

Construção e legitimação de um campo do saber: o design de moda no Brasil

Construction and legitimation of a knowledge field: fashion design in Brazil

Queiroz, Cyntia Tavares Marques de

Cyntia Tavares Marques de Queiroz¹
cyntiatavares@yahoo.com.br
Universidade Federal do Ceará, Brasil

Revista de Ensino em Artes, Moda e Design
Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil
ISSN: 2594-4630
Periodicidade: Bimestral
vol. 3, núm. 2, 2019
reamd.ceart@udesc.br

Recepção: 21 Março 2019
Aprovação: 24 Agosto 2019

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/255/2552639001/>

DOI: <https://doi.org/10.5965/25944630322019009>

Autores mantêm os direitos autorais e concedem à revista o direito de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Licença Creative Commons Attribution 4.0 Internacional, que permite o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria e publicação inicial nesta revista.



Este trabalho está sob uma Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.

Resumo: Este artigo busca refletir o processo de construção e legitimação de um campo do saber acadêmico, particularmente o campo do Design de Moda, que surge no Brasil a partir de 2004, quando o Ministério da Educação instituiu que todos os cursos de moda do país deveriam se enquadrar ao campo do Design, orientando-se por suas respectivas diretrizes curriculares. Apresenta também como esse processo ocorreu no Brasil, em aceites e resistências. Utilizamos a pesquisa bibliográfica, documental e a entrevista como principal fonte dos dados que nortearam as nossas reflexões acerca do tema. Os resultados apontaram um campo ainda em construção, com a clara disputa de poder entre os dominantes – designers e os dominados – estilistas.

Palavras-chave: Campo, Resistência, Poder.

Abstract: This article reflects the process of building and legitimating a field of academic knowledge, particularly the field of Fashion Design, which emerged in Brazil in 2004, when the Ministry of Education instituted that all fashion courses in the country should be in the field of Design, guided by their respective curricular guidelines. It also shows how this process occurred in Brazil, in oils and resistances. We used bibliographical, documentary and interview research as the main source of the data that guided our reflections on the theme. The results pointed to a field still under construction, with the clear power struggle between the dominant - designers and the dominated - stylists.

Keywords: Field, Resistance, Power.

AUTOR NOTES

- 1 Possui Graduação em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará (1998), Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade de Fortaleza (2000), Mestrado em Design e Marketing pela Universidade do Minho (2004), e Doutorado em Educação pela Universidade Federal do Ceará (2014). Atualmente é Professora Adjunto III do curso de Design de Moda, do Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará. Ocupa o cargo de presidente do evento científico Colóquio de Moda, bem como faz parte do seu Comitê Científico. É membro da Diretoria da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisa em Moda - Abepem. E-mail: cyntiatavares@yahoo.com.br | Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7196766489663741>

1 INTRODUÇÃO

O campo do Design de Moda no Brasil tem sua constituição recente e busca legitimação, diante de um cenário de práticas e agentes que divergem quanto à migração da Moda enquanto área de formação, para o campo do Design. Neste contexto, buscamos a teoria dos campos sociais, em Bourdieu (1983), para melhor compreensão de como a existência de um campo implica na existência de uma luta pelo monopólio da autoridade legítima, e de como percebemos esta luta entre estilistas e designers no Brasil.

Para Bourdieu (1983), um campo é um espaço social estruturado de posições, onde agentes estão em concorrência pelos benefícios específicos, de acordo com as regras igualmente específicas que lhe são inerentes. Assim, ele é constituído de relações sociais multifacetadas entre agentes de interesse comum.

Trata-se de um espaço social envolvido em relações de poder, com a notável presença de dominador/dominado. Os detentores de maior poder ou acúmulo de capital, seja econômico, cultural, social ou simbólico, podem interferir no campo através da definição de suas regras, limites, benefícios e, assim, manter sua posição. Os agentes que concorrem entre si, contudo, embora compartilhem de interesses comuns, não dispõem dos mesmos recursos e competências.

No atual contexto de constituição do campo acadêmico da Moda, por exemplo, os dominados / grupo de resistência ao enquadramento não acessam o Ministério da Educação (MEC) com a mesma facilidade com a qual os dominadores, à época, acessaram, discutiram, propuseram o debate às escolas superiores do Brasil, que culminou com o estabelecimento da Moda no campo do Design.

Para Bourdieu (1983), os que monopolizam o capital específico do seu campo tendem a estratégias de conservação. Nesta lógica, compreendemos as razões pelas quais os cursos superiores de Design não alteraram suas estruturas curriculares, nem inseriram disciplinas de Moda como obrigatórias em seus currículos, enquanto os cursos de Moda tiveram, por orientação do Ministério, que modificar projetos pedagógicos por inteiro - concepções formativas, objetivos, perfil do egresso e estrutura curricular.

Instituído o campo do Design de Moda, permanece a relação de força entre os seus agentes e instituições, sendo que o objeto de luta comum passa a ser o reconhecimento (ou a negação) da Moda como campo do saber. Os dominantes, aqueles que participaram do processo de enquadramento da Moda ao Design, ou os que estiveram omissos, mas aceitaram a mudança, mantêm a posição de conservação do Design. Aceitam a situação como posta, não questionam o MEC, adaptam os seus currículos ao novo campo e seguem. Os dominados, que apresentaram e apresentam argumentos contrários ao enquadramento, resistem a esta mudança, organizam-se em fóruns de discussão, expõem argumentos em colóquios científicos, e lutam pelo aceite da Moda como campo junto ao Ministério da Educação.

O presente artigo tem como objetivo principal apresentar essas reflexões, a partir de pesquisas bibliográficas e da investigação de como se deu esse processo no campo do Design de Moda no Brasil.

2 DISTINÇÕES [APROXIMAÇÕES] ENTRE O OFÍCIO E A NATUREZA DO ESTILISTA E DO DESIGNER

O campo da Moda se constituiu, na sua origem, a partir da presença do estilista como agente de dominação. Ele era/é tanto o profissional responsável pela criação autoral para a alta-costura, quanto o produtor que se vincula às marcas e desenvolve produtos prêt-à-porter em segmentos variados, alcançando desde o mercado de luxo, até o popular, com a projeção de peças do vestuário em grandes quantidades ofertadas. Estes diferentes segmentos apresentam os seus próprios agentes e locais de distribuição e difusão, que se opõem em busca da distinção. São também responsáveis por eleger os valores e critérios, os quais afetam as características formais dos produtos que geram (CHRISTO, 2013). Independente da categoria na qual atua, o estilista baseava sua atividade na prática empírica, respaldada pelo fato de ser consagrado e legitimado no campo, o que lhe possibilitava arriscar-se ao erro ou acerto.

Este ofício que funda a noção do Estilismo vai perdendo importância, na medida em que as instâncias formativas deixam de legitimá-lo e passam a capacitar outro produtor do campo, o designer. Neste movimento, busca-se a conservação ou a subversão da estrutura da distribuição do capital específico, conforme Bourdieu (1983). Assim, ao situar todos os cursos de Moda na área do Design, no início do século XXI, o Ministério da Educação estaria inaugurando um novo campo que comumente chamamos de Design de Moda, ou Design-Moda, de acordo com as limitações de nomenclatura estabelecidas pelo MEC¹.

Para Christo e Cipiniuk (2013), as funções desempenhadas por designers de Moda ou estilistas são semelhantes. Ambos precisam dominar a forma e os processos criativos, conhecer os usuários de seus produtos, os materiais e modos de fabrico dos mesmos, e os fatores que afetam os custos produtivos.

Mesmo no que concerne ao tempo de obsolescência dos objetos, que para o vestuário parece ser menor, pela influência da Moda e seus movimentos de distinção e diferenciação, ainda assim, os campos se aproximam:

[...] mesmo que o tempo estabelecido para a obsolescência de um objeto tradicionalmente entendido como pertencente ao campo do Design seja maior que o de um objeto do vestuário, ainda assim, podemos entender que os produtos desenvolvidos por qualquer designer não conseguem estar totalmente isentos do fenômeno da Moda (CHRISTO, 2013, p. 65).

Para Christo e Cipiniuk, esta aproximação e semelhança entre os modos e processos de planejamento, criação e produção de objetos “tradicionalmente entendidos como de Design e de objetos do vestuário” sempre existiu, apesar das resistências, movimento natural da estrutura dos campos. Nota-se que nas duas formas de resistir há um desmerecimento do designer ao olhar do estilista, e vice-versa, que não se restringe apenas a diminuir a atuação do outro, mas também em não se adequar às noções associadas a cada uma das atividades, como complementam Christo e Cipiniuk (2013):

De forma semelhante, tanto alguns designers parecem ter dificuldade de perceber o vínculo da sua atividade com noções normalmente atribuídas ao fenômeno Moda, como a valorização da autoria, a relação entre o produtor e a constituição do valor simbólico do objeto desenvolvido, a valorização da noção de novo, o estabelecimento de um estilo possível de ser identificado como expressão formal de determinado produtor; como os produtores de objetos do vestuário parecem ter dificuldade em perceber as relações da sua atividade com noções normalmente associadas ao Design, como a relação com os requisitos impostos pelas demandas do mercado e o desenvolvimento de objetos direcionados aos usuários e não aos criadores, mesmo para objetos de vestuário aparentemente autorais, livres e autônomos (CHRISTO; CIPINIUK, 2013, p. 2-3).

Tratam-se de definições e noções anteriormente postuladas, em razão do processo histórico de cada um dos campos, que acabam por contribuir para a construção destes distanciamentos, reações contrárias e conflitos. Neste contexto, o capital específico acumulado em lutas anteriores orienta as estratégias que a elas se seguem. (BOURDIEU, 1983).

O Design é atividade projetual vinculada às necessidades de seus usuários. Logo, é racional, objetivo e prático, além de manter um compromisso com as demandas do mercado e dos produtores. Em contrapartida, um dos argumentos que comumente encontramos entre os que defendem a manutenção da Moda como área no MEC, é o de que o trabalho do estilista é criativo, inovador e livre, o aproxima do conceito de artista, de genialidade, conferindo-lhe o papel mais importante do epicentro da Moda. O produto que gera segue, portanto, a lógica de uma expressão individual e autônoma, que apresenta dificuldades para ser mensurado, controlado ou previsto.

No Brasil, o Design foi rapidamente aproximado da ciência e da técnica e afastado do campo da arte, o que reforçou a sua desvalorização, por distanciá-lo da noção de criador autoral e autônomo. Por outro lado, o discurso da necessidade do Design se configurar como uma área tecnicista foi reforçado por sua tradição modernista. Esta oposição entre o profissional livre e autônomo e o que está preso aos ditames do mercado vem a se tornar o objeto de disputa necessário para o funcionamento do novo campo. (CHRISTO in PIRES, 2008)

Assim, a mesma capacidade que qualifica o designer, pela sua competência projetual, pois lhe assegura uma condição única no campo, igualmente o diminui, pois o projeta como um profissional limitado e preso às

demandas do mercado. Posicionar-se em meio a esta e a outras ambiguidades do novo campo, vai depender das diferentes posições e relações de poder dos seus agentes.

Não há como defendermos uma produção autônoma e completamente desvinculada dos valores do mercado, assim como também não defendemos que se produza apenas para ele. O designer não desenvolve exclusivamente para atender às demandas do mercado, pois em alguns casos ele pode se dedicar à produção de objetos direcionados ao seu próprio campo, segundo critérios do mesmo. São, neste sentido, reconhecidos, consagrados e legitimados como produtores eruditos.

De igual modo, o produtor de objetos do vestuário também assume a posição de livre e detentor de um talento individual único, com a sua assinatura de alto valor econômico e simbólico, ao mesmo tempo em que pode se vincular à indústria do mercado, distanciando-se de sua capacidade autoral.

3 O NOVO CAMPO E AS SUAS REVERBERAÇÕES NA ACADEMIA E NO MERCADO DE TRABALHO

No intuito de estabelecer distinções, percebe-se que há um exagero nas estratégias de ambos os produtores, estilistas e designers. Neste sentido, percebe-se que há uma supervalorização da capacidade projetual deste, no intuito de legitimar a sua posição como pretendente a dominante no campo. Os estilistas, por sua vez, recusam o exagero e, de igual forma, potencializam a sua capacidade autoral e livre. (CHRISTO, 2013).

Acreditamos que o estilista ocupa o status de dominante no campo da criação/atuação (no mercado de trabalho). Entretanto, ao tomarmos o campo acadêmico da produção de objetos do vestuário, que se constitui a partir das relações sociais e das produções e discussões que reverberam nas faculdades e universidades das quais pesquisadores e professores fazem parte e exercem influência, a relação é oposta. Os dominados, pela força da instância máxima da educação no Brasil, foram os estilistas, pois todos os cursos de Moda do país obrigaram-se a migrar para a área do Design.

Acreditamos que esta relação tenha se construído desta maneira, em virtude de a formação em Design ter surgido alguns anos antes da formação em Moda e, portanto, apresentar um tempo maior de acúmulo de capital específico, embora no seu campo próprio.

Além da capacidade projetual do designer, utilizada para legitimar a posição desta nova categoria de produtor, conforme Christo (2013), há uma outra possibilidade estratégica em favor do designer, que se soma ao contexto socio-histórico em que vivemos, marcado pela complexidade da vida humana: a interdisciplinaridade, que se torna possível no Design, justamente pela sua não autoralidade/singularidade no processo.

Some-se a estes aspectos o fato de a formação para a concepção de produtos do vestuário ter se iniciado em atraso no Brasil, principalmente se compararmos ao Design. Foram necessários 25 anos após a criação do primeiro curso de Desenho Industrial, para que surgisse a graduação em Moda. Para Pires (2002), a falta de profissionais preparados para a função de designer de Moda possibilitava que leigos e autodidatas assumissem a função, com base nos conhecimentos adquiridos com o exercício da profissão.

Aparentemente, a atividade podia ser exercida por qualquer pessoa com certo talento artístico, que viajava para fora do Brasil em busca de materiais, bibliografias, referências, métodos, técnica e tecnologia.

Esta falta de profissionais formados em Moda é um fator de aproximação com o Design, que também sofreu esta carência. Os corpos docentes de ambas as áreas eram constituídos por profissionais e acadêmicos de áreas correlatas e, na formação em Design, alunos formados na escola de Ulm. Assim, tanto o ensino de Design, quanto o ensino da Moda “foi sendo construído de modo empírico, sem um perfil profissiográfico claro” (PIRES, 2012, p. 3).

Entretanto, os cursos de Design, ao contarem com alunos da escola de Ulm, Centro de Ensino e Pesquisa de Design e Criação Industrial, de origem alemã, podem ter tido um fortalecimento do seu campo, ao contrário dos cursos de Moda que, sem um profissional específico, constituíram-se de modo empírico.

Assim, na construção do novo campo, é importante compreendermos que ele é um espaço social onde os diferentes agentes e produtores se reconhecem, legitimam-se e consagram-se, estabelecendo quem vai ou não pertencer ao campo e em que posições hierárquicas. Há sempre conflitos entre os que pertencem ao campo e os que desejam pertencer, entre os dominantes e dominados. As noções e práticas que representam estas posições e disputas vão configurar a estrutura e o funcionamento do campo, que está em constante movimento.

[...] quando diferentes agentes do campo de produção de objetos do vestuário do Brasil se unem para [...] validarem os objetos desenvolvidos pelos ‘designers de Moda’, [...] acabam contribuindo na formação de um mercado favorável a ele. Mas, por outro lado, se outros agentes do mesmo campo se unem para validarem os objetos desenvolvidos por outros produtores do campo, [...] os ‘estilistas’, através de discursos de celebração sobre a sua capacidade autoral, também contribuem na formação de outro mercado favorável, porém, desta vez, direcionado ao ‘estilista’ [...] (CHRISTO, 2013, p. 127).

Portanto, quando houve o enquadramento dos então cursos de Moda ao campo do Design, novas relações, posições, agentes e valores passaram a constituir esse campo (CHRISTO, 2013). Neste processo, compreendemos o sentimento, por parte de muitos pesquisadores, de que houve uma redução do campo com o enquadramento, pois foram acostumados a pensar o vestuário na dimensão do fenômeno sociocultural da Moda. Concordamos que ela seja muito mais ampla, o que não implica dizer que aceitamos o discurso reducionista. O que fazemos na maioria dos nossos cursos acadêmicos é pensar o vestuário como um objeto de design, ou seja, projetamos sob o olhar da Moda. Este foi, certamente, o princípio norteador da decisão de enquadramento proposta pelo Ministério.

Assim, os designers não são recém-chegados no então campo da Moda. São os Estilistas, agentes deste campo, que estão entrando no campo do Design, mais especificamente no campo de produção de objetos do vestuário. Há, portanto, diversas possibilidades de se perceber o atual momento, a depender da validação dos agentes do novo campo.

Acredita-se, embora sem nenhuma pretensão de comprovação no momento, que no campo da criação/atuação não há oposições desta ordem. Ou seja, não se legitima o designer em função do estilista ou vice-versa.

Na verdade, não se percebe estas oposições, e o estilista é o termo de maior circulação nas empresas e nos veículos de comunicação, agentes de difusão do campo. Nele, as disputas, de igual forma, ocupam-se da legitimação dos agentes hierarquicamente consagrados, do status e prestígio que gozam e dos instrumentos que lhes dão prova de valor e poder. A relação entre dominantes e dominados, entretanto, não se constrói na relação entre designers e estilistas, mas na consagração dos pertencentes ao meio, e na deslegitimação dos que se encontram fora dele.

Evidentemente, se esta dominação dos designers de Moda não é hoje percebida fora do campo acadêmico, no futuro próximo, passada a transição, eles serão os produtores dominantes do campo, pois os cursos formarão apenas este agente, ao passo em que a inexistência dos cursos de Estilismo tornará igualmente inexistente a profissão de estilista.

4 DO ESTILISMO AO DESIGN NO BRASIL

Em 1997, o Ministério da Educação (MEC) realizou uma consulta pública, por intermédio da Secretaria de Educação, Edital no. 4/97, referente ao enquadramento de todos os cursos de Moda à área do Design. Como resposta, as coordenadoras do curso de Desenho de Moda da Faculdade de Santa Marcelina e do curso Superior de Negócios da Moda da Universidade Anhembi Morumbi, as duas pioneiras no ensino de Moda no Brasil, ambas situadas em São Paulo, encaminharam o documento intitulado “Proposta de Diretrizes Curriculares para os cursos Superiores de Moda”, em 06 de maio de 1998, no qual as escolas defendiam a criação da área Moda no MEC, com base em uma década de atuação no campo, pesquisas realizadas e

encaminhadas sobre o tema, contato com os empresários e associações de classe, e reconhecida vivência profissional na área.

Na época, o argumento principal do documento era o de que a Moda não poderia se restringir a uma habilitação do Design:

A complexidade e relevância da Moda como negócio, aliada à sua importância como fenômeno social e comportamental, exigem que os cursos de Moda tenham um universo próprio de estudo. O profissional, independentemente de sua área de atuação, deve ter uma compreensão ampla do processo de Moda, da criação à comercialização. Não se pode tratar a Moda apenas como Modalidade ou habilitação de um curso com outros focos, assim como o nível do curso deve ser de bacharelado, sob risco de não propiciar uma formação adequada às exigências de um mercado extremamente competitivo (SANTA MARCELINA, 1989, p. 1).

Defendia-se uma formação generalista, na medida em que o estilista deveria compreender as principais atividades do negócio da Moda e, ao mesmo tempo, especialista, o que lhe facilitaria a inserção no mercado de trabalho:

Como em outras áreas, a formação do profissional de Moda deverá envolver um perfil abrangente, que atenda a três níveis: a) global, relativo a competências genéricas, oriundas das necessidades da Moda globalizada contemporânea; b) nacional, relativo aos desafios que o Brasil tem pela frente em sua inserção no mercado de consumo mundial e na resolução de seus problemas socioeconômicos; regional, relativo às realidades do público que é atendido pela IES, e que estão estreitamente relacionados à colocação efetiva do formando no mercado. [...] A formação generalista é baseada, principalmente, nas áreas de formação cultural, humanista e tecnológica; já a formação especialista deve procurar desenvolver as potencialidades individuais dentro do contexto do mercado regional (SANTA MARCELINA, 1989, p. 2).

Este grupo que se articulou no passado propondo o documento, manteve uma agenda regular de encontros, razão pela qual foi possível acessar suas ideias, quando passamos a frequentar seus fóruns presenciais e virtuais.

Entretanto, apesar da manifestação contrária de duas importantes escolas de Moda no Brasil e, possivelmente, de outras escolas, no ano de 2003 o Ministério da Educação (MEC) publicou o Parecer CNE/CES no. 67, com as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de graduação em Direito, Ciências Econômicas, Administração, Ciências Contábeis, Turismo, Hotelaria, Secretariado Executivo, Música, Dança, Teatro e **Design**. Neste documento, o MEC já sinalizava para o enquadramento dos cursos de Moda à área do Design, na definição das competências a serem desenvolvidas pelo profissional egresso:

Conhecimento do setor produtivo de sua especialização, revelando sólida visão setorial, relacionado ao mercado, materiais, processos produtivos e tecnologias abrangendo mobiliário, confecção, calçados, jóias, cerâmicas, embalagens, artefatos de qualquer natureza, traços culturais da sociedade, softwares e outras manifestações regionais (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 2003, p. 27, grifo nosso).

Em 2004, o Ministério aprovou as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Graduação em Design, através da Resolução CNE/CES no. 5, de 8 de março de 2004, com base nos pareceres CNE/CES no. 67 e no. 195/2003 de 5 de agosto de 2003. Dois anos mais tarde, em 2006, os catálogos dos cursos superiores de tecnologia foram publicados. A partir destas publicações, os bacharelados em Moda, que até então possuíam uma infinidade de nomenclaturas distintas, passaram a pertencer à área do Design, enquanto os tecnológicos utilizaram o termo Design de Moda.

Independentemente da aceitação das escolas de Moda a este enquadramento, e das devidas adaptações curriculares, que não se restringiam à mera mudança de nomenclatura, o MEC passou a considerá-los cursos de Design e, portanto, a submetê-los a provas de Design no Exame Nacional de Desempenho – ENADE nos anos subsequentes: 2006, 2009, 2012, 2015 e 2018.

Esta passagem da concepção formativa em Moda, do Estilismo ao Design, abre um espaço potencial para o debate em pelo menos três dimensões: a discussão sobre o poder dos bens simbólicos e as disputas entre os agentes do campo da Moda, porque justifica esta relação entre dominantes/dominados no processo de enquadramento; as relações existentes entre os significados desta passagem e a crise do paradigma científico,

favorecendo, portanto, o processo; e as relações de poder que estão por trás dos discursos e das práticas de resistência.

4.1 Processo

Apesar das resistências, identificadas inicialmente em São Paulo e hoje já percebidas em outras partes do país, foi significativo o número de escolas que aceitou o enquadramento da Moda, muitas delas, acreditamos, em processos sem muitas discussões, por um poder simbólico que é exercido pelo Ministério da Educação, instância que autoriza, legitima e desautoriza o ensino no Brasil.

Neste contexto, como a grande parte dos cursos de Moda do país está localizada nas instituições privadas, mais susceptíveis a avaliações excessivamente criteriosas, compreendemos este aceite pacífico como parte do jogo nas relações entre dominantes/ dominados. Para Bourdieu (1983), o poder simbólico é esse poder invisível que só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que estão sujeitos a esse poder ou mesmo daqueles que o exercem.

Há, portanto, um consenso de que as instituições devem obediência ao Ministério da Educação, sob pena de punições severas, que vão desde a autorização para funcionar, até o acesso às políticas de fomento à pesquisa. Neste sentido, Bourdieu (1983) afirma que o poder simbólico é um poder de construção da realidade, que tende a estabelecer uma ordem gnosiológica, isto é, o sentido do mundo supõe um conformismo lógico, uma concepção homogênea, consensual, que viabiliza a concordância entre as inteligências. Assim, se o MEC estabeleceu o enquadramento a partir de 2004, pareceu natural que muitas escolas deveriam simplesmente se adaptar a esta nova orientação e o debate, à época, ficou apequenado.

Sabe-se, entretanto, que o MEC é formado por professores universitários vinculados a instituições de ensino superior e que, portanto, levam para esta instância de poder posições ideológicas próprias. Assim, pode-se dizer que este processo de enquadramento se deu pelo poder simbólico exercido pelo Ministério, mas também pelas disputas do campo.

Para melhor compreender estas disputas a partir de seus agentes, entrevistamos quatro professoras no 8º. Colóquio de Moda - Rio de Janeiro, em setembro de 2012, três das quais haviam, de alguma forma, participado deste processo junto ao MEC, e a outra, apesar de ser docente de diferentes cursos de Moda da capital carioca, teve o seu percurso formativo e investigativo todo orientado para o Design. Como estratégia de pre-servação das suas identidades, optamos por utilizar o nome de flores: Acácia, Alfazema, Carmélia Branca e Gardênia.

Os resultados destas conversas com as professoras se somaram aos dados numéricos obtidos entre os anos de 2008 a 2019, em bibliografia específica e no site do Ministério, para que pudéssemos ter uma ideia do cenário do ensino de graduação em Moda no Brasil, em termos de quantidades e modalidades.

Em 2008, os cursos de Design de Moda no Brasil alcançavam o número de 112 graduações e 24 especializações e MBA. Das graduações, 55 eram bacharelados, 42 tecnológicos e 15 sequenciais (PIRES, 2008). Passados três anos, em 2011, de acordo com dados publicados no site do E-mec², as formações superiores em Moda alcançaram o número de 174, representando, portanto, um significativo crescimento de 55%. Destes, 75 bacharelados, 2 licenciaturas, 92 tecnológicos, 5 sequenciais. O surgimento das licenciaturas sinaliza uma preocupação positiva, mas ainda muito tímida, em formar profissionais para atuar neste cenário de expansão da formação em Moda.

Ao buscar os cursos de Moda credenciados pelo MEC, em fevereiro de 2014, percebe-se uma estagnação neste quantitativo, pois são registrados 175 cursos, apenas um a mais que os identificados em 2011. Contudo, mantém-se a tendência de preferência por cursos tecnológicos, representando um crescimento de 15,2%, ao mesmo tempo em que decresce o número de bacharelados em Moda em 13,3%.

Em 2019, essa tendência permanece, os cursos de bacharelado aumentam em 20%, com a oferta de 78, enquanto os tecnológicos somam-se 149, um crescimento superior a 40%. Verificamos, portanto, que continua crescente a oferta dos cursos de Moda no Brasil, conforme podemos verificar no gráfico 1.

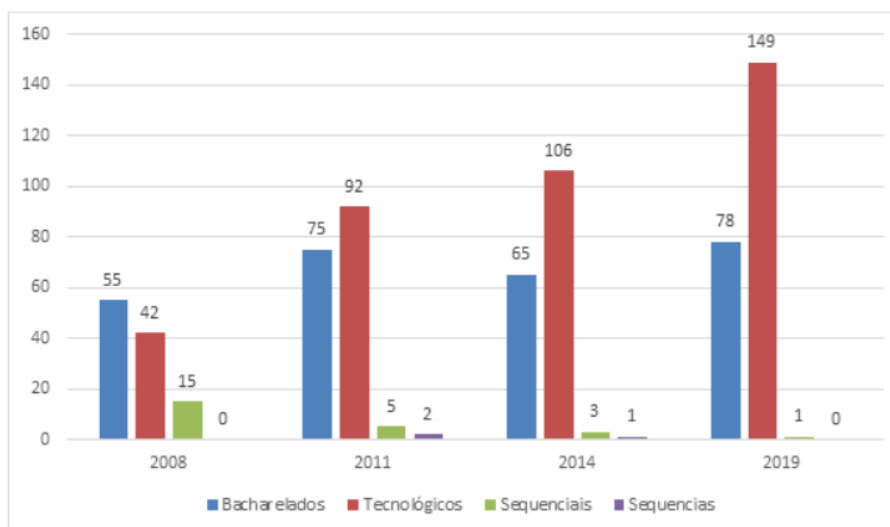


GRÁFICO 1
Modalidades de graduações em Moda no Brasil

www.emec.gov.br / acesso em 21 de fevereiro de 2014 e <http://emec.mec.gov.br/> em 10 de março de 2019

Esta inversão da predominância dos cursos tecnológicos a partir de 2011, em detrimento dos bacharelados, pode ser compreendida como uma resposta a um suposto aumento da demanda do mercado por este profissional mais tecnicista, mas, em alguns casos, como uma fuga aos exames do ENADE que, desde 2006, trazem questões predominantemente do campo do Design (o que não ocorre com os cursos tecnológicos).

Em muitos discursos e produções documentais de resistência à migração da Moda ao Design, vamos perceber a preocupação com os resultados obtidos no ENADE, já que ele se apresenta com um foco mais generalista, sem se deter às questões próprias da Moda. Esta orientação coaduna com a visão Inter e multidisciplinar que parece ter influenciado o processo de enquadramento da Moda ao Design pelo MEC.

Evidentemente não se mede a força de um curso de graduação através de um único exame, inclusive o próprio MEC leva em consideração diversos indicadores para atribuição de conceitos. Ao mesmo tempo, os resultados do ENADE podem vir mascarados por omissões estudantis, comumente denominadas “boicotes”³.

Nas entrevistas realizadas, a possibilidade de uma escola deixar de ofertar um bacharelado para se dedicar à gestão de um curso tecnológico, com menor grau de exigência, foi cogitada em uma das falas. O que, implicitamente, pressupõe uma preocupação com o ENADE, mesmo por quem esteve envolvido no processo de enquadramento. Entretanto, ao mesmo tempo, a professora entrevistada percebe que circula uma conotação negativa atribuída a esta possibilidade de mudança, pois esta transição parece significar um retrocesso para a instituição. Tal preconceito pode explicar o porquê de algumas escolas terem optado pela abertura de mais de um curso de Moda, em diferentes modalidades. Ou seja, mesmo desejando um curso tecnológico em Design de Moda, ela opta por abri-lo, ao invés de ver transformado/reduzido um bacharelado.

Eu acho que nesta mudança você pode ver que existe uma resistência muito grande das escolas em quererem mudar, elas acham que vir para um tecnólogo é demérito, acham que com isso perdem qualidade porque vai ser um curso superior de tecnologia. Mas os cursos superiores de tecnologia são cursos de graduação como outro qualquer, diferente de um tecnólogo do 2º grau, que é hoje a nomenclatura existente [...] (Gardênia, 2012).

A maioria dos atuais 228 cursos (149 tecnológicos, 78 bacharelados e 1 sequencial) teve inicialmente uma orientação para o Estilismo, porém, **hoje nenhum mantém o termo em suas nomenclaturas**⁴, anunciando a sua falência e a dominação do Design enquanto área.

Existem ainda muitos cursos que mantêm apenas o termo Moda em suas nomenclaturas, o que demonstra que este processo não está se dando de modo passivo e consensual. Os que resistem não aceitam a aproximação dos dois campos, e não realizam o ENADE. Em 14 de Março de 2012 foi publicada no Diário Oficial da União a Portaria Normativa No.6, que apontava os cursos a serem avaliados pelo exame, dentre eles o do Design, dispensando do procedimento os cursos que se denominavam apenas Moda. Trata-se de uma pequena vitória do movimento de resistência, mas que também ressalta uma situação provisória, na qual estes cursos nem se assumem como Design, nem têm o aceite do MEC com relação à solicitação de tornar a Moda campo do saber.

Este processo de enquadramento da Moda à área do Design exigiu adequação dos currículos em um processo que pareceu, para muitos, arbitrário, mas que representou a visão e formação daqueles que detinham o poder. Quando questionadas sobre a quem interessou esta mudança, as entrevistadas, todas pertencentes a cursos que passaram por esta transição, negam a arbitrariedade do processo. Importante ressaltar que a amostra foi constituída, de modo não intencional, por profissionais que exerceram alguma atividade para o Ministério da Educação, sendo coerente que legitimem a transição. Tratam-se, portanto, de olhares favoráveis ao enquadramento da Moda ao Design.

[...] eu vi um trabalho muito sério sendo feito, que na verdade foi do professor Wollinger⁵, que foi com a equipe dele na SESU (Secretaria de Educação Superior), que é o setor de regulação, e o objetivo foi exatamente, dentro de um cem número [...] de nomenclaturas que ele detectou existirem no país, unificar. Pra você ter uma ideia, nós tínhamos curso de Estilismo e Cosmetologia, que é um curso de mulher, tinha curso de Design e Cosmético, Cosmeatria. Então, a gente foi vendo, o próprio INEP foi identificando [...] eu acho que foi muito bom porque ele fez um estudo no sentido de poder tornar mais linear as nomenclaturas. [...] na verdade, o que esteve por trás de tudo isso foi um esforço hercúleo para poder tipificar um curso, **uma área, que até hoje ainda não encontrou muito lugar** (Gardênia, 2012. Grifos nossos).

Para Gardênia, o motivo que teria levado o MEC a este enquadramento foi, principalmente, o desejo de unificar as nomenclaturas. Embora a professora não indique, a priori, nenhuma disputa de poder em jogo, a sua fala vai, aos poucos, revelando o Design como um campo mais consistente do que a Moda, estando, portanto, a sua formação mais amadurecida. Tais aspectos revelam, em primeira instância, o argumento anterior que defendemos de que o campo do Design no Brasil teria, pela sua antiguidade, acumulado maior capital específico, do que o então campo da Moda. Mais que isso, a professora também reflete um posicionamento de gênero, que se percebe na associação da Moda como um curso de mulher, em contraposição ao Design, implicitamente uma área mais masculina e, portanto, mais consistente.

Há evidências deste pensamento na entrevista, tanto quando trata das nomenclaturas diferentes, quanto quando expõe sua crença de que a Moda ainda não encontrou o seu lugar enquanto campo e, por fim, quando reproduz a fala de Wollinger a respeito da pouca quantidade de profissionais no país:

Eu, pessoalmente, em um encontro que houve de diretores de escolas, de mantenedoras, e eu fui representando a minha mantenedora, conversei pessoalmente com o Wollinger, e ele falou pra mim: '[...] a única coisa que eu acho é que vocês são muito poucos como Moda no Brasil, talvez se a gente fizesse um encontro pudesse discutir como isso fosse acontecer.' E realmente, marcamos, mas foi no ano de eleição da Dilma, não deu certo, e agora recentemente ele já não está no Ministério de Educação, então a gente perde a noção de como vai ficar. **Mas não vejo nenhuma intenção de fundo por detrás disso não. Acho que a intenção foi muito boa** (Gardênia, 2012. Grifos nossos).

Este campo, por ter considerado Moda e vestuário como sinônimos, foi se constituindo a partir de olhares diversos, de outros campos, como a Sociologia, Antropologia, Psicologia, História, etc., ressaltando um fenômeno sociocultural que se apresenta com significante flutuante. Isso teria contribuído para tornar o campo complexo e, ao mesmo tempo, enfraquecê-lo. Assim, a Moda se constrói de modo multidisciplinar, campos diferentes a tomam como objeto, mas este suposto diálogo não representa uma inter-relação efetiva.

Por esta razão, ela parece não ter encontrado ainda o seu lugar, e os pesquisadores envolvidos no campo parecem não ter a força necessária para defendê-lo, como se observa no texto de Gardênia.

Para Carmélia Branca, esta distinção entre Design e Moda, ou melhor, entre a atuação dos designers e estilistas não existe na prática, pois ao descrever o processo de concepção de novos projetos seguindo uma metodologia projetual de Design, identificamos o modo de trabalho do estilista de Moda. “Não me parece que estamos falando de algo tão diferente”:

Foi criada uma comissão de quatro professores especialistas e que atuavam em cursos de Moda para pensar padrões de qualidade em Moda, e eu estava nesta equipe. Percebeu-se que, no mercado de trabalho, não se sabia como equivaler alguém que é formado em decoração ou em Estilismo. Então o procedimento foi o seguinte, em cada item, nós fomos nos perguntando se daria para colocar decoração, daria para colocar Moda? E aí a gente foi montando todos os itens de Design daquelas dimensões básicas e se chegou à conclusão de que não está-vamos muito longe não, de que, de fato, aquelas práticas projetuais existiam na Moda, elas não eram nomeadas e nem reconhecidas (Carmélia Branca, 2012).

Em discurso, contudo, sabemos que há uma relação de disputa entre os dois produtores, responsável por potencializar as diferenças entre ambos.

[...] Efetivamente se elaborou um documento, onde se adotou a Moda como uma ênfase do Design. Este documento chegou da categoria. Até então, era praticamente impossível. **Existem ainda algumas cabeças no Design com algum tipo de preconceito**, mas em menor proporção. Nós fizemos um levantamento das nomeações nesta época e tinham mais de cem denominações para a Moda. Você perde uma marca. [...] Então foi um processo muito doloroso, muito difícil, mas lindo. As coisas começam a ficar muito claras para o aluno (Acácia, 2012. Grifos nossos).

Na disputa, o reconhecimento de Acácia, no que tange aos preconceitos dos agentes do campo do Design, revela-se na constatação de que nenhum dos cursos de Design no Brasil oferecem disciplinas de Moda obrigatórias, e reforça a tese que defendemos de que eles se encontram na posição de dominados e, portanto, mantem a defesa da ortodoxia.

Neste sentido, excetuando-se apenas uma – cuja formação não é também em Moda, as entrevistadas apresentam, em seu percurso formativo, algum tipo de orientação para o Design, seja no nível da graduação ou da pós-graduação, de modo que o enquadramento não lhes exigiu uma formação diferente daquela que já apresentavam, o que também vai justificar o fácil aceite, já que estão na posição de dominantes.

Todas as entrevistadas acreditam que não houve arbitrariedade no processo, pois na comissão do MEC existiam representantes do campo, mas que não foram eleitos pelos seus pares, pontuamos, e também porque, com certeza, estes se dedicaram responsabilmente ao processo e deram o melhor de si no desejo de elevar o conceito da Moda no Brasil.

A construção de um objeto de vestuário está dentro do escopo do que é um projeto de Design. Em 2004, a Resolução definiu. Em minha opinião, **esta definição não veio de cima pra baixo**, porque algumas pessoas envolvidas com isso eram pessoas de dentro do campo (Alfazema, 2012. Grifos nossos).

Apesar disso, reconhece-se que, não sem razão, circula-se a ideia de uma imposição que veio de cima para baixo, entre os intelectuais da área. Esta crença decorre do fato desta comissão, embora constituída por representantes do campo, não ter sido eleita entre os seus pares e, portanto, estes não se sentiram por ela representados. Não houve, à época, uma discussão coletiva, em cujos fóruns se fortaleceria o posicionamento, e se elegeriam nomes de pessoas para levar os questionamentos ao Ministério. Houve algum tipo de discussão nas escolas, que apresentam realidades e interesses particulares, mas o debate ficou apequenado e a sensação de ter ficado “de fora” do processo perdura até hoje.

Ademais, o pouco tempo fornecido pelo Ministério para que as instituições adaptassem suas realidades ao novo enquadramento, reforçou a ideia de arbitrariedade. Em 2004 lançou-se a portaria e, dois anos depois, o MEC já estava avaliando os cursos via ENADE, a partir de questões que pressupunham uma formação em Design. Obviamente, não haveria nenhum curso de bacharelado, cujo tempo mínimo para a formação é de quatro anos, com estudantes que apresentassem uma sólida competência em Design.

Apesar do envolvimento com a causa, um ou outro depoimento apresentou distorções nas percepções do campo da Moda ou do Design, o que nos preocupa, pois nos leva a crer que outros professores do Brasil, sem aproximações com o Design, possam estar desorientados quanto ao ensino que deve transmitir aos seus alunos. Acácia, de igual modo, demonstra este mesmo tipo de preocupação, em sua fala:

As pessoas estão apresentando uma fala que, na verdade, traduzindo, ela descobriu o Design. Ela pensa que está trazendo uma novidade, mas ela não sabe que o que está trazendo são os princípios básicos do Design, apresentados nas primeiras aulas de Design. Teria que trocar o corpo docente, ou trabalhar profundamente, ou capacitar. Eu tenho professores que são concursados, mas não são designers. Quem está ensinando a eles o que é Design? Isso está pegando nas orientações de TCC. Eu acredito muito nos coletivos. [...] Nós, educadores, não acordamos designers. As colegas falam de Design, e eu fico quieta. Desconhecem a história e acham que o Design é para todos, mas ele tem uma história de 50 anos (Acácia, 2012).

Carmélia Branca defende o processo de concepção de novos produtos, utilizando como argumento o exagero na noção de metodologia projetual aplicada ao design e no pressuposto de *autoridade* do estilista:

O Estilismo passava muito assim, ah, faça uma pesquisa de rua e esta pesquisa era assim: eu sento no banquinho e vejo o que as pessoas estão usando, não tinha um comprometimento com a pesquisa científica, com a fundamentação teórica, era muito focado no fazer, na inspiração, querendo puxar uma linha cria-tivo-artística, uma vertente artística que não se compromete com nada. Eu não tenho que dar uma explicação, tive uma inspiração. No Design você tem que formar um arcabouço teórico, desenvolver uma metodologia projetual de Design. **Foi preciso trazer pessoas com titulação.** Estamos na metade do caminho. **Ideal seria a Moda como campo do saber, eu concordo,** (Grifo nosso) mas hoje nós ainda não temos esta bagagem. Um campo de saber independente do Design vai ter que incorporar todas as áreas. Será que os professores têm esta noção? (Carmélia Branca, 2012. Grifo nosso).

Mesmo em defesa do enquadramento, afirmando que o vestuário é um produto de Design, e que, portanto, não há necessidade de criação das diretrizes para a Moda, as professoras também reconhecem algumas dificuldades internas de aceitação, principalmente relacionadas aos professores cujas formações não são em Design, que levaram muitas escolas a modificarem os seus quadros. Tais questões necessitariam ser refletidas antes do enquadramento, pois engessaria as instituições públicas e causaria demissões, muitas vezes injustas, nas instituições privadas.

Então, na verdade, quando o nosso curso começou ele tinha esse lance do Estilismo muito forte [...]. Quando nós tivemos que mudar o enfoque foi um 'Deus nos acuda', porque ele não conseguia entender. [...]. O professor que era estilista, muitos deles a gente teve que fazer com que ele deixasse de trabalhar, porque o estilista profissional era aquele que há muitos anos trabalhava na indústria. Então ele quer é a visão do estilista, que é a visão do desenhista de Moda. Estes eram muitos dos melhores e mais antigos que nós tínhamos. [...] **Então alguma mão de obra muito especial também foi perdida, mas, por outro lado, uma profissionalização** (Gardênia, 2012. Grifo nosso).

Há tantos vetores que eu identifico, mas nenhum deles abraçou a Moda em termo de estruturação no Ministério da Educação. Todo mundo fala mal do Design, que o Design abafou, mas o Design salvou a Moda, porque estava num limbo que não era nada, entendeu? Ah, exigiu, exigiu! **Que todas as escolas tiveram um prazo para se reestruturar e reestruturar o corpo docente,** estruturar o currículo, e isso incomodou muita gente, e incomoda até hoje (Carmélia Branca, 2012. Grifo nosso).

As entrevistadas também foram questionadas sobre a aceitação dos cursos de moda do Brasil ao enquadramento. Unanimemente, a exemplo de Gardênia, todas demonstram ter conhecimento da existência de um movimento de resistência, muito embora nenhuma apresente conhecimento profundo sobre o mesmo.

[...] Eu acho que as pessoas não querem ser um designer, porque eles não conseguem separar o Design da Moda. Elas não conseguem ter essa visão, não rompem com o artesanato, acham que a Moda ainda está naquela característica artesanal, ainda tem uma visão bastante, do fazer artístico. O que muda, teoricamente, é só o enfoque, como conhecimento eu acho que a área só tem a lucrar.

Existe uma discussão, da qual eu não faço parte, até que ponto Moda é Design (Gardênia, 2012. Grifo nosso).

Nos relatos, reforçam-se estas contradições, entre os que pensam o Design como uma área mais técnica e aqueles que conseguem percebê-la de uma forma muito mais ampla, Inter e multidisciplinar. Este pensamento

que o reduz orienta o discurso do movimento das escolas de São Paulo que também apresenta sua pertinência, pois foi construído nas lutas de poder do novo campo, com o propósito de ampliar as diferenças entre estilistas e designers, fortalecendo um ou outro produtor, a depender do agente discursivo.

A convicção de que a mudança é positiva parece estar tão absorvida pelas professoras entrevistadas, de modo a justificar perdas profissionais como necessárias. Nestas relações de poder, o designer se sobressai, em detrimento de uma classe de estilistas que se desemprega. Trata-se de um poder simbólico, invisível, exercido com a cumplicidade dos que estão sujeitos a esse poder ou mesmo daqueles que o exercem.

Neste sentido, a cultura do Design tem se tornado superior, contribuindo para a integração da classe intelectual dominante, e, deste modo, assegurando uma integração e uma comunicação entre os designers, membros dessa classe e, ao mesmo tempo, os distingue da outra classe, os estilistas.

4 CONCLUSÃO

Acreditamos que a formação em Design, pela antiguidade, por questões de gênero (que neste artigo não exploramos) e pelo próprio contexto de enaltecimento da economia criativa apresenta maior acúmulo de capital específico, e, por isso, teria assumido o papel de dominante do novo campo, defendendo a ortodoxia, enquanto os estilistas estariam mais inclinados à ruptura, de modo que, enquanto os cursos superiores de Design não alteraram as suas estruturas curriculares, os de Moda modificaram, por completo, os seus projetos pedagógicos.

Neste sentido, defendemos que os designers não são recém-chegados no então campo da Moda. São os estilistas, agentes deste campo, que estão entrando no campo do Design, que estão, por imposição, tornando-se designers, e apresentando, portanto, e naturalmente, dificuldades na compreensão das peculiaridades deste novo campo.

Todas estas disputas e polarizações, ao nosso ver, estão acontecendo somente no campo da formação acadêmica, pois não se percebe estas oposições entre estilistas e designers nas empresas e nos veículos de comunicação, agentes de difusão do campo. Contudo, chamamos a atenção para o fato de que, embora esta dominação dos designers não seja hoje percebida nos desfiles, veículos de comunicação e empresas, no futuro próximo, passada a transição, o designer de objetos do vestuário será o produtor dominante do campo, principalmente porque, atualmente, a maioria dos cursos desta natureza adaptou os seus currículos às diretrizes curriculares do Design.

No processo de enquadramento da Moda ao Design, mesmo com estas consultas realizadas às escolas, foi gerado um sentimento de exclusão que perdura até hoje no imaginário de muitos profissionais do campo. A crença decorre porque a comissão que esteve junto ao MEC não foi constituída por representantes eleitos por seus pares.

Apesar de haver cursos que resistem à mudança, mantêm a nomenclatura Moda e seguem diretrizes específicas, percebe-se uma maior quantidade de bacharelados que se inserem no campo do Design, contribuindo para o seu *status* de dominante.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, P. Algumas propriedades dos campos. In: BOURDIEU, P. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- CHRISTO, D. **Desiner de moda ou estilista?** Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do Design e da Moda. In: PIRES, D. **Design-Moda – olhares diversos**. (org.) São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2008.
- CHRISTO, D. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. Tese. 146 f. Rio de Janeiro: PUC, 2013.

CHRISTO, D.; CIPINIUK, A. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. Fortaleza: UFC, 2013. Anais Colóquio de Moda.

PIRES, D. [et.al]. **Design-moda – olhares diversos**. São Paulo: Editora Estação das Letras e Cores, 2008.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Disponível em www.emec.mec.gov.br. Acesso em março de 2014.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Disponível em <http://emec.mec.gov.br/> . Acesso em 10 de março de 2019

NOTAS

- 1 Os cursos de bacharelado devem se chamar Design, e os cursos tecnológicos Design de Moda. Por questões diversas, cujas razões desconhecemos, há bacharelados denominados Design de Moda.
- 2 www.emec.mec.gov.br / acesso em fevereiro de 2011.
- 3 Trata-se da organização de ausências coletivas, quando os estudantes julgam inadequado o processo avaliativo.
- 4 SENACSP – Design de Moda – Estilismo; UFPI – Moda, Design e Estilismo.
- 5 Prof. Paulo Roberto Wollinger – então Diretor de Regulação e Supervisão da Educação Superior – DESUP/SESu/MEC.