

PROBLEMATIZANDO A FORMAÇÃO SUPERIOR EM MODA

Questioning Fashion Higher Education

Borges, Marcia de Souza, Doutoranda; UNESA (Universidade Estácio de Sá), marciaclosouza@gmail.com¹

Resumo: O presente artigo tem por objetivo refletir sobre o direcionamento da formação em moda, buscando relacionar a educação em moda com um predomínio de direcionamento dos cursos para o mercado de trabalho. Esta reflexão é oriunda de experiências na área de moda, nos universos profissional e acadêmico, somada aos estudos e pesquisas de mestrado que suscitaram indagações e hoje compõe questionamentos que estão direcionando uma pesquisa de doutorado. O objetivo é buscar entender a formação em moda como uma área de “saber científico”.

Palavras chave. Moda: Formação Superior; Atuação de Mercado.

Abstract: This article aims to reflect about the fashion studies targeting, trying to relate the fashion higher education with a possible targeting for the work in the fashion industry. This issue comes from an experience in the fashion field, both professional and academic universes and, also, research studies at master degree course in Fashion Education, which raised questions and now makes up inquiries that are directional to a doctoral research. The goal is to understand the formation in the fashion field as an area of "scientific knowledge".

Palavras chave. Fashion; Higher Education; Market performance.

INTRODUÇÃO

Não é de hoje que a área de Educação, em especial no ensino superior, observa e propõe a importância de gerar currículos integrados com objetivos educacionais dinâmicos, organizados em eixos de conhecimento que possam consolidar um sujeito generalista, moldável, adaptável e estrategista. Mais que isso, atualmente, propõe-se, também, desenvolver competências que possam ir

¹ Mestre e Doutoranda em Educação pela Unesa. Graduada em Design de Moda pela Unesa (2010). Especialista em Língua Inglesa pela PUC-Rio (2001). Bacharel em Letras pela PUC-Rio (1992). Atualmente professora e coordenadora dos cursos de graduação e pós-graduação em design de moda da Unesa.

ao encontro dos anseios que o “mercado” tem sobre o trabalho dos egressos dos cursos superiores. Como resultado, as novas tendências educacionais reconhecem o estudante como o centro do processo ensino-aprendizagem, e, de acordo com isso, devem contribuir com seu crescimento e desenvolvimento social e profissional. Assim, na vida adulta, fica latente a necessidade de uma relação do futuro do aluno com o conteúdo e a aplicação deste conhecimento em sua vida profissional.

Essa necessidade de relação entre o conteúdo e aplicação do conhecimento na prática cotidiana, em determinados cursos, pode acabar por gerar uma ideia equivocada de formação apenas para desempenho de competências e habilidades práticas. Entretanto, é de conhecimento comum que as possibilidades de sucesso de uma carreira não são determinadas apenas pelo preparo técnico de seus profissionais. A importância da formação geral, com uma bagagem de conhecimento sólido sobre determinada área, vai permitir flexibilidade conceitual para mudar estratégias conforme necessidades das atividades diárias (SORCINELLI, 2008). No que diz respeito à formação em Moda, parece existir uma complexidade de entendimento do que vem a ser uma formação adequada para o perfil do profissional desta área.

Consciente ou inconscientemente, a Moda desempenha um papel importante na vida das pessoas. Muito além do vestuário, a Moda está presente na vida em sociedade: na interação social, nas mais simples tarefas cotidianas, nos comportamentos, na observação ou não dos códigos do vestir, na arquitetura, na gastronomia, na linguagem ou em várias outras formas de manifestação. Assim, estar preparado para atuar na área da Moda requer conhecimento multidisciplinar para conseguir mover-se, em especial, no âmbito de três questões fundamentais que o profissional da área deve responder: o que é preciso produzir, quem vai consumir e como será distribuído. Poder responder estas questões requer atributos que vão além da técnica.

Para Anchieta (2010, p.6) o profissional de Moda não apenas deve saber representar ideias, transformando desenhos em produtos, mas deve “saber retratar os desejos específicos de cada tribo”. Mais que isso “deve entender a Moda na sua totalidade interpretando no produto as expectativas e desejos contemporâneos”. A complexidade da profissão está em perceber o momento histórico analisado, com todas as suas características e traduzi-lo. Estar atendo

as diversidades, analisar o mercado e o seu consumidor específico, seus anseios e desejos e a partir daí concretizar o projeto através deste conhecimento amplo e divulgá-lo no veículo direcionado ao seu público alvo.

Sem dúvida, para responder a todos estes pontos, fica clara a necessidade de conhecimento que envolva outras áreas de formação. Neste sentido, vale entender a que finalidade se destina a educação, cabendo ao meio acadêmico, posteriormente, uma discussão sobre a questão da técnica, da ciência e da tecnologia e sua relação com o trabalho e a educação.

A FORMAÇÃO EM DESIGN DE MODA

A formação em Moda vem passando por muitas transformações que buscam consolidar um campo de conhecimento com a finalidade de formar um profissional qualificado para atuação no mercado de trabalho. Este direcionamento para o mercado de trabalho, inclusive, parece ser a principal vocação dos cursos superiores em Moda no Brasil, deixando a impressão de que a formação superior em Moda deve, em especial, desenvolver habilidades técnicas para o “fazer”, o que pode acabar enfraquecendo a necessidade de formação superior, uma vez que habilidades técnicas podem ser desenvolvidas em cursos técnicos, cursos livres ou em outros cursos de nível intermediário. Contudo, no contexto universitário, mesmo a formação tecnológica, deveria busca fornecer aos alunos embasamento teórico, científico técnico, artístico e cultural, com foco no empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável. Formando profissionais capazes de participar, de forma estratégica, criativa e operacional, das atividades relacionadas à área de Moda.

Portanto, segundo a legislação vigente, os cursos de nível superior em design deveriam ser preparados para desenvolver no aluno uma visão holística e capacitá-lo a criar produtos e oferecer serviços completos. Este tipo de visão tem objetivo de formar um profissional crítico, não restrito ao desenvolvimento de habilidades, mas que tenha possibilidades de resolver problemas, buscar soluções, o que demanda do egresso a possibilidade de avaliação da contingência, ou seja, um profissional capaz de gerir o conhecimento recebido e desenvolvido ao longo da formação superior.

O desenvolvimento da profissão do estilista, como era conhecido o profissional que trabalhava com Moda no Brasil não exigia formação superior. Como apresentado por AGUIAR (2015, p.3):

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

Assim, os que assumiam a profissão no Brasil eram autodidatas, sem formação específica, mas que aprendiam o ofício com o exercício da profissão (PIRES, 2002). Deste modo, ficava a impressão que bastava ter “bom gosto”, algum talento artístico e um pouco de informação sobre Moda que já podia ser profissional da área. De certa forma, se o objetivo era reproduzir, podia ser que esta impressão estivesse correta e suficiente. Assim, ficava o entendimento que para ser profissional da área de Moda bastava apenas “gostar” para atuar, não havendo a necessidade de preparação ou estudo mais aprofundado para o desempenho da profissão.

Com o passar dos anos, a Moda brasileira iniciou um processo de qualificação de seus profissionais. Antes do surgimento dos cursos superiores, nos anos 1980, a Casa Rodhia passou a oferecer curso de criação e estilismo. Segundo Pires (2002) este curso foi o primeiro de modo regular com métodos diferenciados, que tinham preocupação com a criação de peças diferenciadas e não focavam apenas corte e costura. Passa-se a perceber, mesmo que de forma incipiente, a necessidade de desenvolver outros conhecimentos que não estivessem apenas relacionados com habilidades técnicas.

A autora ainda coloca que com o aumento de empresas têxteis e de confecção do país, nos anos 1980, a Moda começa a ser tratada como importante área de negócio. Com o aumento da economia e de empresas do setor, sentiu-se a necessidade de criar cursos especializados na área para formar profissionais qualificados e suprir a demanda do mercado. Entretanto, esta busca por qualificação com direcionamento para “suprir as necessidades do

mercado” pode ter iniciado um entendimento de formação em Moda voltado para a área do fazer.

As primeiras universidades a oferecer cursos de Moda no Brasil foram a Faculdade Santa Marcelina (1987), Faculdade Anhembi-Morumbi (1990) e Universidade Paulista (1990), todas na Cidade de São Paulo (PIRES, 2002). A emergência destes cursos tem nas variáveis sócio históricas uma singularidade que também explica a atual expansão do ensino de Moda em todo Brasil.

O surgimento destes cursos em São Paulo, na segunda metade da década de 80, teve como cenário o amadurecimento das indústrias têxtil e de confecção, o que exigia dos candidatos aos empregos disponíveis mais qualificação, necessitando assim de maior conhecimento dentro do campo da Moda. Além disso, a sociedade, dado a abertura de mercados, torna-se mais ávida por bens simbólicos. Segundo Marinho (2005), vale também situar a constituição de uma classe média urbana no país que foi se desenhando cada vez mais significativa não só respondendo a demanda dos bens produzidos pela indústria, mas também pelo consumo de informação, que foi moldando um novo padrão de gosto estético. Concomitante a estes acontecimentos, houve também uma expansão do ensino superior privado que proporcionou a diversificação da oferta de cursos, como dito anteriormente.

Esse cenário apresentado em meados dos anos 80 tem nos dias atuais um “espelho” de acontecimentos que também explica a atual inserção da Moda de forma mais representativa no contexto acadêmico. Anos depois, a Moda, assim como vários outros cursos “novos”, com direcionamento profissional para o mercado, vê na formação superior uma possibilidade de consolidar um profissional mais crítico e reflexivo, apto para solucionar problemas novos. A visão mercadológica, obviamente, prevalece e a busca por metodologia de processos acabou por unir moda e design.

Assim, a partir de 2004 a Moda passou a ser considerada pelo MEC como um conteúdo curricular específico do design. Desde então, a formação em Moda oferecida pela maioria das instituições superiores brasileiras passou a ser norteada pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, consolidadas na Resolução CNE/CES nº 05, de 8 de março de 2004. Este documento influenciou diretamente a ajustamento dos projetos pedagógicos da área, levando ainda a um processo de adaptação dos cursos

criados anteriormente, de modo a manterem o direito de funcionar e conquistarem reconhecimento (SOUZA, NEIRA e BASTIAN, 2010).

A união da Moda com o Design no direcionamento dos cursos de moda ainda oferece bastante controvérsia, uma vez que, além de recente, esta união não resultou exatamente em uma homogeneidade entre as áreas. Christo (2008) observa que o termo “designer” carrega o caráter prático da fabricação em série, com preocupações objetivas de produto em detrimento de conteúdos subjetivos e simbólicos, enquanto que o termo “estilista”, forma como o profissional da moda é reconhecido no Brasil, traz a noção de profissional criativo, despreendido das questões de mercado. Obviamente, não é tão simples assim, e não se pode diferenciar os dois campos exclusivamente por seus perfis criativo ou industrial, como bem coloca a autora durante o texto. Contudo, mesmo não sendo esta a primeira intenção do MEC, esta união acabou por consolidar a visão prática, voltada ao “fazer” desta formação.

GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA

Outro grande fator, que favorece a visão do “fazer” presente na concepção em moda, vem a ser a modalidade de formação superior mais oferecida na área da moda, a graduação tecnológica.

Segundo o MEC, os cursos superiores de tecnologia ou graduações tecnológicas são cursos de graduação plena como quaisquer outros cursos de licenciatura ou bacharelado. Seus diplomas têm validade nacional. Em meados dos anos 1990, a expansão desses cursos passou a ocorrer principalmente em instituições particulares de ensino superior. Um dos objetivos dessa modalidade de curso superior foi incentivar a qualificação específica de profissionais para o mundo do trabalho e facilitar o acesso ao aprimoramento daqueles que já atuavam em alguma atividade produtiva, buscando, assim, uma maior qualificação para exercerem suas atividades cotidianas no mundo do trabalho ou, ainda, qualificar aqueles que não possuísem educação formal de nível superior.

De forma geral, o direcionamento para mercado de trabalho proposto na LDBN para os cursos de graduação tecnológica tende a oferecer um dinamismo

à formação e busca aperfeiçoar a qualificação dos profissionais com a intenção de melhorar a qualidade da mão de obra disponível. Entretanto, na realidade, devido a vários fatores, em especial as representações sociais dos alunos e do próprio mercado, que foram sendo construídas ao longo dos anos, ficou a representação de uma formação menos valorizada no mercado de trabalho, além de falta de um perfil do egresso em consonância com o perfil acadêmico. Segundo Vhiera (2015), em sua pesquisa de doutorado, os cursos de graduação tecnológica estão voltados à formação profissional com foco nas necessidades do mercado de trabalho, o que pode fomentar um imediatismo e privilégio da prática em detrimento de conhecimentos teóricos:

“Os resultados indicam que nos cursos de graduação tecnológica há um privilégio de ensinamentos práticos com ênfase na área de formação de cada curso, sem a fundamentação teórica necessária, a pesquisa e a crítica que fundamentam o ensino na universidade acabam por se esvair durante a formação. Essa indicação está ancorada nas representações sociais dos sujeitos pesquisados, os quais direcionaram suas respostas a uma modalidade de ensino que deve privilegiar a prática do cotidiano da área de formação do curso, com um aluno que não tem perfil acadêmico e com um professor que atua no mercado de trabalho, sem vivência acadêmica. Em nenhum momento, os sujeitos levantaram a necessidade da pesquisa e das questões teóricas que também devem estar presentes na prática docente no ensino superior. Nesse sentido, o docente é conduzido a exercer uma docência sem a pesquisa muitas vezes não embasada em teorias que sustentem a prática”.

Assim, em consequência, o que se obtém na maior parte das vezes é um aluno formado apenas para o exercício das habilidades que o mercado exige diante do exercício profissional. Surge, portanto, uma formação que não se fundamenta de forma plena nas diretrizes da LBDN 9694/96, que “objetivam estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo”. Este distanciamento da realidade da formação tecnológica do princípio norteador da formação superior acaba por se refletir no egresso, mesmo que não formalizada, e a representação social se espalha pela sociedade, deixando a impressão que cursos de graduação tecnológica não têm o mesmo “peso” que um curso de bacharelado. Enfraquecendo, conseqüentemente, a colocação de mercado destes egressos.

ATUAÇÃO DE MERCADO

A grandiosidade dos números de cursos de formação na área da moda (204 cursos reconhecidos e/ou autorizados em 145 Instituições de Ensino Superior no Brasil), que colocam o Brasil como o país com maior número de cursos de graduação em Moda no mundo (UNIVERSIA, 2015), não tem na atuação de mercado dos profissionais oriundos desta formação o mesmo panorama promissor. Ao contrário, o que é possível perceber é que mesmo professores e egressos mostram certo desapontamento quanto às possibilidades de atuação profissional nesta área. Os egressos ainda precisam lidar com informalidade, baixos salários e falta de reconhecimento da sua formação. (BORGES, 2014).

Este entendimento, de que apesar da formação específica, os egressos oriundos dos cursos de formação em Moda têm dificuldade para inserção no mercado da Moda de forma mais promissora foi constatado quando das minhas pesquisas para dissertação de mestrado em 2014. O trabalho apresentou em suas conclusões o desapontamento, em especial dos alunos concluintes, com as possibilidades de inserção neste mercado tão amplo, de números grandiosos e, ao mesmo tempo, restrito para atuação profissional. Os relatos da maioria dos formandos e dos professores deixaram claro este sentimento. Embora vejam o diferencial da formação específica, parecem acreditar que a atuação nesta área é uma ilusão.

Ainda com relação à dissertação citada, ficou nítida a dificuldade de definição do objeto de estudo da área: a Moda, reforçando que esta dificuldade é oriunda das suas várias possibilidades de abordagem. Além disso, ficou evidente que a Moda ainda carrega olhares pejorativos, em especial no ambiente acadêmico. Os sujeitos deixaram transparecer que a sociedade vê a Moda como algo de mulher, lugar para quem lida com luxo e com futilidades, entendimentos equivocados do mercado interno (brasileiro) que, ainda hoje, influenciam de forma negativa nas possibilidades de atuação profissional na área da moda. Este tipo de concepção além de incomodar os atores que vivenciam as realidades deste campo de atuação, pode acabar por afugentar os aprofundamentos acadêmicos, prevalecendo a visão de superficialidade da formação em Moda, direcionando o curso de Design de Moda para um caminho de formação de “segunda classe”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os cursos superiores de moda apresentam grande crescimento de mercado, suas raízes de surgimento, fundamentadas nas necessidades de formação para o mercado de trabalho, ainda predominam em seu direcionamento, seus entendimentos acadêmicos ainda se mostram fragilizados. Além disso, a formação em moda ainda vivencia uma realidade de grandes índices de evasão. As razões que configuram este panorama são muitas, assim, buscar entender inicialmente o que é ser profissional na área de Moda, o que se objetiva desta formação, como as Instituições de Ensino interagem com estas realidades e “formatam” seus cursos para estas necessidades, seus direcionamentos didático-pedagógicos, entre outras questões importantes, são desafios que se apresentam neste momento para os educadores da área.

A atuação profissional em Moda, bem como a oferta de cursos superiores, só faz crescer, ao mesmo tempo se observa uma insatisfação com esta área de trabalho. Estas construções e reconstruções podem ter fortes implicações nas expectativas de alunos e professores em relação à formalização do conhecimento em Moda, e, conseqüentemente, nas suas possibilidades de atuação, fortalecendo ou não a formação.

As práticas profissionais não são neutras, mas se constituem em complexos movimentos, orientando as condutas dos sujeitos a partir do sentido que dão a tudo que os rodeia. Assim, uma profissão carrega em si as marcas dos valores, normas, modelos, símbolos e tudo mais que constitui o espaço na dinâmica de uma dada totalidade social (MADEIRA, 2003). Se estas construções não forem boas, não há como a área se fortalecer, a tendência deste tipo de formação é se esvaír ou não servir para seu propósito.

Procurar entender e alinhar os conhecimentos e habilidades que devem ser desenvolvidos na formação superior na área da moda deve ser um procedimento constante da academia, pois é fundamental buscar reconhecer os diálogos que se estabelecem entre academia e mercado de trabalho, especialmente na atualidade, que se tem a consciência da necessidade de interagir, construir e reconstruir se necessário. As investigações poderão evidenciar melhores formas

de interação entre as Instituições de Ensino Superior, o mercado de trabalho e os ingressantes, favorecendo o amadurecimento do setor, melhorando os currículos e diminuindo a evasão.

REFERÊNCIAS

Aguiar, G. C. O. CURSOS SUPERIORES DE MODA NO BRASIL: REGULAMENTAÇÕES, EVOLUÇÕES E PERSPECTIVAS. In: **Anais do 11º Colóquio de Moda**. São Paulo. 2014.

ANCHIETA, Adrienne. A COMPLEXIDADE DA MODA COMO PROFISSÃO. In: **Anais do 6º Colóquio de Moda**. São Paulo. 2010.

BORGES, Marcia de Souza. **Representações Sociais de alunos e professores do curso de Design de Moda sobre a Moda: 2014**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Curso de Educação, Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, 2014.

DELGADO, D. Configurações sobre a educação no setor de moda. In: **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**. São Paulo. v.3, n.3, p.147-169, dez. 2010.

MADEIRA, M. C. Representações sociais e educação: importância teórico-metodológica de uma relação. In: MOREIRA, A. P.; JESUÍNO, J. C. (Org.). **Representações sociais: teoria e prática**. 2 ed. rev. João Pessoa: Universitária UFPB, 2003. p.123-144.

MARINHO, Maria Gabriela S.M.C. Ensino Superior de Moda: Condicionantes Sociais e Institucionalização Acadêmica em São Paulo. Uma Abordagem Histórica. In: **Moda, Comunicação e Cultura – Um olhar Acadêmico**, São Paulo: Arte & Ciência, 2005.

SORCINELLI, Paolo (Org.). **Estudar a Moda: corpos, vestuários, estratégias**. Senac, 2008

PIRES, Dorotéia B.. A história dos cursos de design de Moda no Brasil. In: **Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, ano 6, n.9, 2002. Disponível em: <http://www.inovacaoedesign.com.br/artigos_cientificos/db_historia_escola_design_Moda_1_.pdf> Acesso feito em: 22 de Agosto 2012

_____. Design de Moda: Uma Nova Cultura. In: **Revista Dobras**. Barueri: Estação das Letras, v.1, n.1. 2007. Disponível em: <http://www.inovacaoedesign.com.br/artigos_cientificos/db_historia_escola_design_Moda_1_.pdf> Acesso feito em: 20 de Agosto de 2012

_____. DESIGNMODAEDESIGNDEMODA: Linha do Tempo do Ensino no Brasil. In: **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**. São Paulo. v.5, n.1 maio 2012, 190-203.

SOUZA, C. S. M.; NEIRA, L. G.; BASTIAN, W. Regulação do ensino do design de moda – para quem? In: **P&D DESIGN – CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN**, 09, 2010, São Paulo. Anais. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi / AEND|BRASIL, 2010.

UNIVERSIA. Disponível em: <http://estudos.universia.net/brasil/curso/area/artes-humanidades-artes-Moda>>Acesso em: 08 junho de 2015.

VHIEIRA, Arnaldo. Os Cursos de Graduação Tecnológica no Contexto do Ambiente Acadêmico: As Origens de uma Representação Social. In: **Cadernos de Educação**, v.14, n. 28, jan.- jun.2015.