



ANÁLISE CRÍTICA DO ENSINO DAS METODOLOGIAS DE PROJETO NO DESIGN DE MODA

Christo, Deborah Chagas; deborahchristo@gmail.com

Sabrá, Flávio Glória Caminada; flaviosabra@gmail.com

RESUMO

Apesar do processo de criação e desenvolvimento de objetos do vestuário vinculados à noção de moda depender e fazer parte da estrutura e funcionamento do mercado, ele parece ser valorizado, principalmente, por sua capacidade de identificação, tradução ou expressão formal da autoria de um determinado criador, ou de uma marca a qual este criador está vinculado, ou mesmo do perfil de consumo de um determinado consumidor, do que por suas qualidades técnicas e produtivas. Mesmo em instituições de formação reconhecidas pela sua capacidade de ensino técnico e produtivo, a expressão autoral do criador ainda é o que parece estabelecer o valor do produto criado e desenvolvido. Esta noção não parece ter se alterado com a transição dos cursos de Estilismo para cursos de Design de Moda, mesmo com o esforço em adequar e aplicar as ferramentas metodológicas específicas do campo tradicional do design ao produto de moda, pois, apesar de, aparentemente, o foco estar nas demandas e necessidades do usuário, ainda é o criador quem detêm a capacidade de interpretação e tradução formal dos conceitos observados, gerando a possibilidade de criação de uma inovação. Por outro lado, o processo de criação e desenvolvimento de produtos de moda parece se aproximar do conceito de “produção empurrada”, onde o criador provoca a demanda de determinado produto. Porém, a demanda também pode ser externa ao criador e provocar uma “produção

puxada”, mas estes conceitos dificilmente são analisados e ensinados como uma possível metodologia de projeto nas instituições de ensino de design de moda.

Palavras-chave: metodologia de projeto; design de moda; produção empurrada e puxada.