

A relevância da multidimensionalidade das disciplinas de projeto na graduação em moda

The relevance of multidimensionality of project's disciplines in fashion graduation

(MOREIRA, Bruna R.; mestre; Unisinos, brunarm@unisinos.br)
(CAMARGO, Cariane W.; mestre; Unisinos, carianewcamargo@gmail.com)
(SOARES, Luciana B.; mestre; Unisinos, luborges82@terra.com.br)
(GIONGO, Marina A.; mestre; Unisinos, marinagiongo@gmail.com)

Resumo

Este artigo trata da relevância da multidimensionalidade das disciplinas de Projeto na formação universitária em moda. Foram analisadas as relações entre as disciplinas de projeto e o Projeto Político-Pedagógico de uma graduação em Moda, as demais disciplinas do curso e com o mercado de trabalho, assim como a percepção dos alunos em relação a estas disciplinas.

Palavras Chave: Ensino. Moda. Projeto.

Abstract

This article discusses the relevance of the multidimensionality of the project disciplines in fashion university education. We analyzed relationships between project disciplines and Political-Pedagogical Project of a Fashion graduation, the other disciplines of this course and the job market, as well as the students perceptions in relation to these project disciplines.

Keywords: Education. Fashion. Project.

Introdução

A formação superior em Moda vem crescendo nos últimos anos de forma significativa e, como consequência, a necessidade de refletir e avaliar as práticas de ensino-aprendizagem. Segundo relatório do e-MEC¹, constam 11 graduações – bacharel e tecnológica – com a nomenclatura “Moda”, somente na região Sul do Brasil. Com a nomenclatura “Design de Moda” o número aumenta para 41 cursos no Sul do país, totalizando 52 cursos na área nesta região (e-MEC, 2014). Com o expressivo crescimento nesta área, somado a novas possibilidades no ensino superior, suscita-se análise constante para permitir novas abordagens pedagógicas, a fim de potencializar a formação de profissionais competentes e condizentes com a realidade do mercado.

¹ Sistema eletrônico de acompanhamento dos processos que regulam a educação superior no Brasil. Ministério da Educação – 2014.

Este artigo focaliza a relevância acadêmica das disciplinas de Projeto na formação universitária em moda, utilizando um curso de bacharelado em Moda da região Sul como objeto de estudo. Esta análise relaciona as disciplinas de Ateliê de Projeto II, III e IV com o Projeto Político Pedagógico do curso; as demais disciplinas da grade curricular do curso; e as relações estabelecidas com o mercado de trabalho. As disciplinas de Ateliê de Projeto I e V não serão foco do estudo, pois a primeira não tem parceria com empresa real e a última está em fase de implantação. Para este texto, usaremos também a sigla AP para designar Ateliê de Projeto. Assim, o presente estudo se estrutura, primeiramente, com a revisão de literatura sobre as bases teóricas do tema e, posteriormente, explicita as especificidades da abordagem teórico-prática das disciplinas de Ateliê de Projeto. Por fim, apresenta alguns relatos de alunos que já vivenciaram tais disciplinas e possíveis diferenciais promovidos por elas.

1. Ensino de projeto de Moda no ensino superior: bases conceituais

A qualidade da educação projetual em cursos de Moda ainda é questionada, visto que é recente o ensino formal no país e a aproximação com os princípios projetuais do Design. De acordo com Pires (2007, p.68) há uma histórica resistência e tensão entre as áreas do Design e da Moda. Todavia, nos últimos anos, tem ocorrido uma aproximação considerável entre ambos, possibilitando iniciativas conjugadas, e um olhar mais amplo em torno da sua função social.

Ao abordar sobre os métodos de projeção, Sanches (2008, p. 301) afirma que ainda há um longo caminho a ser trilhado na busca por metodologias adequadas no desenvolvimento de produtos de moda, mas, segundo a autora, um trajeto promissor se houver o reconhecimento de que a concepção de tais produtos será mais sólida sob os princípios projetuais do design, tendo em vista a abrangência e a interação multidisciplinar desta atividade. Nesse sentido, mostra-se pertinente observar as literaturas do Design que tratam sobre o ensino projetual e adequá-las para o ensino de projetos de moda, sempre levando em consideração as peculiaridades da área.

Conforme Bonsiepe et al. (1984, p. 10), o ensino de projeto pode ser classificado de acordo com três enfoques diferentes, utilizando os modelos “bengala”, no qual o docente ajuda o aluno a ir em frente ao proporcionar a maior parte das informações técnicas, pré-estruturando o campo no qual deve buscar uma solução; “guia”, em que o docente orienta o aluno que já se move com uma maior autonomia, interferindo só ocasionalmente no

processo; e “consultor”, onde o docente acompanha a marcha livre do aluno, limitando sua função a uma intervenção crítica ocasional.

Percebe-se que o primeiro modelo se enquadra a alunos iniciantes, ou aqueles que possuem maior dificuldade na execução do projeto. Já o modelo “guia” e principalmente o “consultor”, geralmente, se aplicam a alunos mais experientes, ou que possuem um conhecimento prévio do projeto. Sabe-se que, em uma turma de alunos, encontram-se diferentes perfis e capacidades, tornando-se ainda mais complexa a atividade docente.

Sobre a formação acadêmica em Design, Van Der Linden (2009, p. 9) diz que:

No contexto atual, a formação de estudantes de Design tem como um dos seus grandes desafios o ensino da metodologia projetual, já que essa não é apenas um instrumento de trabalho, mas como uma das características que definem a área. Esse desafio começa com a necessidade de convencer sujeitos criativos de que o pensamento criativo não é suficiente para dar conta da complexidade dos projetos que as empresas e a sociedade irão colocar à sua frente no futuro. Passado esse primeiro desafio, surge outro: não permitir que o culto ao método tome o lugar do culto ao conhecimento crítico (VAN DER LINDEN, 2009, p. 9).

Nas disciplinas de projeto de moda, o ensino baseado na fundamentação teórico-prática dos métodos projetuais ainda é algo desafiador, que requer maior reflexão e pesquisa, para aperfeiçoar os processos concernentes à concepção de produtos no âmbito acadêmico e mercadológico.

Apesar da realidade educacional do design de moda ter suas especificidades, intrínsecas a sua área de atuação, Pires (2007, p. 72) ressalta algumas dificuldades comuns em quase todos os projetos político-pedagógicos dos cursos de Design: projetos político-pedagógicos concebidos sem consistente justificativa e definição de um perfil profissional de formação; inexistência de investimentos na construção dos projetos dos cursos; baixa coerência entre a justificativa, o perfil e as unidades curriculares; pouco conhecimento das metodologias de ensino. A autora ainda atribui a origem desses problemas à recente criação dos cursos superiores de Design (1963), Moda (1988), e Design de Moda (1998), no Brasil, e também, ao fenômeno de expansão dos cursos de Design, em todo o território nacional, nas últimas décadas (PIRES, 2007, p. 72).

A reflexão acerca do curso estudado apresentada adiante é pertinente, pois aborda questões pontuais do ensino projetual, explicitando a relevância da multidimensionalidade destas disciplinas de projeto na formação dos egressos em moda da instituição.

2. Projeto de moda no ensino superior: abordagem do Bacharel em Moda da Unisinos²

O bacharel em moda da Unisinos foi concebido com as bases do design estratégico, mesma linha que deu origem à antiga Escola de Design Unisinos, cujos cursos hoje fazem parte da Escola da Indústria Criativa. Neste sentido, tem-se a concepção de moda como projeto, em um curso em que a inovação e a integração são pontos chave. Todo projeto proposto aos alunos do curso busca a criação de um sistema-produto, de forma a tangibilizar a mesma ideia nos vários aspectos do projeto, desde a concepção até a comunicação - ouvir, interpretar, difundir - e que seja uma proposta inovadora, uma nova oferta de significado às pessoas, além das necessidades de mercado, conforme Verganti (2009).

A proposta pedagógica do curso estudado tem como objetivo proporcionar que o aluno adquira competências referentes a todo o sistema de desenvolvimento de produtos, desde o entendimento de tendências até a geração de soluções criativas e suas aplicações no mercado. Estas competências fornecem uma visão sistêmica, capacitando-o a conceituar e desenvolver um projeto a partir da combinação de diversos componentes materiais e imateriais. Tais competências são trabalhadas em disciplinas de apoio ao atelier de projeto, que possibilitam ao aluno desenvolver conhecimentos que fundamentam o processo de projetar e principalmente o metaprojeto, conceituado por Moraes como

um espaço de reflexão disciplinar e de elaboração dos conteúdos da pesquisa projetual. O metaprojeto nasce da necessidade de uma “plataforma de conhecimentos” (pack of tools) que sustenta e orienta a atividade projetual em um cenário fluido de constante mutação. (MORAES, 2010)

Objetiva-se que o acadêmico seja capaz de situar a Moda dentro da sociedade, discernindo o seu papel de agente transformador do conhecimento. Para tanto, o curso busca preparar profissionais capazes de oferecer soluções projetuais inovadoras, aplicando seu conhecimento teórico à prática em situações da vida real, através da formação técnica, humana, raciocínio crítico e reflexivo sobre questões que permeiam a área da moda e áreas externas.

3. Formatação das dinâmicas das disciplinas de Ateliê de Projeto (AP)

O fio condutor das disciplinas de Ateliês de Projeto baseia-se no estímulo constante da busca do envolvimento do aluno de forma ativa no processo de ensino e de

² Universidade do Vale do Rio dos Sinos

aprendizagem que fomenta o *aprender a aprender*, a autonomia e a atitude investigativa (PPP do Curso de Moda, PDI/2006-2011).

Assim, tais disciplinas instigam os alunos a resolver e propor soluções a problemas de maneira criativa, reflexiva e inovadora, através do domínio de linguagem própria da Moda. Os aspectos-chaves destas disciplinas são o saber lidar com os fatores produtivos de um processo projetual para, então, demonstrar flexibilidade para conceituá-lo e desenvolvê-lo a partir da combinação adequada de diversos componentes. Identificar, interpretar e aplicar as diferentes etapas do desenvolvimento de um projeto constitui-se como objetivos inerentes ao processo de aprendizagem proposto.

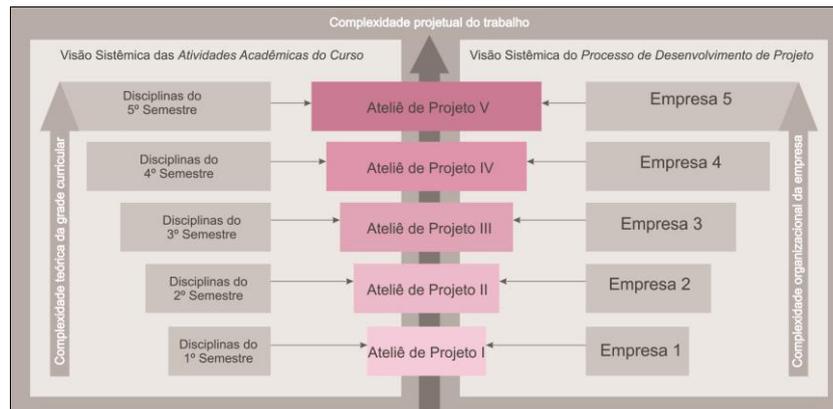
Neste contexto, cada disciplina de Ateliê de Projeto é composta por dois professores, que atuam em conjunto e compartilham linhas de pesquisa diferentes – concepção e construção do projeto. Isto faz com que cada etapa do projeto seja orientada por profissionais com expertise nas necessidades pontuais ao longo do desenvolvimento dos projetos. O grau de complexidade projetual aumenta a cada semestre e os docentes têm a oportunidade de compartilhar com os discentes um maior nível de informações teórico-práticas.

É importante destacar a maturidade projetual adquirida pelos alunos, fazendo com que ao longo dos semestres os professores assumam diferentes modelos propostos por Bonsiepe (1984), evoluindo do modelo “bengala” para os modelos “guia” e “consultor”. Percebe-se esta evolução em todas as etapas de projeto dos AP, desde o diagnóstico das empresas parceiras até a comunicação das ideias, etapas inteiramente desenvolvidas pelos alunos de forma individual.

4. Relação com as outras disciplinas e com o mercado

As disciplinas de Ateliê de Projeto visam aproximar os estudantes às empresas, fazendo com que eles possam aplicar a teoria à realidade de mercado. Ao longo destas atividades acadêmicas é possível ter uma vivência abrangente de todos os processos, ampliando de forma gradativa as capacidades tecnológicas, comunicacionais e analíticas (Figura 1).

Figura 1: Relações intra e extracurriculares dos Ateliês de Projeto. **Fonte:** elaborado pelos autores.



Buscando atender os objetivos do curso, os AP estabelecem uma relação estreita com o mercado de trabalho a partir de parcerias com empresas atuantes no mercado da moda, em quatro das cinco disciplinas de AP. Cada disciplina de AP oportuniza o acadêmico, gradativamente, a desenvolver e manifestar soluções projetuais de baixa, média e alta complexidade. Além disso, estas atividades proporcionam uma visão sistêmica do curso uma vez que os conhecimentos adquiridos estão diretamente ou indiretamente relacionados com os conteúdos abordados nas outras disciplinas do mesmo semestre ou de semestres anteriores (Tabela 1).

Tabela 1: Relações interdisciplinares entre as disciplinas de Ateliê de Projeto. Fonte: elaborado pelos autores.

AP	Semestre do Curso	Disciplinas relacionadas diretamente	Disciplinas relacionadas indiretamente	Complexidade projetual	Porte da Empresa parceira
I	1º	Oficina de Criatividade e Laboratório de Modelagem I	Introdução à Moda	Baixa	-
II	2º	Oficina de Desenho I, Laboratório de Modelagem II e Fotografia de Moda.	História: Arte e Indumentária; Laboratório de Modelagem I.	Baixa	Pequena
III	3º	Oficina de Desenho II e Laboratório de Modelagem III.	História, Moda e Sociedade.	Média	Média
IV	4º	Oficina de Desenho III e Laboratório de Modelagem IV.	Comportamento do consumidor e Pesquisa de Tendências I.	Média	Grande
V	5º	Desenvolvimento de Coleção e Ateliê de Projeto V	Pesquisa de Tendências III e Tecnologia Têxtil II	Alta	Grande

A parceira da disciplina de AP II caracteriza-se como uma empresa pequena, localizada na cidade de Porto Alegre, atuante no segmento feminino casual e composto apenas por um ponto de venda em bairro nobre da cidade. A parceria de AP III é feita com uma empresa de porte médio, atuante no segmento feminino, que possui 30 lojas distribuídas nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo e Rio Grande do Norte. E a parceria de AP IV enfoca-se em uma empresa de grande porte, atuante nos segmentos infantil, masculino e feminino, que contém, atualmente, 217 lojas em todo território nacional.

Além do compromisso pedagógico e educacional, os Ateliês de Projeto possuem como objetivo conectar o aluno com o mercado de trabalho, aliando os conhecimentos adquiridos ao longo do curso ao cotidiano de empresas. Sendo assim, os alunos têm a oportunidade de construir projetos direcionados para a realidade de marca na qual estão focados e correlacionar seus conhecimentos teóricos a elas.

5. Relatos de alunos

Esta pesquisa foi realizada com uma amostra não probabilística, aplicada apenas àqueles acadêmicos que já cursaram todas as disciplinas de Ateliês em questão. Foram enviados questionários a 16 alunos e destes, 13 responderam à pesquisa.

Os relatos foram coletados através de um questionário, com aplicação *online* através da Plataforma *Survey Monkey*, composto por oito questões, sendo quatro dissertativas e quatro objetivas. As questões dissertativas visaram compreender as avaliações dos acadêmicos no que se refere a sua evolução ao longo das disciplinas de Ateliê de Projeto I, II, III e IV, além de questionar possíveis oportunidades de melhorias a serem feitas nas disciplinas e comentários gerais; as questões objetivas, através da Escala *Likert*, investigaram o grau de aderência entre as disciplinas de Ateliês e as outras disciplinas da Grade Curricular do Curso.

i. Sobre a evolução nas disciplinas de Ateliês de Projeto

As avaliações acerca da percepção da amostra com relação à evolução ao longo das disciplinas enfocaram-se nos pontos de vista tecnológico, comunicacional, analítico e criativo. As respostas dos alunos foram classificadas em baixa, média e alta evolução. Com relação à evolução da capacidade tecnológica (desenvolver modelagens, construir peças diferenciadas e escolher matérias primas adequadas) a maioria indica alta evolução. Destaca-se a sentença: “essa provavelmente foi a capacidade que mais desenvolvi no decorrer de todos os ateliês, quando entrei na faculdade não fazia a menor ideia de como era um molde e só sabia costurar a mão, hoje eu domino muito a parte prática”; Três alunos corroboram com esta ideia ao afirmar que as competências tecnológicas vão aumentando gradativamente de um AP para o outro e atribuem que este avanço reflete-se nas peças desenvolvidas.

Acerca da evolução da capacidade comunicacional (representação das ideias através de desenhos artísticos e técnicos, fichas técnicas e produção de moda), a maioria declara alta evolução, mas um apontou baixa evolução. Declarações importantes são: “também evolui muito nesse aspecto, eu gosto muito da parte artística da comunicação do projeto. Acho que até mesmo desenhar um *layout* legal ajuda muito a transmitir o ‘sentimento’ da coleção. O mesmo acontece com os elementos das estampas, croquis e por fim a produção de moda”; e “as cadeiras como de desenho técnico e fotografia ajudam para que a minha capacidade de representar uma ideia não fiquem só em palavras”.

Para a capacidade analítica (compreensão do posicionamento das empresas parcerias, público alvo e análise de resultados da pesquisa de campo) os acadêmicos indicaram alta evolução em sua maioria. Importante realçar os comentários: “é muito boa essa troca de experiências da Universidade com o mercado e seus desafios nos ajudam a ter uma visão mais abrangente”; “o contato com empresas reais, ir no ambiente e ouvir como é o jeito que eles trabalham só nós ajuda a criar algo que seja compatível com aquela empresa e que futuramente tu já tenha essa experiência”; “penso que consigo compreender bem essa área, acho que meus projetos nunca fugiram muito do *briefing* proposto por cada empresa. Gosto muito de realizar as pesquisas, é muito interessante analisar as respostas, às vezes surgem coisas que nunca pensamos sobre”.

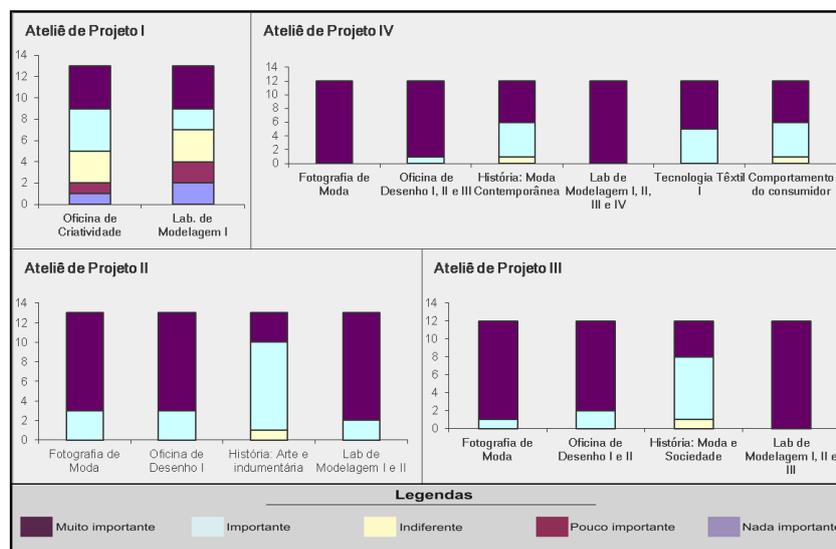
Finalmente, sobre a evolução da capacidade criativa (propor soluções diferenciadas), predomina a média evolução e destacam-se as sentenças: “o desafio nas minhas coleções é sempre criar algo diferente e arranjar maneiras para que ela se adapte a empresa trabalhada, acho que esse é sempre o caminho para algo inovador”; “esse é um aspecto muito amplo [...]. Me considero criativa. Claro que trabalhando com grandes empresas eu sempre vou tentar desenvolver uma coleção comercial, mas sempre com um pouco do conceito junto”.

ii. Sobre as relações estabelecidas entre os Ateliês de Projeto e outras disciplinas da grade curricular

A percepção dos alunos acerca da importância das relações mantidas entre as disciplinas de AP e demais disciplinas do curso ocorreu através das avaliações individuais das disciplinas de AP I, II, III e IV, conforme se observa na Figura 2, que traz no eixo vertical o número de respostas e no horizontal as disciplinas mencionadas. A partir dela, é possível fazer algumas considerações relevantes: (a) as relações com as disciplinas do curso se

intensificaram à medida que os Ateliês de Projeto tomaram-se mais complexas. Assim, pode-se atribuir isto a ampliação do objetivo projetual dos Ateliês que, inevitavelmente, envolvem mais disciplinas do curso; (b) as menções *Muito Importante* e *Importante* aparecem com maior destaque a partir do AP II, localizado no segundo semestre do curso. Este resultado pode ser atribuído à maturidade intelectual dos alunos de AP mais avançados que, talvez, permita um olhar mais global sobre as demais disciplinas se comparado ao estágio inicial do curso; (c) as disciplinas de Oficinas de Desenho, Laboratório de Modelagem e Fotografia de Moda, compreendendo, respectivamente, os fazeres relacionados com o criar, executar e comunicar aparecem como disciplinas *Muito Importantes* e *Importantes* na perspectiva dos respondentes. Este resultado vai ao encontro das premissas e objetivos do curso, que estimula no discente uma visão mais abrangente acerca do sistema da moda, indo além do fator meramente relacionado em produto em si, mas englobando também a parte comunicacional; (d) as disciplinas de História foram as menos relacionadas com os Ateliês, se comparadas com as demais menções.

Figura 2: Percepções dos alunos sobre as relações dos Ateliês com outras disciplinas do curso. **Fonte:** elaborado pelos autores.

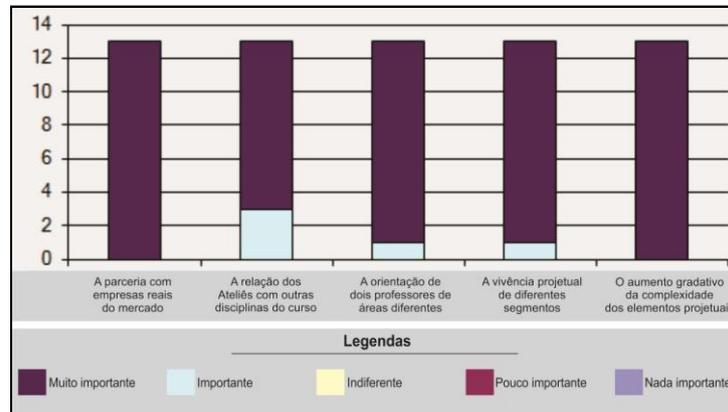


iii. Sobre possíveis diferenciais promovidos pelos Ateliês

Com relação a possíveis diferenciais oportunizados pelos AP, os respondentes destacaram que a parceria com empresas reais do mercado e o aumento gradativo da complexidade dos elementos projetuais são *Muito Importantes* para suas formações. As relações com outras disciplinas do Curso, a orientação de professores de duas áreas

diferentes e a vivência projetual de diferentes segmentos foram apontados como *Muito Importante* e *Importante*, conforme se observa na Figura 3.

Figura 3: Percepções dos alunos sobre possíveis diferenciais oportunizados pelos Ateliês. Fonte: elaborado pelos autores.



Considerações finais

A partir das narrativas aqui expostas, percebe-se que ao construir um projeto desta natureza, os alunos precisam analisar suas percepções e posicionar-se constantemente, tomando decisões e valer-se em grande parte da criatividade, que resultarão em projetos focados no objeto estudado.

A conectividade com a realidade do mercado reforça uma aderência com as necessidades do setor da moda que, além de possuir um papel econômico, também possui um papel de transformação dos valores da sociedade. Desta forma, entende-se como salutar tais parcerias protagonizadas pelas disciplinas de Ateliês de Projeto uma vez que elas buscam minimizar as distâncias entre o mercado de trabalho e universidade, através de exercícios éticos, práticos e reais, realizados em parcerias com empresas do setor.

Nesse contexto, entende-se que os currículos dos cursos superiores em moda atuam como uma rede que não se constitui em uma estrutura fixa ou única, composta por unidades isoladas, mas como uma estrutura flexível que se atualiza e se renova permanentemente de acordo com as demandas do mercado. Desta forma, compreende-se que as estratégias educacionais e as correlações pedagógicas utilizadas nas disciplinas de Ateliês de projeto, buscam superar o entendimento clássico de que a Moda é de competência do setor das Artes e que diz respeito somente à indumentária. Além disto, elas buscam adotar metodologias de ensino que não estão limitadas em aulas expositivas e no

esgotamento de conteúdos e assuntos por si por compreender a avaliação como um processo contínuo e que deve contemplar métodos e instrumentos diversificados.

As evidências coletadas apresentam que as disciplinas de Ateliê de Projeto podem: (a) ser consideradas como integradoras no Curso em função de fomentar a conectividade com outras disciplinas e, assim, fornecer uma visão sistêmica do todo; (b) subsidiar substanciais ganhos acadêmicos na maturidade das soluções projetuais propostas pelos alunos ao longo das disciplinas que, gradativamente, aumentam a complexidade dos fatores inerentes ao projeto; (c) promover experiências práticas baseadas em *briefings* reais de mercado em virtude das parcerias que tais disciplinas possuem com empresas da área da moda. Por fim, destaca-se que os relatos descritos neste estudo correspondem a uma amostra não probabilística do Curso de Moda e, por isto, não podem ser generalizados. Acredita-se, no entanto, que mesmo que iniciais, os caminhos trilhados pelas disciplinas de Ateliês de Projeto até o momento apontam favoravelmente para resultados satisfatórios sob o ponto de vista do corpo docente e discente.

Referências

- BONSIEPE, Gui. **Metodologia experimental**: desenho industrial. Brasília: CNPq, 1984.
- CAMARGO, Cariane Weydmann. Princípios metodológicos do design aplicados ao ensino de projeto de produto de moda. 2012. Dissertação (Mestrado em Design) – Centro Universitário Ritter dos Reis, Faculdade de Design, Porto Alegre, 2012.
- PIRES, Dorotéia B. Design de moda: uma nova cultura. **DObra[s]**, Barueri, Estação das Letras e Cores v.1, n.1, p. 66-73, out. 2007.
- SANCHES, Maria C. de F. Projetando moda: diretrizes para a concepção de produtos. In: PIRES, Dorotéia B. (Org.). **Design de Moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.
- UNISINOS. Plano de Desenvolvimento Institucional UNISINOS – PDI/2006-2011.
- UNISINOS. PPP do Curso de Moda, Porto Alegre, UNISINOS, 2010.
- VAN DER LINDEN, Júlio C. de S. Metodologia projetual e complexidade. In: V Sepesq - Semana de Extensão, Pesquisa e Pós-Graduação, 5, 2009, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: Editora UniRitter, 2009. 1 CD-ROM.
- FACCA, Cláudia A. O Designer como Pesquisador: Uma abordagem metodológica da pesquisa aplicada ao design de produtos. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2011
- MORAES, Dijon de. Metaprojeto como modelo projetual. In: Strategic Design Research Journal. UNISINOS: 62-68 maio-agosto 2010. Disponível em: < <http://www.unisinos.br/sdri/pdf/86.pdf>>. Acesso em: 05/02/2014.
- VERGANTI, Roberto. Design-driven innovation: changing the rules of competition by radically innovating what things mean. Boston, Harvard Business School Publishing Corporation: 2009.