em Curitiba (1997);

Universidade Regional de Blumenau, em Santa Catarina (1997);

Centro de Educação Superior de Maringá, Cesumar, no Paraná (1999).

Outras instituições de ensino superior também estruturaram cursos na área:

Universidade Salgado de Oliveira, em Niterói, RJ;

Universidade Estadual de Goiânia, em Goiânia, GO;

Universidade do Vale do Itajaí, Univali, no Balneário Camboriú, SC;

Centro Universitário de Rio Preto, Unirp, em São José do Rio Preto, SP;
Faculdade Senai-Cetiqt, Fasec, no Rio de Janeiro, RJ;
Fundação de Assistência e Educação, Faesa, em Vitória, Es;
Universidade Estácio de Sá; no Rio de Janeiro;
Associação Educacional Leonardo da Vinci, Asselvi, em Indaial do Sul, SC.

Um número reduzido de turmas já concluiu os cursos nas instituições que se encontram fora de São Paulo. Além destas, outras instituições de ensino de vários estados se organizam para adotar em seus programas a área de design de moda. Embora alguns estejam sendo criados aos moldes de escolas internacionais e nacionais, sem as adaptações regionais necessárias, o fato deixa evidente o interesse e a demanda de mercado.

Cada uma das escolas citadas contou com iniciativas de profissionais ou associações de classe e instituições de ensino que reconheceram a necessidade de criar cursos com programas que formassem o indivíduo capacitado a desenvolver produtos da indústria de confecção. Eugenie Jeanne Villien, religiosa vinda da Suíça, introduziu em 1967 a disciplina de desenho de moda, nos cursos de Bacharelado e Licenciatura em Desenho e Plástica, na Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo: “foi a primeira voz que levantou em prol de um ensino superior acadêmico na área de Moda no Brasil”. (GIBERT, 1993, p, II –175). Em 1988, a semente lançada por Eugenie Jeanne Villien se transformou no curso de Bacharelado em Desenho de Moda.

Com efeito, o Senai-Cetiqt (1985) foi a instituição que primeiro acolheu um curso para o ensino da criação de moda, antes da Academia, desempenhando significativo papel na evolução histórica dos cursos de graduação.

No ano seguinte, pela primeira vez, era instituído o ensino da criação de moda no país, que iniciou-se por meio de um curso de extensão universitária na Universidade Federal de Minas Gerais, representando a primeira abertura para a presença da teoria da prática social desenvolvida no âmbito doméstico e escolar.

O primeiro curso de longa duração para o ensino da criação de moda, em nível técnico, foi criado pelo Senai-Cetiqt, do Rio de Janeiro, em 1984. A instituição conta com uma das mais completas bibliotecas de moda do Brasil, a Modateca. A outra, a Biblioteca Dener Pamplona de Abreu, está na Universidade Anhembi Morumbi, nas instalações onde são ministrados os cursos superiores de moda.

Em 1987, houve a primeira tentativa de trazer para o Brasil a Esmod, a escola francesa sobre a qual já se fez referência. Após algum tempo de funcionamento, o empreendimento foi suspenso. Em 1994, o convênio foi refeito, desta vez com o Senac-São Paulo, que em 1997 formou a primeira turma do curso profissionalizante em nível de segundo grau. Em 1998, o curso foi absorvido pelo recém-criado Centro de Educação em Moda, passando de segundo

grau para nível superior. Com o primeiro vestibular unificado pela PUC-SP, em 1999, deu-se início, em novas instalações, o Curso Superior de Design de Moda .

A Academia iniciou o ensino da criação de moda primeiro como disciplina, depois como curso de extensão e, por fim, como graduação. Atualmente, tem investido esforços para formar o docente, promovendo cursos de pós-graduação.

A fim de capacitar profissionais e preparar docentes, é crescente a oferta de cursos *lato sensu* na área. Dois deles tiveram início no segundo semestre de 1997: o primeiro, no Centro de Estudos de Ensino Superior da cidade de Jaraguá do Sul, conveniado com a Universidade Federal de Santa Catarina; o segundo, em Passo Fundo, ofertado pela Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, com o apoio do curso de Tecnólogo em Confecção Têxtil; e o terceiro, na Universidade Estadual de Londrina, no Paraná. Em 1999, a Faculdade Santa Marcelina e a Universidade Anhembi Morumbi passaram a compor o quadro de cursos *lato sensu* ofertados no Brasil, este último via Internet.

Os cursos surgem porque as condições materiais das cidades e sua produção têxtil estão consolidadas e sua população comprometida com esse processo, a exemplo de São Paulo, Belo Horizonte, Blumenau, Jaraguá do Sul, Londrina, Maringá e Fortaleza. Em Londrina, para fazer da cidade um centro de estudos e pesquisas na área de moda, em 1998, deu-se início ao curso de especialização *lato sensu* em moda, numa parceria com a Federação das Indústrias do Estado do Paraná.

O curso da Universidade Anhembi Morumbi, desde sua inauguração, tem-se mostrado atento às necessidades de mercado. Baseado nesta filosofia, ofertou em 1997 o Programa de Pós-Graduação em Negócios de Moda, ministrado por mestres, doutores, especialistas e profissionais, com vivência de mercado em grandes empresas do Brasil e do exterior.

Outros recursos foram aplicados para divulgar tais conhecimentos, a exemplo da parceria feita na década de 50, entre dois meios de comunicação: a Rádio Globo e a Revista Fon-Fon, que promoveram um programa radiofônico de corte e costura. Ainda sem os recursos televisivos, organizaram-se para unir som e imagem.

Recentemente, dois métodos distintos e nada convencionais foram veiculados pelos meios de comunicação para atingir sobretudo populações distantes. O primeiro, fazia parte da Universidade Aberta e foi criado no início da década de 90, por iniciativa de Wânia Cysne de Medeiros Dummar, coordenadora editorial do projeto *Moda, Cultura & Comunicação* e Laís Pearson, coordenadora do curso. O projeto possibilitava o ensino à distância por meio de fascículos semanais, que chegavam até o aluno, inseridos nas edições do jornal O Povo, de Fortaleza. Cada fascículo tratava de temas diversos, apresentados por professores especialistas, mestres, doutores, cientistas e colaboradores de todo o país.

Abordou-se temas como: história da indumentária, moda como expressão socioeconômica, introdução à tecnologia têxtil, psicologia do vestuário, estética e criação,

história da cultura brasileira, moda e literatura, informática e moda, renascimento nas artes e na moda, estilismo, revolução industrial, televisão e moda, cinema e moda, semiologia e moda, moda e religião. No último fascículo, o aluno inscrito recebia uma avaliação com 50 questões de múltipla escolha. Verificada a aprovação, era enviado ao aluno um certificado de extensão universitária, emitido pela Universidade Federal do Ceará, conveniada com a Fundação Demócrito Rocha.

O segundo método não convencional são os cursos de extensão *on-line* ofertados pela Universidade Anhembi Morumbi com o nome de Universo da Moda. Primeiramente denominado Programa de Pós-Graduação em Negócios de Moda, teve início em 1997, com duração média de três meses. O curso era dirigido para estudantes e interessados a conhecer e identificar os fenômenos e tendências contemporâneas e a pesquisar via Internet.

Depois desta bem-sucedida experiência, em julho de 1999, a Universidade Anhembi Morumbi lançou o primeiro curso de pós-graduação em Moda e Comunicação pela Internet. Após cursar 364 horas de estudo pela ampla rede mundial de computadores, a chamada *web (world wide web)*, o aluno recebe o título de especialista. Constatou-se que o Universo da Moda foi o primeiro curso *on line* na área da moda em todo o mundo. A instituição continua desenvolvendo projetos nesta área, ainda sem concorrência.

Há alguns anos, a Coordenação Industrial Têxtil e a Rodhia optaram pela pedagogia industrial passando a convidar uma vez ao ano a diretora da escola parisiense *Cours Berçot*, reconhecida por sua filosofia de valorização do potencial criativo do aluno, Marie Rucki. Apesar de não fazer parte do ensino formal, tem sido grande a sua influência na formação dos criadores e designers de moda brasileiros, especialmente dos estudantes dos cursos de moda. Durante o verão francês, Marie Rucki ministra cursos, participa de debates e faz palestras quase sempre na capital paulista. Numa de suas visitas anuais ao Brasil, destacou o importante papel da escola de design de moda. Na sua opinião, o Brasil crescerá como potência de moda quando assumir sua própria identidade e oferecer, aliado a ela, o padrão de qualidade exigido pelo mercado internacional.

Ainda há descompasso entre a realidade e a competência dada aos alunos que se formam nos cursos da área de design. Num período em que a humanidade vive ombro a ombro com a globalização, a informatização, a violência, a engenharia genética, a superpopulação, a destruição do Planeta, a Aids, a aceleração do tempo e a Internet, o ensino do design tem sido pouco discutido nas escolas, o que tem feito o designer se formar mais para servir ao sistema do que para atuar sobre ele com projetos próprios.

Além disso, ainda prolifera uma polêmica entre as pessoas que consideram imprescindível a existência de cursos superiores de moda e aqueles que apenas questionam a qualidade e a necessidade. A discussão gira entre a prática e a teoria e entre o conhecimento e o talento. No Brasil, o preconceito pela falta de informação impede que os educadores e

coordenadores dos cursos de design reconheçam a grande importância do setor. A indústria e o comércio de têxteis/vestuário representam uma participação aproximada de 6% do PIB nacional.

Historicamente, a palavra moda é antecedida do design e do estilismo. Contudo, tal ótica começa a sofrer alterações. Recentemente, numa reunião do Encontro Nacional de Escolas de Design, durante o 2.º Fórum de Dirigentes de Cursos de Design no Brasil, realizado em Curitiba, em novembro de 1997, na Pontifícia Universidade Católica do Paraná, colocou-se em discussão um tema que já havia sido discutido no 1.º Fórum que aconteceu em Recife, em maio do mesmo ano: a denominação design em substituição ao termo Desenho Industrial. Tal objetivo contempla um currículo flexível de modo a permitir a inclusão de novas habilitações. Logo, os cursos da Universidade Tuiuti do Paraná e do Centro de Educação em Moda (SP) adotaram não somente o termo design mas também os conceitos. Desde meados de 2000, por recomendação do MEC, os cursos na área da moda, estão sendo autorizados e reconhecidos considerando-se as diretrizes educacionais para o ensino de graduação em design, assim como adotando a nomenclatura design no nome do curso.

A reforma curricular propõe um ensino que mantenha um núcleo básico comum de conteúdos de design por área de conhecimento seguido das habilitações de projeto de produto e gráfico. comunicação visual e programação visual; interface; moda e vestuário; interiores; paisagismo e outras que venham a surgir, bem como ênfases em função das vocações regionais e institucionais. A decisão sinaliza uma abertura dos cursos acadêmicos de design para os produtos do vestuário.

Algumas iniciativas de incentivo ao design ou da própria comunidade industrial evidenciam o reconhecimento da necessidade de designers habilitados a atuar na indústria de confecção. O Programa Brasileiro de Design, PBD, criado em 1995, pelo Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo, a exemplo de outros países que têm desenvolvido ações governamentais de incentivo, promoção e proteção à inovação com resultados positivos, estabeleceu um conjunto de ações como parte integrante da Política Industrial e de Comércio Exterior.

Como resultado desse incentivo, a CNI, Confederação Nacional da Indústria; o Senac – Departamento Nacional; o Cetiqt, Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil, com sede no Rio de Janeiro, em parceria com a empresa francesa Lectra Systemes e, em consonância com o Programa Brasileiro de Design, em março de 1998, iniciaram as atividades do Instituto de Design, ID, com o Curso de Gestão de Design Têxtil e do Vestuário. A instituição busca promover pesquisa na área têxtil e de confecção, e de estimular a integração e o fortalecimento da infra-estrutura de ensino, pesquisa e desenvolvimento e serviços de design.

Na luta pela definição de programas e currículos, tendo em vista o convite público do MEC para que as Instituições de Ensino Superior (IES) encaminhassem propostas de Diretrizes

Curriculares aos cursos de graduação, conforme previsto pela LDB, a coordenação do Curso de Estilismo e Moda da Universidade Federal do Ceará organizou o I.º Encontro Nacional de Coordenadores e Dirigentes de Cursos Superiores e Representantes de Classe de Estilismo de Moda do Brasil, realizado em maio de 1998, em Fortaleza.

Os temas abertos para discussão estiveram relacionados à elaboração das diretrizes curriculares para os cursos de estilismo e moda e regulamentação da profissão. Durante o evento, apesar do baixo número de participantes, definiu-se que a proposta dos cursos de moda da Faculdade Santa Marcelina e Universidade Anhembi Morumbi, ambas de São Paulo, estariam muito próximas à realidade brasileira. Portanto, passariam a servir de base para a Proposta de Diretrizes Curriculares dos Cursos Superiores de Moda.

Atendendo ao Edital n.º 04 da Sesu/MEC, o Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo (Semesp) promoveu um seminário sobre as diretrizes curriculares para o ensino superior. Coordenadores, chefes de departamento e professores dos cursos de moda analisaram os cursos atuais e elaboraram o perfil, as competências e as habilidades esperadas. A análise foi apresentada como proposta à Comissão de Especialistas da Sesu/MEC.

Ampliando o espaço de discussão, a Udesc deu um passo nessa direção, quando a chefia do departamento do curso de moda da Universidade Estadual de Santa Catarina, em outubro de 1998, organizou o 1.º Encontro Nacional de Estudiosos em Moda, coordenado pela professora Mara Rúbia Sant'Anna. No evento, discutiu-se o projeto inicial do estatuto preliminar da Sociedade Brasileira de Estudos em Moda (Sbem). Como sociedade científica, congrega professores, estudiosos e pesquisadores de moda, busca aperfeiçoar o ensino de moda em seus diversos níveis e promove o estudo e a divulgação de assuntos relacionados ao ensino, à pesquisa e à produção de Moda. Durante a gestão 2001-2002 a Sbem tem sua sede na Universidade de Caxias do Sul, RS.

A demanda

Cada uma das instituições de ensino a que se referiu neste artigo, de acordo com o contexto socioeconômico em que estão inseridas, percorreram um particular percurso.

Contudo, na análise da coleta de dados da história das escolas, percebeu-se nitidamente que a demanda do mercado foi fator determinante no estabelecimento dos cursos universitários de design de moda. Porém, sabemos que outras questões como a crescente cultura do corpo, da aparência, a segmentação do mercado e do consumidor, passaram a exigir uma nova metodologia projetual, e com isto, um profissional com um perfil muito diferente do que a indústria vinha adotando até então.

De fato, a indústria brasileira apontou sua carência muito antes da Academia, quando cursos técnicos e, uma década após, cursos superiores foram solicitados pelos setores têxtil e

de confecção, que, habituados a preocupar-se com a produção, evidenciaram a falta de profissionais capacitados ao processo criativo, ao design.

Assim, a indústria voltou-se para a Academia a fim de que esta teorizasse e sistematizasse o aprendizado do processo criativo, a etapa que antecede à produção seriada do vestuário. O objetivo era libertar a moda do amadorismo, criando melhores condições de enfrentar a acirrada concorrência externa. A partir de então, as fábricas assumiram a produção material dos vestuários e a teoria passou para o domínio da Universidade. Sem que houvesse docentes, a Academia recorreu a profissionais de outras áreas para ministrar as disciplinas e contou com o apoio dos raros brasileiros formados nas escolas do exterior.

O fenômeno do surgimento destes cursos esteve atrelado ao aquecimento da economia num período em que surgiram novas indústrias de fiação, de têxteis, de confecção do vestuário e, posteriormente, deu-se a política de abertura de mercado. Os anos 80 trataram a moda como importante área de negócio que abrange generosa fatia do mercado de produtos industrializados. Hoje, a moda não é mais vista apenas como o caráter efêmero das sociedades ocidentais. Formou-se uma nova visão empresarial numa área antes considerada menor pela Academia. Um valor assegurado no mercado veio conferir à moda, como produto, um amplo campo de trabalho, exigindo produção de qualidade, somente obtida com o ensino ofertado pelas Universidades.

Ao se estudar a história do surgimento dos cursos superiores, apurou-se que, ao acolher os cursos de design de moda, a Academia muitas vezes optou por alojá-los nos departamentos de artes, provavelmente porque, no início do século XX, o estudo sistemático do traje fosse visto como um ramo derivado da história da arte.

No histórico das escolas superiores de moda, verificou-se a forte tendência em se estabelecer esta ligação. O primeiro curso ligado à Academia, o curso de extensão da Universidade Federal de Minas Gerais, faz parte da Escola de Belas Artes: o primeiro curso em nível superior do Brasil nasceu de uma disciplina do currículo do curso de Artes Plásticas da Faculdade Santa Marcelina: os cursos da Universidade de Caxias do Sul, da Universidade Veiga de Almeida e das Universidades Estaduais de Santa Catarina e Londrina fazem parte dos departamentos de artes. Apesar de fazer parte do Departamento de Ciências Humanas e da Comunicação, o curso de Blumenau tem recebido importante apoio do departamento de artes daquela Universidade.

O fato do curso da Universidade Federal do Ceará estar ligado ao Departamento de Economia Doméstica sugere que um dos motivos prováveis da sua localização estar em um departamento indica a moda como uma atividade doméstica e, portanto, feminina.

De todos os cursos acolhidos pela Academia, dois continuam em nível técnico e de extensão, o primeiro na Universidade Federal de Minas Gerais, em Belo Horizonte: e o

segundo, na Fundação Armando Álvares Penteado, em São Paulo. Apesar da demanda do setor industrial, no início, eles dependeram sobretudo de esforços individuais.

O fato dos primeiros cursos terem seguido modelos de escolas estrangeiras, levou-os a um constante processo de adaptação. Além de outros aspectos que distinguem as duas realidades, no Brasil o aluno dispõe de menos tempo para as atividades extra-classe e uma menor carga horária de curso, colocando-o em desvantagem em relação aos designers do primeiro mundo com os quais poderá vir a concorrer.

A maioria dos cursos de graduação optaram por um perfil de curso que corresponda às características culturais e econômicas de suas regiões, como pudemos constatar entre algumas universidades, como: a Veiga de Almeida, que dá ênfase à brasilidade: a Regional de Blumenau, que orienta o programa do curso para o desenvolvimento de produtos de baixo custo e a de Caxias do Sul, que concentra-se no *saber fazer*.

Pode-se afirmar que os programas curriculares estão mais próximos da nossa realidade e, apesar de não ter sido homologado, o MEC adotou um roteiro de avaliação e padrões de qualidade. Hoje, os cursos de Moda estão sendo autorizados, reconhecidos e avaliados conforme os critérios estabelecidos para a área do design.

Outras informações estão no *Roteiro de Avaliação e Padrões de Qualidade para Cursos Superiores de Design*, inserido na página do MEC na Rede Mundial de Computadores: www.mec.gov.br/sesu/ftp/curdiretriz/design/des_rot.doc

Por sua vez, as *Diretrizes Educacionais para o Ensino de Graduação em Design* estão na página www.mec.gov.br/sesu/ftp/curdiretriz/design/des_diretriz.rtf

Algumas considerações de âmbito sociológico e cultural

Organizadores, administradores, coordenadores e educadores em suas formulações de planejamento dos cursos de design de moda e também aqueles que pesquisam as questões de gênero devem levar em conta alguns aspectos sociológicos e culturais determinantes dos modos de vestir-se em nosso país, ao longo dos tempos, até que integrassem o ambiente acadêmico.

Adotou-se a pesquisadora Gilda de Mello e Souza como símbolo desta tessitura ao defender sua tese de doutoramento na década de 50. Assim como nós, enfrentou críticas e barreiras ao tratar da moda no meio universitário, mas contou com o valoroso apoio do orientador Roger Bastide. Após meio século, a mesma Universidade de São Paulo (USP), que na época recusou a pesquisa de Gilda de Mello e Souza, acolhe esta área de conhecimento ao fundar recentemente o Centro de Estudos em Moda, atualmente Instituto da Moda.

Apesar de não serem destinados exclusivamente ao público feminino, com a abertura destes cursos, as mulheres e também os homens puderam retomar em nível superior um

conhecimento definido pela história como próprio da mulher. Com a constatação da predominância do feminino na moda por determinantes históricas, verificou-se que o mercado tem influenciado currículos e docentes a estruturarem seus programas numa falsa e preconceituosa estética feminina que privilegia uma minoria e marginaliza a maioria da população brasileira, distanciando-se de um dos princípios do design: “o design para todos”.

Neste caminho, a universidade é uma importante parceira para que a nação saia do ciclo vicioso dos comportamentos tradicionais, adotando uma nova consciência cultural. A definição da identidade e o aumento da percepção dos produtos brasileiros, desenvolvidos por esses profissionais, são importantes medidas para resguardar o país da instabilidade causada pela crescente indústria de facção, que, especializando-se e se estruturando numa política de fornecimento de mão-de-obra, expõem-se às oscilações de mercado, características da globalização econômica.

Atualmente, o maior patrimônio de uma empresa é a sua marca, sua identidade. Defendendo esta idéia, alguns designers e instituições têm lutado pela marca Brasil; pois, ainda hoje, nossos produtos não indicam a garantia da identidade de um *made in Italy*, por exemplo, que acresce em torno de 30% o fetichismo, o valor agregado ao produto. O Instituto de Design, ao qual nos referimos anteriormente, visa a promoção e o reconhecimento da marca Brasil no que concerne à obtenção de uma identidade própria através da criação.

Vale dizer, ademais, que a moda já não é vista apenas como o caráter efêmero das sociedades ocidentais. Ainda que o desenvolvimento industrial brasileiro tenha ocorrido tardiamente, havendo que esperar trinta anos para que a Academia acolhesse os cursos de desenho industrial e quase outros tantos para os de design de moda, o Brasil é capaz de sair dos ciclos de crises e vencer estas décadas de defasagem do ensino formal, da tecnologia e dos métodos de produção, investindo na educação do designer.

Considerando a indústria a responsável pelo acolhimento dos cursos superiores de moda no Brasil, com a ajuda do designer, esta poderá conquistar um espaço muito consistente no competitivo mercado internacional à medida em que valorizar a personalidade e a alma brasileira, tão cheia de atrativos, de humor, de cores e sol. No Brasil, persiste o histórico abismo criado entre a demanda por melhor formação e a baixa qualidade de ensino. Abaixo do esperado em relação ao nível de desenvolvimento e a um mercado de trabalho cada vez mais exigente, frio e implacável, este desafio pode ser rompido com cursos que levem em consideração as nossas origens, nossa geografia, nosso clima, nossas diversidades, nossa gente, nosso modo de vestir.

Do mesmo modo, precisamos de um ensino que oriente a pesquisa a uma adaptação das influências internacionais para o mercado nacional e que não se julgue inventora de idéias que na verdade são importadas.

Um valor assegurado no mercado veio conferir à moda, como produto, um amplo campo de trabalho, exigindo mais qualidade, somente obtida com o ensino ofertado pela Academia. Apesar dos preconceitos e equívocos, esta especialidade encontrou caminhos próprios em instituições de ensino superior, que hoje somam aproximadamente vinte cursos em funcionamento em todo o território nacional.

Acompanhando as mudanças culturais e atenta ao mercado em ascensão, este ensino libertou a moda do amadorismo. Assumindo o profissionalismo e melhores condições de enfrentar a concorrência externa, a Universidade passou a formar designers competentes e preparados.

Conquistando valiosos espaços na economia e na cultura, a moda abandonou seu caráter restrito, saiu de um plano secundário, rompeu preconceitos. Desde a década de 80, passou a ser discutida em nível mundial, como um estado de espírito e uma aspiração, reflexo dos costumes de uma população, seja universal ou regional.

Nunca a moda mereceu tanta atenção. Cresceram o individualismo, a competição e, por efeito, a moda se transformou em expressão de personalidade, fator de liderança, parâmetro de poder, distinção, classe e sexo. Ampliaram-se o “ter” e o “parecer”, estimulados pela sociedade industrial, pelo consumo de massa e pela mídia. O culto à novidade, ao presente e a exaltação da estética conferiram valores a um mundo de aparências, onde a moda encontrou recursos infinitos para torná-los visíveis (SOUZA, 1987, p. 19).

Não só no Brasil há constantes mudanças a serem reconhecidas e promovidas. A dinâmica do capitalismo, que proporciona o desenvolvimento das técnicas e processos de fabricação industriais, pela informatização e pela globalização, também causou um efeito irreversível no setor da educação, no mundo todo. Pela função social que detém de interpretar os fatos da cultura em sua relação com aspectos econômicos que determinam a qualidade de vida da população, a Universidade deve elaborar problematizações e apontar caminhos, não devendo ficar na retaguarda do desenvolvimento nem a reboque da indústria.

A discussão sobre o ensino do design de moda no país tem sido insuficiente, o que perpetua o âmbito de equívocos. Cabe à educação romper tal realidade e contribuir para uma educação crítica e transformadora. Para isso, Universidade deve estar na vanguarda do desenvolvimento, contribuir para a produção da ciência, atender às necessidades do ser humano e capacitar profissionais criativos, articulados e de espírito transformador.

Bibliografia

- FERRON, Wanda Maleronka. **Fazer roupa virou moda** : um figurino de ocupação da mulher (São Paulo – 1920 – 1950). São Paulo, 1996. Tese (Doutorado em História Econômica) – USP/São Paulo.
- GIBERT, Vera Lúcia Pieruccini. **O entorno acadêmico e industrial têxtil no vestir e morar brasileiros**. São Paulo, 1993. Dissertação (Mestrado em Artes) – ECA-USP.

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

Dorotéia Baduy Pires
doroteia@sercomtel.com.br