

Moda no contexto da história social e do ensino
Fashion in the context of social history and teaching
La moda en el contexto de la historia social y la enseñanza

Recebido: 08/06/2020 | Revisado: 09/06/2020 | Aceito: 23/06/2020 | Publicado: 07/07/2020

Rubiana de Quadros Sandri

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6013-2011>

Universidade Franciscana, Brasil

E-mail: ruby_moda@yahoo.com.br

Elsbeth Léia Spode Becker

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9867-1835>

Universidade Franciscana, Brasil

E-mail: elsbeth.geo@gmail.com

Resumo

A história da moda revela muito sobre a sociedade e seu tempo. Neste artigo objetivou-se descrever a moda no contexto da história social e destacar o ensino e a construção do conhecimento de moda. A metodologia se caracteriza como qualitativa de cunho descritiva e também como histórico-evolutiva. A partir desse referencial pôde-se inferir que, a partir da Revolução Industrial, houve, também, a necessidade da profissionalização de moda e o ensino nos cursos de moda tiveram que proporcionar a relação entre teoria e prática, para desenvolver competências essenciais à produção de vestuário de moda, abordadas no âmbito da capacitação formal e, paralelamente, atender às demandas de mercado e, também, às individualidades presente no indivíduo da sociedade pós-moderna.

Palavras-chave: Vestuário; Comportamento; Linguagem; Sociedade.

Abstract

The history of fashion reveals a lot about society and its time. This article aimed to describe fashion in the context of social history and to highlight the teaching and construction of fashion knowledge. The methodology is characterized as qualitative of a descriptive nature and also as historical-evolutionary. From this framework, it was possible to infer that, starting with the Industrial Revolution, there was also a need for professionalization of fashion and teaching in fashion courses had to provide the relationship between theory and practice, to

develop essential skills for the production of fashion clothing, addressed within the scope of formal training and, at the same time, meeting market demands and also the individualities present in the individual of postmodern society.

Keywords: Clothing; Behavior; Language; Society.

Resumen

La historia de la moda revela mucho sobre la sociedad y su tiempo. Este artículo tuvo como objetivo describir la moda en el contexto de la historia social y destacar la enseñanza y la construcción del conocimiento de la moda. La metodología se caracteriza como cualitativa de naturaleza descriptiva y también como histórica-evolutiva. A partir de este marco, fue posible inferir que, a partir de la Revolución Industrial, también era necesario profesionalizar la moda y enseñar en los cursos de moda debía proporcionar la relación entre la teoría y la práctica, para desarrollar habilidades esenciales para la producción de ropa de moda, abordada dentro del alcance de la capacitación formal y, al mismo tiempo, satisfaciendo las demandas del mercado y también las individualidades presentes en el individuo de la sociedad posmoderna.

Palabras llave: Ropa; Comportamiento; Idioma; Sociedad.

1. Introdução

É inegável que a moda acompanha a sociedade. A moda como sistema e suas metamorfoses surgiu no final do século XIV e princípio do século XV no Ocidente . Nesta linha de pensamento, sinaliza que o desenvolvimento da moda foi um dos eventos mais decisivos da história mundial, pois indicou a direção que marcariam a modernidade e caracterizariam os aspectos culturais (Lipovetsky, 2009)

Moda é um termo utilizado em diversos contextos, pois serve de referência e de reflexão para aspectos da vida social. Nesse encadeamento, a moda pode ser compreendida como um fenômeno social legitimado pelo coletivo, de mudanças cíclicas dos costumes e dos hábitos, dos gostos e das escolhas Calanca, 2008).

Percebe-se que, em sua definição, a moda não é vista como algo supérfluo e, com relação a esse aspecto, Svendsen (2010) considera que “uma compreensão da moda deveria contribuir [...] para uma compreensão de nós mesmos e de nossa maneira de agir”, e, por consequência, uma compreensão do comportamento da sociedade (p. 7).

Reconstituir e analisar as mudanças do sistema da moda ao longo do tempo e dos motivos que orientam as escolhas de vestuário é uma relevante forma de se compreender

as transformações sociais, os pensamentos e os comportamentos que foram surgindo ou que desapareceram nas sociedades.

A moda, portanto, mais do que indicar os gostos que mudam de tempo em tempo, a fim de atender à necessidade de distinção de um grupo social, é um sistema que constitui e caracteriza a própria sociedade na qual se manifesta. O sistema de moda certamente influenciou e foi influenciado pelo Renascimento e, especialmente, pela Era Moderna e sua rápida transformação produzida, principalmente, pela evolução tecnológica.

A história da humanidade tem relação com o desenvolvimento tecnológico, pois o uso das tecnologias pelo ser humano foi importante para sua sobrevivência e adaptação ao meio ambiente. O vestuário, primeiramente, teve a finalidade de proteção contra as intempéries, para proporcionar conforto, prazer e, conforme), até mesmo um “esboço de primitivas situações estéticas”. Para tal, eram usadas substâncias da natureza, como pelos, peles, ossos, pedras e outros. Além disso, o avanço tecnológico foi importante para a evolução da sociedade como um todo e, também, para a moda (Marques, 2018; Chataignier (2006)

A tecnologia acompanha a moda, assim a tecnologia e a humanidade andam juntas desde o início da história. O ser humano é uma tecno-espécie, pois cria tecnologias e é transformado por elas em um ciclo contínuo que tem se retroalimentado durante todo o processo evolutivo da humanidade. Esse casamento tecno-humano, que, na pré-história, era feito com paus e pedras, culmina, hoje, com as tecnologias digitais (Gabriel, 2018).

A Revolução Industrial, em todas as suas fases, desde a Clássica até a Tecnológica/Informacional, teve grande importância para a história da moda, do vestuário e da sociedade, pois o desenvolvimento da tecnologia conduziu a indústria da moda a novos domínios de produção, de uso da matéria-prima e de criação, como declara Avelar (2011)

A observação mais atenta das mudanças de estações permite perceber que as temporadas da moda e suas novidades estão mais acessíveis ao consumo em geral, ao que antes estava restrito aos filmes de ficção científica ou à camada social economicamente abastada. A área da moda utiliza as tecnologias, principalmente as digitais, tanto nas pesquisas conceituais e experimentais como no desenvolvimento e incorporação de novos elementos aos tecidos, como os tecidos inteligentes e os *wearable computers* (ou *wearcomps*) da moda. Emerge um novo cenário no qual os “aparatos tecnológicos que congregam, desde elementos computadorizados inseridos nas tramas dos tecidos até objetos de comunicação, são acoplados ao corpo por meio das roupas” (p.149).

Nesse cenário, as tecnologias tornam-se protagonistas de um novo tempo, denominado de pós-modernidade. O novo tempo é marcado por uma nova sociedade, por novas relações e

novos comportamentos imersos na fluidez protagonizada pela rapidez proporcionada pelas tecnologias. Por essas características, este novo tempo é denominado de modernidade líquida.

Neste novo tempo, as novidades surgem a cada instante e, no campo da moda, a diversidade é similar e apresenta tecidos com proteção solar, tecidos que ampliam o desempenho de atletas (termorreguladores, termocromáticos, que medem os batimentos cardíacos), roupas que interagem com o usuário, e a utilização de robô com inteligência artificial como modelo. Esse é o caso da empresa *CuteCircuit*, que criou o protótipo da camiseta *Hung Shirt*, que interage com o usuário, e a sensação e a intensidade do abraço chegarão a distância, bastando apenas receber a ligação (Oliveira, 2014).

Outro aspecto que começa a ser evidenciado é a ênfase para a moda sustentável, que exige o consumo, a produção e o descarte consciente. Pode-se, assim, inferir que o futuro da moda será focado na tecnologia e na sustentabilidade. A inovação e a tecnologia são elementos imprescindíveis para que a indústria da moda consiga, em um futuro próximo, criar processos mais sustentáveis. Nesse sentido, sugere que a sustentabilidade é a principal premissa para a inovação, muito além das questões sociais Carvalhal (2016).

De acordo com as novas tecnologias são fundamentais para falar da moda como o principal elemento do “novo”. E esse “novo” atua nas dimensões da cadeia produtiva e, também, nas mudanças de paradigmas captados pela criação, como a sensação. Cabe ressaltar que o designer deve ter habilidades, como saber lidar com o desconhecido, sintetizar informações complexas, trabalhar de forma transdisciplinar e fazer abstrações intuitivas. Além do mais, essas habilidades são similares a muitos desafios apresentados pela sustentabilidade (Avelar, 2011; Fletcher & Grose 2011).

Percebe-se que os desafios são muitos: mudanças sociais, culturais e tecnológicas. A Revolução Digital e a Inteligência Artificial trouxeram transformações para a humanidade. Existe, hoje, uma estreita ligação entre espaço e tempo, dada pela sociedade em rede. A globalização e as tecnologias da informação são responsáveis na medida em que permeiam a vida cotidiana de todas as partes que compõem o sistema global, porém seus resultados são, muitas vezes, imprevisíveis e podem até ser opostos ao planejado, e “esse é um padrão de mudança que sempre aparece na história evolutiva. A história das ideias e inovações desenrola-se da mesma forma (Castells, 1999; Marques, 2018),

Como já mencionado anteriormente, a moda, como fenômeno social, é um caminho para compreender o avanço e o impacto das suas transformações também no ensino.

A moda, desde o seu surgimento até os dias de hoje, tem o princípio da velocidade, da novidade, do efêmero e também o de tornar supérfluos seus produtos rapidamente. A

tecnologia também tem o mesmo princípio, da novidade e da velocidade e podem aliar-se para dar conta dos desafios do setor que, além de manter inovação, precisam formar profissionais e se relacionar com o consumidor. Nesse contexto, fica evidente a percepção de quanto mudou a forma de projetar, de consumir e se envolver com a moda, muito mais voltada ao conceito e à mensagem que deseja transmitir (Castells, 1999)

Além de que, para Morin (2003) o pensamento projetual deve se aproximar ao máximo do que para quem é “preciso substituir um pensamento que isola, por um pensamento que distingue e une” (p. 89). Nesse sentido, Lipovetsky (2009) contribui para a pesquisa em questão, sobre os mecanismos que impulsionam as transformações de pensamento e comportamentos sociais e a moda.

Assim como a sociedade, a moda está em constante evolução, e o ensino de moda também precisa acompanhar esse desenvolvimento e se adequar à nova realidade de ensino que utiliza as mídias e os recursos proporcionados pela tecnologia para inserir novas metodologias e práticas pedagógicas renovadas na sala de aula presencial ou a distância. No atual contexto, o mundo está conectado, todos estão interligados e, portanto, é necessário que o ensino acompanhe esse sistema, por meio da inserção e utilização das novas tecnologias em sala de aula, e o aluno possa interagir, ser protagonista no processo de construção do conhecimento.

Nessa perspectiva, no artigo, propõe-se descrever a moda no contexto da história social e destacar o ensino e a construção do conhecimento de moda.

2. Metodologia

A metodologia se caracteriza como qualitativa de cunho descritiva e também como histórico-evolutiva. A pesquisa qualitativa é de particular relevância ao estudo das relações entre obras de autores de diferentes épocas temporais ou contemporâneas para descrever a sociedade com enfoque o enfoque precisa ser limitado em termos locais, temporais e situacionais (Flick, 2009).

As perspectivas na pesquisa qualitativa e seus pontos específicos de partida podem ser expostos no seguinte esquema, conforme demonstra a Figura 1, para descrever a moda no contexto da história social e destacar o ensino e a construção do conhecimento de moda.

Figura 1: Perspectivas na pesquisa qualitativa.



Fonte: Flick (2009) (adaptado).

Para atender aos objetivos da pesquisa, a perspectiva da pesquisa qualitativa foi organizada em duas seções principais: (I) Moda no contexto da história social, na qual são abordados diferentes olhares e definições da moda; (II) O ensino de moda, em que se apresentam o surgimento e a profissionalização no setor do vestuário.

3. Resultados e Discussão

3.1 Moda no contexto da história social

O termo “moda” encontrado no dicionário é definido como:

[...] maneira, gênero, estilo prevalente (de vestuário, conduta, etc.); conjunto de opiniões, gostos e apreciações críticas, assim como modos de agir, viver e sentir coletivos, aceitos por determinado grupo humano num dado momento histórico [...] um grande interesse, fixação, mania (Houaiss, 2001).

Assim, pode-se afirmar que a moda, de forma geral, age em toda a sociedade e não em um setor específico. A moda é considerada um fenômeno da sociedade moderna. Essa afirmação é vista frequentemente em teorias relacionadas à moda não tem conteúdo próprio, forma específica da mudança social, ela não está ligada a um objeto determinado, mas é, em

primeiro lugar, um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade breve e pode afetar esferas da vida coletiva (Castells,1999).

Convém realçar que a melhor representação do processo da moda ocorre por meio do vestuário. Seguindo por esse fio condutor, pode-se afirmar que a moda surge a partir do momento em que a renovação das formas se torna um valor, a fantasia exhibe seus exageros na alta sociedade, a mudança no que se refere a formas e ornamentações já não é exceção e, sim, uma regra permanente (Lipovetsky,2009).

Calanca (2008) reitera que, a partir do reconhecimento da moda como sistema, por meio de suas metamorfoses e inflexões, ela conquistou todas as esferas da vida social e, por sua vez, acaba influenciando “comportamentos, gostos, ideias, artes, móveis, roupas, objetos e linguagem” (p. 13).

A moda no vestuário surge no fim da Idade Média, início do Renascimento. Para o desenvolvimento da moda foi um dos eventos mais decisivos da história mundial, pois indicou a direção da modernidade. Por meio das “transformações vividas na sociedade medieval, foi ativado um processo de individuação marcado pelo prazer e gozo da vida presente, o qual é extremamente atrelado ao surgimento do sistema de moda (Svendsen, 2010; Sant’Anna, 2017),

Resumidamente, o surgimento do fenômeno moda pode ser entendido da seguinte forma: consagração da individualidade e da novidade, o *status* das classes aristocráticas, o desenvolvimento das cidades, o alto investimento na aparência, o refinamento e a estetização das formas. A moda retrata os valores, os sistemas de significação, os gostos, as normas de vida, as estruturas e, além disso, está relacionada à febre das novidades, além de que moda “equivale a entender a dinâmica social tanto de imitação quanto de especificação que ocorre desde o século XV (Lipovetsky, 2009; Avelar, 2011).

A palavra moda é linguagem, pois, da mesma forma que a língua falada e escrita é modificada constantemente por seus usuários, a língua da moda é renovada dia a dia pelas pessoas. Já o vestuário é uma das formas mais visíveis de consumo e desempenha um papel da maior importância na construção social da identidade. Porém, a natureza da moda é ser transitória. Há uma insistência central na inovação radical, uma busca constante da originalidade. Ela se move em ciclos, um ciclo sendo um espaço de tempo desde o momento em que uma moda é introduzida até aquele em que é substituída por uma nova, e seu princípio é tornar o ciclo o mais curto possível (Oliveira, 2014; Crane, 2006, Svendsen, 2010).

O termo “moda” ganha uma nova acepção com a sociedade capitalista, de consumo e de classes do século XIX defende que a produção e o consumo, para a maior parte da

população, correspondiam ao ato de atender a uma necessidade que era justificada como uma necessidade social (Avelar, 2011; Sant'Anna, 2017)

Surge um sistema de produção e de difusão que se manteve durante um século, por meio de avanços tecnológicos, revoluções “estilísticas”. Nesse período, que foi a primeira fase da moda moderna, como *Moda de Cem anos*. Como esclarece Lipovetsky (2009):

Assim, a moda moderna se articulou em torno de duas indústrias novas, com objetivos e métodos totalmente opostos: a alta costura e a confecção industrial, a primeira fundada sobre uma criação de luxo e sob medida, e a segunda, uma produção de massa, em série e barata. A moda se apresenta com características de uma diferenciação marcada em matérias técnicas, de preços, de renomes, de objetivos, de acordo com uma sociedade, ela própria dividida em classes, com modos de vida e aspirações nitidamente contrastados (p.80).

No século XX, ultrapassa-se o impulso consumidor para o desejo, na medida em que as mercadorias foram revestidas de mensagens que as separavam de sua realidade palpável, ligada à qualidade ou à funcionalidade. Com o aumento de informação, devido ao desenvolvimento dos meios de comunicação, a moda passou a invadir novas esferas, a era da democratização. O mercado cresceu proporcionalmente às exigências dos consumidores (Laver, 1989; Sant'Anna, 2017).

A partir da segunda metade do século XX, denominada como Moda aberta, a segunda fase da moda moderna prolonga e generaliza o que a fase anterior instituiu de mais moderno: produções assinadas por criadores profissionais, produção em série, coleções sazonais, desfiles com fim publicitário.

A revolução da Moda de Cem Anos e que transformou a lógica da produção industrial foi a *prêt-à-porter*, a qual concebia roupas com um espírito mais voltado à juventude do que à “classe”. Com o *prêt-à-porter*, há uma democratização dos gostos por conta dos ideais individualistas, da vontade de viver no presente estimulada pela nova cultura hedonista de massa. Assim, pode-se dizer que a elevação do nível de vida, a cultura do bem-estar, do lazer e da felicidade imediata acarretaram a democratização das paixões de moda (Lipovetsky, 2009).

Cabe, porém, dizer que a era do *prêt-à-porter* coincide com a necessidade de “uma sociedade cada vez mais voltada para o presente, euforizada pelo novo e pelo consumo”. Nesse contexto, o autor descreve a fase da moda, como moda consumada, e esta, caracteriza-se como “a sociedade do consumo” e a generalização da moda. Aqui a tempo breve da moda, o seu próprio desuso tornou-se característica da produção e do consumo de massa

É oportuno esclarecer que, nesse momento, a moda torna-se intrínseca à vida de toda a sociedade. A sociedade de consumo apresenta algumas características, como “elevação do nível de vida, abundância das mercadorias e dos serviços, culto dos objetos e dos lazeres, moral, hedonista e materialista”. Outra questão abordada pelo autor é que a moda consumada tem como tendência a indiferença pelo bem público, e a propensão ao “cada um por si”, a valorização do presente sobre o futuro. O autor relata que houve uma mudança no *Zeitgeist*¹ da época. A pós-modernidade, em comparação à modernidade, considerou ainda mais a efemeridade.

Diante desse cenário, no final do século XX, acontece uma grande transformação na indústria da moda e surge o *fast fashion*. Nesse período, surge uma sociedade de consumo sedenta por novidades e, assim, a indústria da moda passou a produzir e consumir enormes quantidades de produtos para o mercado de massa. Assim, pode-se descrever a moda como uma aceleração e uma materialização da subjetividade, o tempo se encurta e o mercado exige, cada vez mais, “novidades”. Estas são algumas das características que contribuíram para o surgimento de uma sociedade que supervaloriza o consumo, consolidado pelo *fast fashion*.

A partir do século XXI, experimentam-se as consequências dos excessos do século anterior. Contudo, a melhor forma de agir diante dessa realidade é reconhecer o problema e trabalhar as causas, como está sendo feito na *slow fashion*, “moda lenta”, que, apesar do nome, não significa falta de velocidade, mas sim uma visão diferente e consciente de mundo. Dessa maneira, incentiva-se a levar mais tempo para garantir mais qualidade, ética e respeito ao meio ambiente (Salcedo, 2014; Carvalhal, 2016).

Porém é importante chamar a atenção para a diferença entre “moda como dinâmica” e “moda sistematizada pela indústria”, e, nesse contexto, defende que a compreensão da organização da indústria da moda é fundamental para o correto entendimento de sua dinâmica atual, o que reforça a ideia de que a moda é um fenômeno que possibilita a compreensão própria das pessoas em sua situação histórica (Svendsen 2010; Avelar, 2011)

Portanto, a moda pode ser caracterizada como um sistema que constitui a sociedade em que funciona. Para melhor arrematar o conceito de moda destaca-se que o sistema de moda se amplia a todo o instante, inclui desde a criação das matérias-primas até o uso ou descarte do produto. E este é um caminho repleto de atravessamentos produzidos por fotografias, capas e matérias de revistas, vídeos, desfiles, usos, etc.. E o ensino da moda deve

¹ *Zeitgeist* é um termo alemão, introduzido inicialmente pelo escritor **Johann Gottfried von Herder**, para designar o que seria o “**espírito do tempo**”. Significa espírito da época ou sinal dos tempos.

entender a dinâmica, as formas de organização da indústria, o contexto para preparar alunos para atender a sociedade complexa (Sant'Anna,2017; Valentim, 2015)

3.2 O ensino de Moda

A Escola Superior de Artes e Técnicas da Moda (ESMOD) é a primeira escola de moda do mundo, localizada em Paris, fundada em 1841, por Alexis Lavigne, um alfaiate que trabalhou para a Imperatriz Maria Eugênia Ignacia Augustina de Palafox-Portocarrero de Guzmán y Kirkpatrick, conhecida como Eugénie de Montijo. Alexis Lavigne criou métodos de aprendizagem para o ensino de moda a partir de noções básicas de conhecimento da área, até então nunca ensinados. Hoje, a ESMOD é uma instituição internacional, com escolas em mais de quinze países, incluindo o Brasil. Utiliza métodos de aprendizagem que são patenteados, exclusivos, e tem a proposta de ensinar moda em uma visão global.

No Brasil, a moda não era considerada como uma área para ser estudada em cursos regulares e ensino superior. As peças de roupas eram copiadas das tendências internacionais, e era o que interessava. Para a autora, isso acontece ainda, talvez, pela tradição na área que os países europeus têm em relação ao Brasil. Essa falta de cursos refletia na escassez de mão de obra qualificada e de profissionais preparados. Assim, quem assumia a função e os cargos para criar produtos de moda eram leigos e autodidatas, que, na maioria das vezes, aprendiam o ofício com o exercício da profissão (Aguiar, 2015).

A necessidade da profissionalização de moda, gerada pela competitividade crescente entre as empresas têxteis, de confecções ou de qualquer negócio relacionado à moda, é um dos fatores que viabilizaram o surgimento das escolas de moda no Brasil (Rech, 2004).

Na Europa e, principalmente, no Brasil, o ensino de moda foi, por muito tempo, tratado de maneira informal. De acordo com Chataignier (1996)

O currículo era generoso em pequenas filigranas que recheavam o dia a dia das meninas exemplares: francês, latim, piano, harmonia e teorias musicais, pintura, trabalhos manuais, etiqueta e até corte e costura. De certa maneira, a moda entrava no colégio por vias indiretas, dando oportunidade para as alunas distinguirem um ponto de sombra de outro de cruz, um godê de um plissado [...] Moda era o que se via nas ainda incipientes revistas com poucas fotos e muitos croquis, nas festas da família, nos chás dançantes dos clubes, no cinema, no teatro (p. 18).

Até a segunda metade da década de 1980, pouco existia de significativo em termos de formação profissional para interessados na área de moda. Os profissionais que atuavam no

processo de criação se formavam por meio de cursos livres, profissionalizantes, ou frequentavam cursos em nível superior no exterior. Os cursos técnicos tinham características e imagem de curso de corte e costura ou de formação para o exercício de funções na indústria têxtil e de confecção, uma nova opção, naquele momento, para a geração de jovens profissionais que desejavam mais do que o autodidatismo, até então predominante e que formou gerações de empresários e estilistas de moda e que ainda hoje estão à frente dos negócios no país (Rosa, 2011; Caldas, 2004).

A partir de 1988, foram implantados diversos cursos superiores de moda, com o objetivo de preparar um profissional bem informado e de sólida formação, pronto a qualificar a produção brasileira de moda e abrir espaço para novas ideias.

Na década de 1990, com a globalização da economia, a área da moda cresceu e se modernizou. Os cursos de moda estruturavam-se rapidamente, com a preocupação em formar profissionais e em dar respostas rápidas ao mercado, que passava por grandes modificações

Houve uma atenção crescente às funções dos designers de profissionais na área da moda, e o resultado deste fenômeno é o aumento dos cursos de moda disponíveis no Brasil. Conforme um levantamento na plataforma e-MEC² (BRASIL, 2016), há, no Brasil, 179 cursos, sendo 126 tecnológicos e 53 de bacharelado. Esses números comprovam que a moda superou a visão que muitos têm de ser um “setor com baixa competência tecnológica e mão de obra intensiva e não exigindo grandes investimentos em capital humano” Cietta (2017, p.44).

Diante dessa constatação, alguns fatores que influenciaram o aumento dos cursos de Design de Moda no Brasil. Para a autora, o cenário econômico permitiu a expansão do ensino privado e da relação entre universidade e empresas. O reconhecimento dos cursos como geradores e disseminadores do conhecimento científico também tem sua importância e, por fim, a produção de conhecimento por meio das pesquisas e conteúdos ministrados, o que, por sua vez, incentivou o desenvolvimento de novas tecnologias no setor produtivo têxtil e de confecção (Puls, 2010).

Outro fator importante explicitar que em diferentes áreas da moda, são desenvolvidas atividades teórico-científicas, atividades de produção artística e aplicação tecnológica, como mostra a Figura 2.

² A plataforma e-MEC, do Ministério da Educação é a base de dados oficial de informações relativas às Instituições de Ensino Superior e cursos de graduação do Sistema Federal de Ensino Brasileiro.

Figura 2: Contexto do conhecimento técnico-científico em moda.



Fonte: Sousa (2015) (adaptado).

Trata-se de uma área interdisciplinar, sendo que o objeto de estudo é composto por fenômenos culturais, influências sociais, efêmeros e cíclicos. Na área teórica, moda relaciona-se com Filosofia, Antropologia, Psicologia, Sociologia, História, Economia e outras. Na área tecnológica, moda está em conexão com as Engenharias, Design, Arquitetura, Informação, Comunicação, Administração, Marketing, Publicidade e outros. E, na área artística, moda é associada com Estilismo, Artesanato, Artes Aplicadas, Artes de Entretenimento (Sousa, Rosa, Lopes & Schulte, 2015).

Os cursos de moda acompanham a indústria, na verdade, as necessidades das indústrias, porém percebe-se a dificuldade de ofertar uma graduação que atenda à demanda do mercado, pois a moda é um setor que, por sua própria definição, está em constante transformação.

É bom pontuar que a moda relaciona o indivíduo com o mundo, dessa forma, reflete sua maneira de ser e estar na sociedade, até mesmo seus códigos sociais. É entre o indivíduo, a história e a sociedade que a moda exercita seu papel de mediadora, como a memória

material desse diálogo. Diálogo que deve ser entendido em uma coleção de moda (Azzi, 2010).

Assim, o ensino da moda deve proporcionar a relação entre teoria e prática, para que seja possível levantar as competências essenciais à produção de vestuário de moda, abordadas no âmbito da capacitação formal e, paralelamente, o processo criativo e produtivo adotado na linha de produção da indústria e no atelier de confecção de luxo. A Figura 3 mostra a criação da coleção *Morrer de Sonhos*, inspirada nas páginas do diário de Frida Kahlo, desenvolvido em um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da graduação em Design de Moda.

Figura 3: Coleção *Morrer de Sonhos*.



Fonte: Sandri, R. de Q. (2006).

A coleção *Morrer de Sonhos*, inspirada na pintora mexicana Frida Kahlo que viveu entre 1907 e 1954 e foi um ícone feminino nas artes. A pesquisa inserida no curso de graduação qualifica o ensino e o processo de aprendizagem fortalece o profissional que faz a interação entre o contexto local, temporal e situacional da sociedade na construção do conhecimento da moda.

Na sociedade pós-moderna, a individualidade é valorizada ainda mais e as identidades sociais apresentam uma “composição multifacetada” e a obsessão com a identidade pessoal, características de alguns estilos de vida, pode ser, em parte, explicada como consequência de uma sociedade cada vez mais complexa e de difícil interpretação.

A moda contribui para redefinir identidades sociais, pois atribui, com certa frequência, novos significados aos artefatos. Estas são algumas das dificuldades de projetar um produto de moda. Nessa direção, percebe-se o quanto é complexa a criação de uma coleção de moda para uma sociedade igualmente complexa. É preciso interpretar o que ela deseja e, assim, dar novos significados aos artefatos, significados estes que se alteram de tempos em tempos (Crane, 2006).

4. Considerações Finais

A moda é considerada um fenômeno intrínseco à sociedade e, portanto, influenciada pelo avanço tecnológico. Assim, nesta pesquisa, buscou-se contribuir para uma melhor compreensão do sistema de moda em um contexto histórico. Outra motivação para essa abordagem foi influenciada pelo pensamento de que a tecnologia e a humanidade andam juntas desde o início da história. Por esta linha de condução das ideias pôde-se inferir que a primeira grande mudança no sistema de moda, principalmente na forma de produção, foi a Revolução Industrial. A partir desse período, foram várias revoluções e grandes transformações. A Revolução Digital é considerada a quarta Revolução Industrial, a chamada indústria 4.0, e que tem a conectividade como base e, portanto, permeada fortemente pelo uso constante da tecnologia.

Assim, houve, também, a necessidade da profissionalização de moda, gerada pela competitividade crescente entre as empresas têxteis, de confecções ou de qualquer negócio relacionado à moda. Nesse contexto, os cursos de moda tiveram que acompanhar a indústria e o mercado de consumo. Porém, pode-se deduzir que há dificuldades de gerir e ofertar um curso de graduação que atenda à demanda do mercado, pois a moda é um setor que, por sua própria definição, está em constante transformação.

Portanto, o ensino da moda deve proporcionar a relação entre teoria e prática, para que seja possível levantar as competências essenciais à produção de vestuário de moda, abordadas no âmbito da capacitação formal e, paralelamente, atender às demandas de mercado e, também, às individualidades presente no indivíduo da sociedade pós-moderna. Na sociedade pós-moderna, a individualidade é valorizada e a obsessão com a identidade pessoal, características de alguns estilos de vida, pode ser, em parte, entendida como consequência de uma sociedade cada vez mais complexa. Nesse contexto, a moda, pode ser um atributo para redefinir identidades sociais e definir novos significados aos artefatos.

Referências

Aguiar, G. C. O. de. (2015). Cursos superiores de moda no Brasil: Regulamentações, evoluções e perspectivas. *Colóquio de Moda*. Disponível em: recuperado de: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/artigos-de-gt/gt01-educacao-teoria-e-pratica-em-moda/gt-1-cursos-superiores-de-moda-no-Brasil.pdf>.

Avelar, S. (2011). *Moda, globalização e novas tecnologias*. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac.

Azzi, C. F. (2010). *Vitrines e coleções: quando a moda encontra o museu*. Rio de Janeiro: Memória Visual.

Brasil. (2016) Ministério da Educação. *Plataforma e-MEC*. Recuperado de: <http://emec.mec.gov.br>

Calanca, D. (2008). *História social da moda*. São Paulo: Senac de São Paulo.

Caldas, D. (2004). Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac.

Carvalho, A. (2016). *Moda com propósito*. São Paulo: Paralela.

Castels, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Chataignier, G. (2006). *Fio a fio: tecidos, moda e linguagem*. São Paulo: Estação das Letras.

Cietta, E. (2017). *A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

Crane, D. (2006). *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Senac.

Fletcher, K., & Grose, L. (2011). *Moda e Sustentabilidade, design para mudança*. São Paulo: Senac.

Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*. São Paulo: Artmed.

Gabriel, M. (2018). *Você, eu e os robôs: pequeno manual do mundo digital*. São Paulo: Atlas.

Houaiss, A. (2001). *Dicionário da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva.

Laver, J. (1989). *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo: Companhia das Letras.

Lipovetsky, G. (2009). *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo, Companhia das Letras.

Marques, M. S. C. (2018). *Moda e tecnologia: a inevitável conexão que moldará o futuro*. Revista Dobras, 11(23). Online.

Morin, E. (2003). *A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil.

Oliveira, G. (2014). *Moda e hipermídia: entretece de linguagens rítmicas*. São Paulo: Santarém.

Puls, L. M. (2010). *O Design na Formação de Moda como Campo de Formação Acadêmica*. In: encontro latinoamericano de Diseño, 5. 2010. Anais[...] Buenos Aires: Universidad de Palermo.

Rech, S. (2002). *Moda: por um fio de qualidade*. Florianópolis: UDESC.

Rech, S. (2004). *Estrutura da cadeia produtiva da moda*. Modapalavra e-periódico, (1) 1: 7-20

Rosa, L. da. (2011). *Vestuário industrializado: uso da ergonomia nas fases de gerência de produto, criação, modelagem e prototipagem*. 175 f. Tese (Programa de Pós-graduação em Design do Departamento de Artes e Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Sandri, R. de Q. (2006). *A troca de informação formal e informal no aprendizado de moda, uma experiência em atelier de confecção*. 91 p. Monografia (Graduação) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Curso de Moda, Florianópolis. Recuperado em: <http://www.pergamumweb.udesc.br/dadosbu/000000/0000000000004/0000041A.pdf>

Salcedo, E.(2014). *Moda ética para um futuro sustentável*. São Paulo: G. Gili Ltda.

Sanches, M. C. de F. (2017). *Moda e projeto: estratégias metodológicas em Design*. São Paulo: Estação das Letras.

Sant'Anna, M. R. (2017). *Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo*. Florianópolis: Estação das Letras

Sousa, R. P. L., Rosa L., Lopes, L. D., & Schulte, N. K. (2015). *Moda: ciência, arte e tecnologia*. Encontro Nacional de Pesquisa em Moda. Online. Recuperado de: <https://www.feevale.br/hotsites/enpmoda/edicao-atual>

Svendsen, L. (2010). *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar.

Valentim, A. F. (2015). *Anais da Semana de História Política da UERJ*. Online. Recuperado de: <http://semanahistoriauerj.net/wordpress/wp-content/uploads/2016/01/resumo-cadernos-sdhp-2015.pdf>

Porcentagem de contribuição de cada autor no manuscrito

Rubiana de Quadros Sandri – 50%

Elsbeth Léia Spode Becker – 50%