

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E LETRAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

Maria Fernanda Carneiro Pinheiro

**O ENSINO DE ANTROPOLOGIA NOS CURSOS DE DESIGN DE  
MODA DA UFPI E DO IFPI EM TERESINA – PI**

Teresina – PI  
2019

Maria Fernanda Carneiro Pinheiro

O ENSINO DE ANTROPOLOGIA NOS CURSOS DE DESIGN DE  
MODA DA UFPI E DO IFPI EM TERESINA – PI

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal do Piauí como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Antropologia.

Orientador: Prof. Dr. Raimundo Nonato Ferreira do Nascimento

Teresina – PI  
2019

FICHA CATALOGRÁFICA  
Universidade Federal do Piauí  
Biblioteca Comunitária Jornalista Carlos Castello Branco  
Serviço de Processamento Técnico

P654e Pinheiro, Maria Fernanda Carneiro.  
O Ensino de antropologia nos cursos de design de  
moda da UFPI e do IFPI em Teresina – PI. / Maria  
Fernanda Carneiro Pinheiro. --2019.  
190 f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Piauí,  
Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Teresina,  
2019.

“ Orientador: Prof. Dr. Raimundo Nonato Ferreira do  
Nascimento”.

1. Antropologia - Educação superior. 2. Design de  
Moda. I. Título.

CDD: 301

Maria Fernanda Carneiro Pinheiro

O ENSINO DE ANTROPOLOGIA NOS CURSOS DE DESIGN DE MODA DA UFPI E  
DO IFPI EM TERESINA – PI

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal do Piauí como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Antropologia.

Teresina (PI), \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019

BANCA EXAMINADORA

---

Orientador: Prof. Dr. Raimundo Nonato Ferreira do Nascimento

---

Membro interno: Profa. Dra. Carmen Lúcia Silva Lima

---

Membro externo: Prof. Dr. José da Cruz Bispo de Miranda

## Agradecimentos

Agradeço primeiramente ao meu orientador, professor Dr. Raimundo Nonato Ferreira do Nascimento, pela orientação, disponibilidade, diligência e paciência no percurso que foi esta pesquisa de Mestrado.

Agradeço a todos os interlocutores que fizeram deste trabalho uma realidade: aos coordenadores dos cursos de Design de Moda da Universidade Federal do Piauí e do Instituto Federal do Piauí, professor Jefferson e professora Nelymar, pela anuência, disponibilidade e pelo fornecimento de todas as informações requisitadas; aos professores Iara, Ascânio, Maria de Jesus, Simone, L'hosana, Caroline, Marcílio, Elcilena e Elenilce, por abrirem as portas de suas salas de aula e doarem seu tempo para nossas entrevistas. Agradeço também aos alunos que se voluntariaram a prestar seus depoimentos.

Agradeço, ainda, à minha rede de apoio familiar: minhas funcionárias Maria das Neves e Maria Divina, minha mãe Erika e, em especial, meu marido Paulo Henrique, que com pequenas atitudes me oportunizaram horas de concentração necessárias para a pesquisa de campo e para a redação desta dissertação.

A todos aqueles que, direta ou indiretamente, também fizeram parte do processo de obtenção do título de antropóloga, meu muito obrigada!

## Resumo

O ensino de Antropologia em outros cursos - aqueles que não são as graduações em Ciências Sociais nem as pós-graduações em Antropologia – é uma preocupação da Associação Brasileira de Antropologia (ABA) por mais de sessenta anos, no sentido de compreender como a Antropologia é ensinada para alunos que não serão antropólogos. Assim, o presente trabalho se trata de uma pesquisa sobre o ensino de Antropologia no curso de Design de Moda, cujo locus consiste nos cursos da Universidade Federal do Piauí e do campus Teresina Zona Sul do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí. Com este objetivo, foram estudados legislação pertinente e documentos institucionais, observadas dezenas de aulas e entrevistados coordenadores, professores e alunos de ambos os cursos. Como resultado, o trabalho reúne informações sobre unidades curriculares, conteúdos abordados, metodologias de ensino, referencial teórico e docentes responsáveis pelo ensino de Antropologia nestes cursos, bem como indicações de ajustes possivelmente necessários para melhor aproveitamento do conhecimento antropológico na atuação profissional dos designers de Moda.

Palavras-chave: Ensino de Antropologia. Design de Moda. Educação superior.

## Abstract

The teaching of Anthropology in other courses - those that are not undergraduate in Social Sciences or postgraduate in Anthropology - is a concern of the Brazilian Association of Anthropology for over sixty years, which seeks to understand how Anthropology is taught to students who will not be anthropologists. Thus, the present work is a research about the teaching of Anthropology in the undergraduate course in Fashion Design, whose locus consists of the Federal University of Piauí and the Teresina South Zone campus of the Federal Institute of Education, Science and Technology of Piauí courses. With this goal, relevant legislation and institutional documents were studied, dozens of classes were observed and coordinators, teachers and students from both courses were interviewed. As a result, the work gathers information about curricular units, contents covered, teaching methodologies, theoretical framework and teachers responsible for teaching Anthropology in these courses, as well as indications of adjustments possibly necessary for better use of anthropological knowledge in the professional performance of Fashion designers.

Keywords: Anthropology Teaching. Fashion Design. Higher Education.

## Lista de Figuras

- Figuras 1 a 6 – "Teresina, meu Amor!", 11ª edição do Piauilismo, realizada no Complexo Francisco das Chagas, localizado embaixo da ponte Juscelino Kubitchsek p. 120 - 122
- Figura 7 - Croquis da coleção "Ô de Casa", desenvolvida com o subtema "Comidas que Sustentam" pelo grupo de alunas entrevistadas do 8º período de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí p. 126
- Figura 8 - Croquis da coleção "Memórias", desenvolvida pela aluna entrevistada do 5º período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, em Projeto de Coleção de Moda p. 164
- Figura 9 - Croquis da coleção "O Feminino e o Homem", projeto do grupo de alunos entrevistado do 2o período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, em Projeto Integrador I p. 167



## Lista de Tabelas

Tabela 1 - Comparativo de quantidades e percentuais de instituições de ensino superior e matrículas na graduação nas décadas de 1990, 2000 e 2010	p. 34
Tabela 2 - Relação dos cursos de Design de Moda em Teresina – PI	p. 53
Tabela 3 – Organização curricular completa do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí	p. 69
Tabela 4 – Membros do corpo docente do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí com respectiva formação	p. 76
Tabela 5 – Organização curricular completa do curso de Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí	p. 132
Tabela 6 – Membros do corpo docente de 2018.2 e 2019.1 do curso de Design de Moda do campus Teresina Zona Sul do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia com respectiva formação	p. 137

## **Sumário**

<b>Introdução</b> .....	<b>13</b>
<b>Tema e Objetivos</b> .....	<b>13</b>
<b>Definição do Locus</b> .....	<b>20</b>
<b>Metodologia</b> .....	<b>23</b>
<b>1. O Ensino de Antropologia em Outros Cursos</b> .....	<b>32</b>
1.1. Objetivos e Metodologia do Ensino de Antropologia em Outros Cursos .....	38
<b>2. Graduação em Design de Moda no Brasil, Piauí e Teresina</b> .....	<b>43</b>
2.1. Moda: um sistema social e cultural .....	43
2.2. O Cenário Atual e seu Histórico de Desenvolvimento .....	54
2.3. Documentos Pedagógicos e Legislação Pertinente .....	61
<b>3. O Bacharelado em Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI)</b> .....	<b>68</b>
3.1. Características Gerais .....	68
3.2. Organização Curricular.....	72
3.3. Corpo Docente .....	79
3.4. O Discurso do Coordenador .....	84
3.5. Unidades Curriculares Etnografadas.....	96
3.5.1. Teoria da Moda .....	96
3.5.2. Psicossociologia da Moda.....	107
3.5.3. Cultura Brasileira .....	116
3.5.4. O Piauilismo (Projeto de Coleção I, Projeto de Coleção II e Montagem de Desfile e Curadoria) .....	122
<b>4. O Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI)</b> .....	<b>135</b>
4.1. Características Gerais .....	135
4.2. Organização Curricular.....	138
4.3. Corpo docente .....	143

<b>4.4.</b>	<b>O Discurso da Coordenadora .....</b>	<b>148</b>
<b>4.5.</b>	<b>Unidades Curriculares Etnografadas.....</b>	<b>156</b>
4.5.1.	Antropologia e Sociologia .....	156
4.5.2.	Projeto de Coleção de Moda .....	164
4.5.3.	Projeto Integrador I.....	170
	<b><i>Considerações Finais .....</i></b>	<b>176</b>
	<b><i>Referências bibliográficas .....</i></b>	<b>184</b>
	<b>Outras fontes .....</b>	<b>189</b>
	Mídia consultada .....	189
	Documentos consultados.....	189

## Introdução

### Tema e Objetivos

*Miranda: “Onde estão os cintos para esta roupa? Por que ninguém está pronto?”*

*Personagem: “É uma escolha difícil, eles são tão diferentes!”*

*Andy: [risos]*

*Miranda: “Algo engraçado?”*

*Andy: “Não, não, nada... é só que ambos os cintos parecem exatamente iguais para mim. Mas, sabe, ainda estou aprendendo sobre essas coisas...”*

*Miranda: “Essas coisas? Ah, certo, entendo. Você acha que isso não tem nada a ver com você. Você vai ao seu armário e escolhe, não sei, este suéter azul amuado porque você quer mostrar ao mundo que você se leva a sério demais para se importar com o que você coloca no corpo. Mas o que você não sabe é que este suéter não é apenas azul, não é turquesa, não é lápis, é, na verdade, cerúleo. E você também é cegamente ignorante do fato de que, em 2002, Oscar de La Renta fez uma coleção de vestidos de gala cerúleos, e depois foi Yves Saint Laurent<sup>1</sup> que exibiu jaquetas militares cerúleas. Depois disso o cerúleo rapidamente apareceu nas coleções de oito designers diferentes, foi filtrado pelas lojas de departamento e depois desceu na cadeia até alguma trágica loja de ponta de esquina onde você pescou este suéter de dentro de alguma cesta de liquidação. Entretanto, este azul representa milhões de dólares e incontáveis empregos e é até um pouco cômico como você pensa que fez uma escolha que a exclui da indústria da Moda, quando, na verdade, você está usando um suéter que foi selecionado para você pelas pessoas de dentro desta sala... de uma pilha de coisas”*

*(THE DEVIL WEARS PRADA, 2006, tradução minha, grifos da personagem)<sup>2</sup>.*

---

<sup>1</sup> Oscar de La Renta e Yves Saint Laurent são ambos designers de Moda e estilistas de renome internacional, cujas marcas fazem parte do mercado de luxo e desfilam em importantes Semanas de Moda (Nova Iorque e Paris, respectivamente).

<sup>2</sup> Este texto é a transcrição do diálogo de uma cena do filme “O Diabo Veste Prada”, de 2006, com roteiro baseado em livro homônimo, que conta a história de uma jovem jornalista que busca ascensão profissional na promissora cidade de Nova Iorque, EUA, e que acaba conseguindo um emprego que não seria de longe sua primeira escolha: assistente pessoal da editora-chefe de uma revista de Moda. Com esta trama, o longa trata do deslumbramento sentido por muitas pessoas sobre a indústria da Moda ao retratar as diversas situações desconfortáveis, humilhantes e exploratórias às quais a personagem principal, Andy, é submetida sob o comando da arrogante editora-chefe, Miranda, cujo personagem é inspirado na verdadeira editora-chefe de uma das mais importantes publicações do jornalismo de Moda, a Vogue EUA. Na cena em questão, Miranda “passa um carão” em sua subalterna, ridicularizando-a por pensar que pode ser alheia ou mesmo superior ao mundo da Moda com sua escolha de vestuário.

O diálogo da epígrafe acima descreve o que é conhecido no mercado de consumo como efeito *trickle down*: uma dinâmica de difusão de estilos de Moda que tem início no topo da cadeia, seja com um lançamento de Alta-Costura<sup>3</sup> ou com um estilo de vestimenta de uma celebridade, que é primeiro absorvido pelos que estão mais próximos deles. Assim que notado pela imprensa especializada e valorizado pela mídia, passa então a ser reproduzido por marcas de Moda independentes e, logo após, copiados por redes de lojas de mercados mais populares com materiais adaptados para oferecer a mesma estética a um preço mais acessível. Por último, chega-se à produção de massa, em larga escala, e ao acesso ao público geral (JOCHIMS; TEDESCO; VISONÁ, 2015).<sup>4</sup>

O argumento da personagem Miranda, baseado em sua experiência profissional, é que, por mais que se tente, não se pode escapar da indústria da Moda. Por um lado, as roupas que vestimos comunicam, entre muitas coisas, distinções de gosto, de classe, de gênero e, mais do que isso, identifica as pessoas a grupos sociais (ABE, 2016), visto que o sistema do vestuário possui normas e classificações social e culturalmente estabelecidas que articulam as roupas e definem suas formas de uso pelos sujeitos (LEITÃO, 2007). Por outro, até mesmo quem se comporta em negação à Moda também está submetido à sua lógica, pois, para ela, não importam os conteúdos, mas a satisfação da dupla necessidade de distinção individual e igualdade social (SIMMEL, 2008 [1905]). A personagem Andy, desta forma, está inconsciente e não intencionalmente inserida no contexto do qual tenta escapar, pois a roupa, como qualquer outro ato de consumo, é um ato de comunicação do indivíduo, das suas aspirações, do modo como ele se vê, se mostra ou se oculta (CEREJEIRA, 2012).

Isto faz do estudo das aparências uma perspectiva valiosa para a compreensão de identidades e estilos de vida, principalmente quando tomamos a Moda como mais do que um sistema de mudanças cíclicas que envolve tanto o

---

<sup>3</sup> A Alta-Costura é um grupo sindical de empresas de Moda que faz parte do mercado de mais alto luxo da indústria, produzindo itens com altíssimo valor agregado e influenciado o processo criativo dos demais nichos do mercado.

<sup>4</sup> Segundo o mesmo autor, a partir dos anos 1980, uma dinâmica oposta passou a funcionar em paralelo ao *trickle down*, chamada *bubble up*: esta tinha base em grupos jovens como agentes disseminadores, elevando na escala social um estilo identificado nas ruas, como o punk ou o grunge, que seria disseminado pela mídia especializada, assimilado por formadores de opinião e, por último, apareceria nas passarelas das Semanas de Moda europeias e no mercado de luxo (JOCHIMS; TEDESCO; VISONÁ, 2015).

vestuário quanto os mais variados bens de consumo, ideias e comportamentos (LEITÃO, 2007). Para isso, devemos entender a Moda como um “sistema amplo, institucionalizado e composto por diferentes esferas, que vão da produção ao consumo de bens (roupas e acessórios) e de ideias” (LEITÃO, 2007, p. 10). Ou seja, devemos entender a Moda como uma “[...] esfera de produção cultural, composta por um conjunto de instituições produtoras de bens culturais com fins lucrativos, através dos quais se elabora um discurso estético e se veicula significado” (LEITÃO, 2007, p. 12). Desta forma, quando se estuda a Moda do ponto de vista antropológico, o foco deve se deslocar da circulação dos objetos – as roupas – para a circulação dos símbolos e representações a eles vinculados e atribuídos (LEITÃO, 2007; 2011).

Entretanto, considerada durante muito tempo um tema fútil, a Moda é alvo relativamente recente de discussões científicas (ABE, 2016; PONTES, 2004; 2006). Atualmente, a postura das Ciências Sociais a respeito da Moda como objeto de estudo é ambivalente: ela pode ser tomada como temática periférica e menos importante - o que não dá espaço para análises mais compreensivas -, ou pode ser tomada com o interesse de compreender a cultura material e as relações entre sujeitos e objetos nas sociedades (LEITÃO, 2007). Pensando assim, se levarmos em consideração que as sociedades já foram analisadas sob os mais diversos pontos de vista - como pensam, como morrem, como matam, como comem, como se relacionam - é possível, então, fazer uma abordagem crítica da Moda e explorar suas relações com a mudança, a sociedade, o consumo e o comportamento, refletindo sobre as dimensões que o sistema da Moda alcança e tratando-a como fenômeno sociocultural (CEREJEIRA, 2012). Defendo que essa percepção só é possível graças ao aparato teórico e metodológico da ciência antropológica, em conjunto com outras ciências sociais e humanas. Com isto em mente, proponho neste trabalho uma reflexão sobre a importância do ensino de Antropologia – compreendido aqui como o ensino de conceitos caros à Antropologia, como relativismo, diversidade, etnocentrismo e cultura (GROISMAN, 2006) – durante a formação dos profissionais nos cursos de graduação em Design de Moda e, mais do que isso, compreender como esse ensino vem sendo praticado.

Neste sentido, a presente pesquisa é o resultado de um refinamento lento e gradual que teve como principais influências minhas pretensões e experiências

acadêmicas e profissionais. Isto porque, por um lado, minha aspiração profissional após a faculdade era – e continua sendo – seguir a carreira acadêmica; por outro, o que me levou ao curso de Design de Moda foi o encanto pelo fenômeno social que a Moda é: como ela influencia as pessoas em suas decisões diárias, como ela atinge a tudo e a todos e como ela reflete as transformações da sociedade. É tanto que, quando ingressei no curso, em uma das aulas introdutórias onde todos se apresentam e falam porque escolheram aquela graduação, contei que decidi estudar Moda por ver uma grande aproximação entre ela e a Arte, como formas de expressão individual. Em ambas as ocasiões, tinha como base apenas o senso comum sobre o que eu achava ser Moda, pois eu não possuía nenhum fundamento teórico minimamente sólido para justificar minha percepção sobre a Moda ou sua relação com a Arte.

Este pensamento é justificável, pois, segundo Bergamo (1998, p. 138), o senso comum compreende a Moda sob duas perspectivas complementares: como “reflexo das transformações da sociedade contemporânea, dos costumes e do comportamento geral” e como manifestação artística. Mesmo assim, minha gafe no primeiro dia de aula foi tamanha que a professora<sup>5</sup> da disciplina prontamente me corrigiu, dizendo que Moda não é Arte: por mais que a Moda seja “um instrumento de distinção individual e estética” (LIPOVESTY, 2009 [1987], p. 177), Arte e Moda são duas coisas diferentes. Apesar das muitas conexões, de ambas constituírem ações coletivas, dos designers frequentemente tomarem inspiração de obras de Arte, de museus tradicionais apresentarem exposições de Moda, de artistas se aventurarem pelo mundo da Moda e vice-versa, estas são coisas totalmente distintas.

Diana Crane (2008) ao refletir sobre Moda e Arte, estabelece algumas diferenças entre elas. Segundo a autora, as relações coletivas do mundo da Moda fazem dela uma economia estética, onde os critérios de comercialização e utilidade são tão relevantes quanto os fatores estéticos deste tipo de produção cultural; nas Belas Artes, ao contrário da Moda, as considerações econômicas tendem a ser mínimas no processo criativo, ou seja, o artista criará suas obras sejam elas

---

<sup>5</sup> Esta mesma professora, coincidentemente, havia sido minha professora de Educação Artística no ensino fundamental, portanto, podemos dizer que havia autoridade na sua fala para me contra argumentar.

vendidas ou não. Ainda para a autora, um segundo indicativo da diferença entre Design de Moda e Arte é que os artigos de vestuário não são percebidos, de forma geral, como arte pelos colecionadores, negociantes e casas de leilão do mundo da Arte:

Em suma, tanto as Belas Artes quanto o Design de Moda são criados em sistemas de relações colaborativas. Os sistemas da Moda diferem das Belas Artes nas ênfases relativas nas considerações econômicas e na utilidade do que é produzido. Os especialistas em Arte dos mundos da Arte que avaliam o valor econômico das obras de Arte atribuem relativamente pouco valor a obras-primas da Moda como indicativo dos preços destes objetos em vendas de leilões (CRANE, 2008, p. 5, tradução minha).

Depois de graduada, continuei meus estudos em uma pós-graduação *lato sensu* em Artes Visuais, seguindo meu plano para a carreira acadêmica no campo da Moda. Na Especialização, ainda procurava estudar a Moda em seus aspectos mais profundos, simbólicos, sociais e culturais, ultrapassando as características de produção e do mercado. Neste caso, não só não encontrei a fonte para estes estudos, como confirmei o argumento da minha professora de faculdade.

Em meio à minha trajetória acadêmica, iniciei algumas experiências profissionais. Num primeiro momento, meu foco se deslocou para o desenvolvimento e a produção de estamperia em camisetas, algo que me levou para o lado empresarial da Moda por um breve período, pois rapidamente me decepcionou por suas características de mercado. Isto porque, na sociedade em que vivemos, a aceleração do consumo se faz presente desde os tempos pós Segunda Guerra Mundial e, com ele, o “novo” molda a relação dos indivíduos com os bens materiais, por sua vez efêmeros e “com tempo de vida e fins programados” (TAKADA; ZACARIAS, 2015, p. 1-2). Nesta sociedade, denominada sociedade do consumo, a obsolescência se tornou uma forma de sustentação do sistema produtivo: “Se para rodar a máquina do capitalismo como mercado precisa vender novos produtos, é necessário que os atuais sejam taxados como velhos, inspirando o desejo de renovação nos consumidores” (TAKADA; ZACARIAS, 2015, p. 5).

Este ritmo de produção, muito característico da indústria da Moda, é tão acelerado que eu mal conseguia me desfazer de todas as peças de uma coleção e já tinha que iniciar a produção da próxima. Neste processo de “obsoletismo artificial”, no qual “as mercadorias são fabricadas já programadas para uma autodestruição, com tempo de vida limitado e definido”, o sistema capitalista opera através de um



processo de destruição criadora, pois constrói e destrói ao mesmo tempo, descartando o antigo, já que necessita constantemente se renovar (TAKADA; ZACARIAS, 2015, p. 6). Todo esse processo repetitivo me pareceu muito estressante e sem sentido, vendo que meus produtos não tinham a vazão que eu necessitava para me sustentar enquanto empresária de Moda. Entretanto, esta experiência foi rica no sentido de me fazer perceber que a Moda, para mim, não se tratava de empreender, de criar, produzir ou vender, mas de colocá-la como um objeto de estudo em seus aspectos socioculturais.

Outra experiência profissional que acredito ter forte influência para a realização desta pesquisa, foi um trabalho realizado juntamente com meu esposo em auxiliar instituições privadas de ensino superior a recepcionar comissões avaliadoras do INEP<sup>6</sup>, vinculadas ao Ministério da Educação (MEC), para atos de autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento de cursos. Nosso trabalho envolvia reuniões com professores e coordenadores na elaboração de material para demonstrar as ações institucionais relacionadas ao curso, obedecendo todo o trâmite processual do MEC. Este trabalho me possibilitou o contato com os procedimentos e critérios de avaliação dos cursos e instituições estabelecidos pelo SINAES<sup>7</sup>, com a legislação específica e outros elementos como o processo de elaboração de um Projeto Pedagógico de Curso<sup>8</sup> (PPC) em observância às Diretrizes Curriculares Nacionais<sup>9</sup> (DCN) para os cursos e os Instrumentos de Avaliação<sup>10</sup> do INEP. Neste caminho, ganhei conhecimento - mesmo que básico - a respeito da legislação da educação superior brasileira, cujos aspectos relevantes para este estudo serão apresentados no segundo capítulo.

---

<sup>6</sup> Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, órgão vinculado ao MEC com o intuito de subsidiar a formulação de políticas educacionais dos diferentes níveis de educação. Fonte: <http://portal.inep.gov.br/web/guest/sobre-o-inep>.

<sup>7</sup> O Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) foi instituído com o objetivo de assegurar o processo nacional de avaliação das instituições de educação superior, dos cursos de graduação e do desempenho acadêmico dos seus estudantes. Fonte: Lei nº 10.862, de 14 de abril de 2004.

<sup>8</sup> O Projeto Pedagógico do Curso é um documento necessário para o pedido de autorização do curso junto ao MEC. Fonte: Decreto nº 9.325 de 2017.

<sup>9</sup> Diretrizes Curriculares Nacionais são documentos elaborados pelo Conselho Nacional de Educação que orientam a formulação dos currículos dos cursos de ensino superior. Fonte: Decreto nº 2.208 de 1997.

<sup>10</sup> Instrumentos de Avaliação de Cursos de Graduação são documentos elaborados pelo INEP para guiar os procedimentos de Autorização, Reconhecimento e Renovação de Reconhecimento dos cursos, utilizados na etapa de avaliação *in loco* e nos relatórios das comissões de avaliadores do INEP. Fonte: DAES. Instrumento de Avaliação de Cursos de Graduação Presencial e a Distância: Autorização. Brasília, 2017.

Com estas experiências profissionais, após a conclusão da minha Especialização e tendo também em mente meu plano de ser professora de ensino superior, tomei a decisão por encerrar minha breve carreira empresarial na Moda e decidi fazer seleção para um Mestrado. As opções de curso que havia na área da Moda eram, em sua maioria, particulares e fora da cidade, algo que eu não podia arcar financeiramente. Além disso, as áreas de concentração dos cursos eram voltadas para o Design e para pesquisas de materiais inovadores - algo que não me interessa, por mais que o tema seja muito relevante para a indústria. Cheguei, então, à Antropologia<sup>11</sup>, onde pude encontrar explicações sobre como a Moda age sobre as pessoas desta forma tão geral e, por vezes, inconsciente, algo que demonstrarei no segundo capítulo da dissertação.

De início, não via sentido em estudar os Nuer, os Ndembu, ou as desventuras do Capitão Cook no Havaí, mesmo assim, me dediquei ao máximo. Na elaboração do projeto de pesquisa, pude ver as ligações entre os campos e finalmente encontrei respaldo para meu pensamento sobre a Moda. Minha maior preocupação naquele momento era justificar o porquê de uma egressa de Design de Moda pretender entrar num Mestrado em Antropologia, por isso, me muni de estudos antropológicos sobre a Moda, através dos quais tive contato com as reflexões antropológicas sobre o corpo, a imitação, as tribos urbanas, o consumo, a construção de identidades, as relações de classe e tudo o mais que poderia enriquecer a atuação profissional daqueles que trabalham com Moda. Na mesma medida, me questioneei: por que eu não havia tido contato com nada disso durante a minha formação superior? Seria porque não foram considerados conteúdos relevantes para a formação do designer de Moda e, por isso, não estavam previstos na grade curricular? Caso estivessem, por que não foram devidamente aproveitados? Estas indagações me levaram à leitura do Projeto Pedagógico do Curso de Design de Moda no qual me graduei e de outros ofertados em Teresina, numa perspectiva comparativa e investigativa. Com o projeto de pesquisa finalizado, participei do processo de seleção, no qual consegui ser aprovada. A partir de então, iniciei os estudos teóricos de Antropologia, tendo contato com as mais diversas teorias e abordagens, dentre as quais encontrei o subcampo que se aproximava da

---

<sup>11</sup> O curso me foi sugerido por uma amiga de longa data que cursou Licenciatura e Mestrado em História e que divide comigo o entusiasmo pela Moda como fenômeno social.

Educação e do ensino de Antropologia, e foi aí que encontrei um nicho para procurar responder a minhas inquietações. Cheguei finalmente ao presente trabalho - depois de muitos refinamentos junto com meu orientador - onde procuro compreender como se dá o ensino de Antropologia no curso de Design de Moda.

Hoje, compreendo a ligação entre as maneiras de se vestir e o espírito do tempo (ABE, 2016), a correspondência das relações entre indivíduos e roupas com as relações entre indivíduos e sociedade (BERGAMO, 2004), bem como a Moda enquanto lógica de consumo regida pela sedução e pelo efêmero (LIPOVETSKY, 2009 [1987]). Entretanto, mesmo após a graduação e a pós-graduação, estes argumentos estavam puramente baseados no senso comum, pois este conhecimento que hoje possuo só foi e continua sendo construído no Mestrado. Com este relato, pretendo salientar que, desde o início dos meus estudos universitários, eu via a Moda como algo mais do que um mercado e assim procurava compreendê-la. Neste sentido, a inquietação original para esta pesquisa surgiu após a conclusão da minha graduação em Design de Moda: como estes aspectos do campo podem ter sido deixados de lado ou, pelo menos, pouquíssimo explorados durante meu processo de formação na faculdade?

### **Definição do *Locus***

Inicialmente, meu desejo era estudar a ausência do ensino da Antropologia no curso da faculdade em que me formei, na expectativa de descobrir o porquê dela e, talvez, influenciar seus gestores a incluí-lo, para os próximos egressos não terem a mesma lacuna que eu tive. Mesmo que isto não tenha sido possível, não inviabilizou o presente trabalho: quando entrei em campo, percebi que não haveria abertura para a pesquisa nas faculdades particulares, por isso, foquei nas instituições públicas, onde encontrei um cenário promissor. Sendo assim, o objetivo do trabalho é compreender como se dá o ensino de Antropologia nos cursos de Design de Moda da UFPI e IFPI de Teresina, no qual me preocupo com a percepção de sua relevância para os agentes envolvidos – professores, gestores e alunos -, “o que” se ensina e “como” se ensina - numa perspectiva similar a de Sartori (2010) - de forma que procuro identificar conceitos antropológicos trabalhados ao longo dos cursos, quais atividades acadêmicas exploram este conteúdo - disciplinas específicas, atividades interdisciplinares, teóricas ou práticas,

conforme as características específicas de cada curso - e, ainda, a metodologia de ensino utilizada pelos professores nestas atividades – aulas expositivas, uso de recursos audiovisuais, atividades práticas, interdisciplinares, etc.

Desta forma, procuro, com este trabalho, contribuir para os estudos sobre o ensino da Antropologia, visto que a preocupação com o ensino da disciplina em outros cursos se faz crescente, pois o campo de atuação em docência para muitos antropólogos formados se dá em cursos de graduação diferentes das Ciências Sociais ou Programas de Pós-Graduação em Antropologia (ALMEIDA; et. al., 2006; FONSECA, 2006b; GONTIJO; MAGGIE, 2006; GROISMAN, 2006; GROSSI, 2006b). Além disso, mesmo não sendo o objetivo central do trabalho, continuo na esperança de, como consequência da pesquisa realizada, as reflexões por mim apresentadas neste trabalho, possam ter eco nos cursos analisados, gerando, assim, possíveis mudanças em suas estruturas curriculares. Compreender como se dá, na prática, o ensino de Antropologia nos cursos de Design de Moda, tendo como referências as exigências legais, os documentos pedagógicos e o que é executado em sala de aula é algo que se faz de grande relevância para o campo acadêmico da Moda e para a Antropologia. Isto porque, é através da exploração de conteúdos antropológicos que se abre o espaço para o entendimento do polo intangível, imaterial e cultural da Moda, algo tão importante e desafiador para aqueles que pensam e fazem Moda e Antropologia.

Se “por muito tempo a antropologia foi definida pelo exotismo do seu objeto de estudo e pela distância, concebida como cultural e geográfica, que separava o pesquisador de seu grupo de pesquisa”, hoje esta situação é bem diferente (PEIRANO, 1999, p. 225). Na verdade, “houve uma mudança gradual em que a alteridade foi se tornando mais próxima [...] até que nos dias atuais [...] uma antropologia que se faz perto de casa, *at home*, é não só aceitável quanto desejável” (PEIRANO, 1999, p. 225). Dos quatro tipos-ideais de alteridade definidos por Peirano (1999) – alteridade radical, contato com a alteridade, alteridade próxima e alteridade mínima – é possível encaixar a presente pesquisa num polo de alteridade mínima, onde nós mesmos somos o *Outro*, por se tratar de um estudo antropológico a respeito do ensino da Antropologia.

O foco inicial, como dito anteriormente, era estudar o curso no qual conquistei meu diploma. Depois de alguns ajustes na pesquisa, seguindo as

orientações devidas, a meta se tornou abranger todos os quatro cursos ofertados na cidade de Teresina, numa perspectiva de estudo comparativo. Entretanto, houve hesitação dos gestores de algumas das instituições de ensino superior em contribuir com a pesquisa, o que ocasionou a necessidade de ajuste no *locus* da pesquisa. As instituições privadas foram contatadas por mim através das respectivas coordenadoras dos cursos de Design de Moda, mas a realização da pesquisa em seus âmbitos acadêmicos foi rapidamente impossibilitada. Na primeira instituição procurada, houve repetidas tentativas de contato e encontro com a coordenadora, seguidas de repetidas esquivas de sua secretária ao telefone – “a professora está viajando”, “ainda não chegou” ou “está em reunião com a direção”. Como não consegui nem mesmo marcar uma reunião, tentei visitá-la pessoalmente algumas vezes sem marcar horário e, por não a encontrar na coordenação, deixei a cada tentativa uma carta de apresentação do meu orientador e um resumo dos objetivos e metodologia da pesquisa, acompanhados do meu contato telefônico. Para minha surpresa, pois sou egressa desta instituição, não houve retorno da coordenadora. Enfim, interpretei seu silêncio como a recusa da autorização para o estudo dentro do curso. Na segunda instituição, me reuni com a coordenadora logo na primeira visita que fiz à faculdade sem hora marcada – apenas verifiquei previamente com a secretária quais os horários que poderia encontrá-la na coordenação. Apresentei a ela os objetivos da pesquisa e ela explicou que, por mais que tenha gostado da ideia, não poderia dar autorização sem antes consultar seus superiores. Deixei com ela a mesma carta de apresentação do orientador e o mesmo resumo dos objetivos e metodologia da pesquisa com meus contatos telefônicos e aguardei seu retorno. Como este também não ocorreu, igualmente presumi que houve recusa da gestão da faculdade em autorizar o estudo.

Devido à hesitação dos gestores destas instituições privadas em contribuir com a pesquisa, o trabalho centrou-se nos cursos de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI) e Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI)<sup>12</sup>, onde a receptividade foi bem diferente. Na primeira instituição, entrei em contato por telefone com a

---

<sup>12</sup> Ao longo da dissertação, para facilitar a leitura do trabalho, por vezes me referirei à Universidade Federal do Piauí usando sua sigla, UFPI, e ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí como Instituto Federal do Piauí, ou usarei a sigla IFPI.

coordenação do curso para verificar o horário de atendimento do coordenador e fui visitá-lo sem marcar horário para apresentar a mim e a pesquisa. Em uma conversa rápida, ele me assegurou de que haveria autorização para realizar o estudo do curso, mas, para isso, pediu apenas que a decisão fosse formalizada na próxima reunião do Colegiado. Com isso, fiquei com seu contato telefônico pessoal e marcamos nossa próxima reunião alguns dias depois, a qual deu início à pesquisa dentro do curso com a assinatura da anuência. No IFPI, também verifiquei o horário de atendimento da coordenadora e fui visitá-la sem marcar horário, apresentei a mim e a pesquisa e ela prontamente deu sua autorização, afirmando ser um dever das instituições públicas para com a pesquisa e a ciência<sup>13</sup>. Já neste primeiro contato, definimos possíveis professores interlocutores, os quais ela se comprometeu em pedir autorização para me passar seus contatos telefônicos pessoais. Fiquei também com seu contato telefônico pessoal para marcar nossa entrevista e dar início à pesquisa no curso. Como resultado desta definição de campo, temos um estudo de dois cursos com perfis similares no aspecto administrativo das instituições - por serem ambas públicas - porém diferentes no nível de graduação - sendo um curso tecnológico e o outro, bacharelado.

## **Metodologia**

Roberto Cardoso De Oliveira (1996) descreveu três etapas para a pesquisa antropológica: o Olhar, o Ouvir e o Escrever. Segundo ele, estas faculdades ou atos cognitivos delas decorrentes são os meios pelos quais construímos nosso saber - o Olhar e o Ouvir disciplinados realizam nossa percepção, enquanto que o Escrever traduz nosso pensamento como produtor do discurso próprio às ciências sociais. Acredito, porém, que esta separação seja meramente epistemológica, uma vez que, segundo Ingold (2011), é costumeiro dividir o processo da pesquisa antropológica em três fases ou operações sucessivas - a da observação, a da descrição e a da comparação - que, na prática, são fortemente entrelaçadas e não se pode dizer onde uma termina e a outra começa. Uma quarta dimensão poderia também ser adicionada ao processo etnográfico

---

<sup>13</sup> Alguns meses depois, quando iniciei a observação das aulas do curso, foi solicitado que eu oficializasse a autorização para a realização da pesquisa, emitindo um ofício de solicitação de autorização para a Direção do Campus do IFPI.

desta pesquisa, que foi o envolvimento com o campo, ou, conforme Favret-Saada (2005 [1990]), o “ser afetado”.

Com isto em mente, a pesquisa partiu de leituras prévias para a preparação do Olhar proposto por Oliveira (1996), mas também porque a descoberta antropológica resulta de um diálogo entre a teoria acumulada da disciplina e a observação etnográfica que traz novos desafios para ser entendida e interpretada (PEIRANO, 1995). Desta forma, a fase inicial da pesquisa se deu através de levantamento bibliográfico que incluiu trabalhos que detalhem as dimensões nas quais Antropologia, Educação e Moda se cruzam, e funcionou como fonte de elementos norteadores para as demais etapas do estudo, auxiliando na identificação da necessidade da exploração de conhecimentos antropológicos aplicáveis ao campo da Moda ao longo da formação dos profissionais teresinenses. Afinal, dados etnográficos são frequentemente alvo de reanálises, quando um outro pesquisador “descobre um resíduo inexplicado nos dados iniciais que permite vislumbrar uma nova configuração interpretativa” ou quando se aproxima dados alheios de novas questões (PEIRANO, 1995, p. 51). Esta etapa preliminar da pesquisa também envolveu a análise documental de Diretrizes Curriculares Nacionais e dos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Design de Moda estudados.

A leitura se iniciou com trabalhos das áreas de Antropologia e Sociologia que tratam da Moda, ainda na época em que me preocupava com o projeto de pesquisa para o processo seletivo do programa de Mestrado. Muitos desses textos não foram incluídos nas referências desta dissertação, devido ao foco da pesquisa ter sido repetidamente refinado ao longo dessa jornada, mas serviram de embasamento inicial e, certamente, de prisma para o Olhar antropológico. À medida em que fui me aprofundando no processo, foquei-me em textos acerca do ensino de Antropologia e, principalmente, naqueles sobre o ensino da disciplina em outros cursos de graduação. Muitas fontes deste grupo de textos – cuja lista, devo dizer, é interminável, pois sempre crescente - tratam sobre o ensino de Antropologia nos programas de pós-graduação, nos cursos de Ciências Sociais e, a grande maioria, nos cursos de Pedagogia, por isso, não havendo quantidade suficiente de fontes que se tratassem do ensino de Antropologia no curso de Moda, foram feitas muitas comparações e analogias com cursos de outras áreas, em outras cidades e em outras regiões do país. Neste sentido, creio ser este trabalho de relevância para

ambos os campos também pela pequena produção especificamente sobre o ensino de Antropologia nos cursos de Moda.

Concomitante ao estudo teórico, se deu o dos documentos institucionais e legais para a educação superior brasileira, devido à minha experiência profissional e também, novamente, os recorrentes refinamentos na pesquisa ainda enquanto projeto. Muitos deles já eram conhecidos, como as Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação em Design<sup>14</sup>, para os Cursos Superiores em Tecnologia<sup>15</sup> e para a Educação das Relações Étnico-Raciais<sup>16</sup>, embora isso não impedisse sua releitura. Já outros, como os Projetos Pedagógicos de Curso (PPC) de Design de Moda da Universidade Federal do Piauí e do Instituto Federal do Piauí foram incluídos na lista de leitura, bem como os Planos de Ensino de algumas disciplinas selecionadas dentro dos cursos estudados. Diferente das fontes bibliográficas anteriores, que funcionaram como norteadores teóricos, estes documentos foram alvo de recortes específicos para a extração sistemática de informações objetivas sobre o ensino de Antropologia nestes cursos – unidades curriculares e atividades acadêmicas - e para direcionar a interação com os entrevistados – elaboração dos tópicos-guia. Ou seja, ao invés de base teórica, eles formaram uma base de dados, em conjunto com as informações cedidas pelos interlocutores.

A leitura das Diretrizes Curriculares Nacionais citadas serviu de guia para a compreensão das exigências para a elaboração dos currículos dos cursos e nelas encontrei requisitos legais para o ensino de Antropologia. Nos PPC, a busca se deu inicialmente através das disciplinas das grades curriculares e suas ementas, que foram usadas para identificar conteúdos curriculares nos quais poderia haver alguma relação com o ensino de Antropologia, tendo como base o que se pede nas Diretrizes Curriculares Nacionais. Este exame de currículos se deu numa perspectiva similar ao levantamento realizado pela ABA em “O Campo da Antropologia no Brasil” (2004): foi considerado o que é conteúdo obrigatório, o que é complementar ou optativo e quais as possibilidades de diálogo com a Antropologia (MARTINS; TRAJANO FILHO, 2004). Com base nas unidades curriculares dos

---

<sup>14</sup> Resolução CNE/CES nº 5, de 8 de março de 2004.

<sup>15</sup> Resolução CNE/CP nº 3, de 18 de dezembro de 2002.

<sup>16</sup> Resolução CNE/CP nº 1, de 17 de junho de 2004.



cursos, os professores que as lecionam ou lecionavam em períodos anteriores foram convidados a participar da pesquisa através da realização de entrevistas semiestruturadas, bem como foi levado em consideração algumas sugestões dos coordenadores dos cursos<sup>17</sup>. Depois de algumas entrevistas, surgiu a necessidade de se analisar os Planos de Ensino das mesmas unidades curriculares, em conjunto com suas ementas, pois aqueles revelaram conteúdos que as últimas não explicitaram por serem mais gerais ou até mesmo estarem, segundo alguns interlocutores, desatualizadas. Com isso, certas disciplinas foram acrescentadas à pesquisa enquanto outras, retiradas da mesma. Muitas delas, entretanto, não puderam entrar no âmbito da pesquisa por não terem tido oferta no curso devido ao seu caráter optativo ou devido à ausência de turma no período do respectivo curso. Desta forma, as disciplinas selecionadas foram: Antropologia e Sociologia, Projeto Integrador I, Laboratório de Pesquisa e Criação e Projeto de Coleção de Moda no IFPI; Psicossociologia da Moda, História da Indumentária e da Moda I e II, Teoria da Moda, Projeto de Coleção I e II, Montagem de Desfile e Curadoria, e Cultura Brasileira na UFPI.

A segunda etapa metodológica para este estudo – a etapa do Ouvir - consistiu na realização de uma pesquisa qualitativa formada por entrevistas semiestruturadas individuais e grupais, orientadas por tópicos-guia de entrevista em profundidade que permitiram liberdade e espontaneidade de participação e de resposta dos entrevistados e participantes, conforme orientado por Bauer e Gaskell (2002). Houve também a constante preocupação de se estabelecer uma relação de diálogo com os interlocutores – daí a escolha pelo termo *interlocutores* no lugar de *informantes*, conforme Oliveira (1996) -, ao invés de simplesmente coletar as informações solicitadas, na perspectiva de surgirem novas possibilidades para o ensino da Antropologia dentro do curso de Design de Moda. A seleção dos interlocutores - observada a devida flexibilidade e imprevisibilidade da pesquisa ao longo do seu andamento, às quais me referi na definição do *locus* da pesquisa – incluiu alunos, professores e coordenadores dos cursos estudados e seguiu os seguintes critérios: (a) envolvimento de todos os segmentos acadêmicos do qual os possíveis interlocutores fazem parte; (b) seleção dos professores por disciplina

---

<sup>17</sup> Foram feitas sugestões dos coordenadores com base no currículo e formação de alguns membros do corpo docente do curso e as sugestões foram acatadas pela possibilidade de dados relevantes.

lecionada, tendo em vista o foco da pesquisa em identificar a aplicação do conhecimento antropológico no processo educativo no âmbito do Design de Moda; (c) envolvimento dos gestores dos cursos devido ao seu papel central na gestão das atividades acadêmicas e, possivelmente, na elaboração do PPC<sup>18</sup>. Os objetivos que se desejou alcançar com estes instrumentos foram identificar a percepção dentre os interlocutores da relação entre os campos Antropologia e Moda, a relevância da mesma na formação e atuação profissional e, por último, identificar formas de exploração de conceitos antropológicos e do ensino de Antropologia em atividades acadêmicas ao longo do curso de Graduação em Design de Moda.

Ainda na etapa do Ouvir, este trabalho incluiu a observação de aulas das unidades curriculares selecionadas através da leitura dos PPC, no intuito de acompanhar a execução dos Planos de Ensino das mesmas, tendo principal atenção para os conteúdos relacionados à Antropologia e as metodologias de ensino escolhidas pelo professor. Com a devida autorização das coordenações dos cursos e dos professores, optei por seguir dois critérios para a organização de um cronograma que me permitisse um acompanhamento do maior número possível de aulas que ainda me permitisse tempo para as entrevistas semiestruturadas e para a produção dos textos de qualificação e defesa da dissertação: a) dado o andamento da pesquisa e os calendários acadêmicos das instituições, foi possível acompanhar as disciplinas ofertadas entre os meses de dezembro de 2018 e julho de 2019, o que compreendeu parte dos períodos 2018.2 e 2019.1 no IFPI e o período 2019.1 na UFPI – por isso, não pude contemplar optativas em nenhum dos cursos, por exemplo; e b) devido a choques de horário entre disciplinas, seja de uma instituição para a outra ou dentro de uma só, tive que eleger algumas como prioritárias em detrimento de outras, frequentando a mais aulas daquelas do que destas – foi o caso de disciplinas teóricas em detrimento de disciplinas de orientação de projetos, por exemplo. Desta forma, como não frequentei regularmente às aulas das unidades curriculares selecionadas para observação, ainda acrescentei um fator de surpresa

---

<sup>18</sup> Nenhum dos coordenadores atuais dos cursos, entretanto, participou das comissões elaboradoras dos PPC. No caso da UFPI, o coordenador atual já é o terceiro coordenador do curso, e o PPC foi elaborado por professores de outros cursos da UFPI. No caso do IFPI, foi formada uma comissão com professoras do curso de nível técnico em Vestuário da mesma instituição, anterior ao curso tecnológico em Design de Moda, mas a atual coordenadora não fez parte do processo.

aos professores que os impedisse de preparar uma aula especial sabendo da minha presença naquele dia específico.

Favret-Saada (2005 [1990]) evidenciou que a tradicional observação participante do processo investigativo antropológico se trata, na verdade, de uma contradição. Para ela,

[...] observar participando, ou participar observando, é quase tão evidente como tomar um sorvete fervente. No campo, meus colegas pareciam combinar dois gêneros de comportamento: um, ativo, de trabalho regular com informantes pagos, os quais eles interrogavam e observavam; o outro, passivo, de observação de eventos ligados à feitiçaria (disputas, consultas a adivinhos...). Ora, o primeiro comportamento não pode de forma alguma ser designado pelo termo 'participação' (o informante, ao contrário, é quem parece 'participar' do trabalho do etnógrafo); e, quanto ao segundo, 'participar' equivale à tentativa de estar lá, sendo essa participação o mínimo necessário para que uma observação seja possível. [...] Portanto, o que contava, para esses antropólogos, não era a participação, mas a observação (FAVRET-SADDA, 2005 [1990], p. 156<sup>19</sup>).

A autora defendeu, então, que uma peça-chave para a realização da pesquisa etnográfica é o envolvimento do pesquisador com o campo, como recurso para aproximação e observação mais aprofundada do mesmo. Este envolvimento, em suas palavras, denomina-se “ser afetado”, e abre espaço para uma comunicação involuntária e desprovida de intencionalidade com os nativos – ou interlocutores (FAVRET-SAADA, 2005 [1990]). Seguindo este raciocínio, na etapa da pesquisa em que acompanhei o andamento das aulas das unidades curriculares selecionadas procurando nelas o ensino de Antropologia, acredito que proporcionei um envolvimento próximo com interlocutores e com o campo, me deixando “ser afetada”. Isto porque, ao invés de apenas realizar entrevistas pontuadas e coletar informações verbais, voluntárias e intencionais, estive quase que diariamente nas instituições assistindo a dezenas de aulas dos dois cursos, o que me proporcionou a coleta de informações não-verbais, não intencionais e involuntárias, tão preciosas, na opinião a autora, para a pesquisa de campo.

Oliveira (1996) citou Geertz para ilustrar a separação do processo investigativo antropológico em duas fases distintas:

---

<sup>19</sup> SIQUEIRA, P. “Ser afetado”, de Jeanne Favret-Saada. In: Cadernos de Campo (São Paulo 1991), São Paulo, vol. 13, n. 13, p. 155-161, 30 mar. 2005. Francês. Tradução de: FAVRET-SAADA. “Être affecté”. In: Gradhiva: Revue d'Histoire et d'Archives de l'Anthropologie, 8, pp. 3-9, 1990. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/50263>. Acesso em: 13 de setembro de 2019.

[...] a primeira, que ele procura qualificar como a do antropólogo 'estando lá' (*being there*), isto é, vivendo a situação de estar no campo; e a segunda, que se seguiria àquela, corresponderia à experiência de viver, melhor dizendo, trabalhar 'estando aqui' (*being here*), a saber, bem instalado em seu gabinete urbano, gozando o convívio com seus colegas e usufruindo tudo o que as instituições universitárias e de pesquisa podem oferecer. Nesses termos, o Olhar e o Ouvir seriam parte da primeira etapa, enquanto o Escrever seria parte integrante da segunda (OLIVEIRA, 1996, p. 22).

É importante lembrar, entretanto, que as faculdades do Olhar e do Ouvir não ocorrem de forma isolada e se entrelaçam constantemente. No meu caso, elas se misturaram mais ainda, pois o *being there* e o *being here* não se separaram geograficamente e acabaram ocorrendo simultaneamente. Quanto à terceira faculdade, o Escrever, a produção textual é, para o autor, a configuração final do produto do trabalho de investigação. Executada no gabinete com base nas observações e anotações de campo, é também a etapa na qual o conhecimento se torna mais crítico, pois o ato de escrever é simultâneo ao de pensar (OLIVEIRA, 1996). Devemos também salientar que ela é equivalente à produção do conhecimento, por isso, os dados etnográficos coletados só se consolidaram e fizeram sentido no corpo da pesquisa neste momento. A produção textual também é, para o mesmo autor, passível de modificações, atualizações, escritas e reescritas, num processo onde consigo mais informações etnográficas ou encontro novas fontes teóricas interessantes e enriquecedoras, dando sempre algo mais ao trabalho. Se faz presente, ainda, a tentativa constante de não me esconder na dissertação – o que não se faz apenas usando a primeira pessoa do singular (OLIVEIRA, 1996) – e, mais importante, de dar o devido espaço e reconhecimento aos interlocutores.

...

A dissertação está estruturada com esta introdução, quatro capítulos e uma conclusão. O primeiro capítulo trata das questões teóricas do campo do ensino de Antropologia no Brasil que nortearam a pesquisa de campo. Nele, faço um levantamento das preocupações com o ensino de Antropologia por parte dos próprios antropólogos, tendo como embasamento principal duas obras organizadas pela Associação Brasileira de Antropologia (ABA), "O Campo de Antropologia no

Brasil”, de 2004, e “Ensino de Antropologia”, de 2006<sup>20</sup>. A partir delas, procuro manter o foco no ensino da Antropologia em cursos diferentes das graduações em Ciências Sociais e dos Programas de Pós-Graduação em Antropologia, destacando porque o assunto é relevante, desde quando, o que se tem discutido nos encontros realizados pela ABA e o que poderei encontrar no campo.

O segundo capítulo consiste na contextualização do surgimento dos cursos de nível superior em Moda no Brasil e no Piauí e na descrição do cenário encontrado atualmente. Seu primeiro tópico é uma apresentação das ideias que serviram de apoio para compreender as relações entre Moda e Antropologia, na qual realizo uma contextualização teórica da Moda do ponto de vista da Antropologia amparada também na Sociologia e na Filosofia, no intuito de apresentar reflexões que embasam uma visão mais ampla e complexa do campo da Moda para o seu ensino nas graduações. Depois disso, apresento os contextos nacional, piauiense e teresinense da formação em nível superior no campo: quais os cursos ofertados, quais as instituições e quando os cursos iniciaram suas atividades. Estas informações são complementadas por aspectos da legislação para a educação superior brasileira, onde procuro detalhar alguns requisitos legais para podermos compreender um pouco de como uma estrutura curricular é construída e do papel do ensino de Antropologia para atender a tais exigências.

No terceiro e quarto capítulos, discorro sobre a etnografia realizada nos dois cursos estudados. Para isso, parto dos dados coletados nos Projetos Pedagógicos de Curso, nas conversas com os interlocutores da pesquisa e nas observações das aulas selecionadas, apresentando as formas como o ensino de Antropologia é trabalhado, quais conceitos antropológicos, em quais atividades acadêmicas, quem são os sujeitos envolvidos, quais as práticas didáticas utilizadas e quais os objetivos e os desafios expostos. Neles, me dedico às características gerais de cada curso, suas especificidades, as unidades curriculares, a carga horária, o corpo docente, os objetivos do curso e o perfil do egresso. Procuro também demonstrar quais as disciplinas teóricas com conteúdos antropológicos, quem são os professores que as lecionam, como eles o fazem, quem são os

---

<sup>20</sup> Uma publicação mais recente sobre o mesmo tema foi lançada em 2018, mas, como eu já havia dado início à pesquisa de campo, não considerei viável substituir as informações de 2006 pelas de 2018, dado o limite de tempo para conclusão do trabalho.

professores que guiam as atividades nas disciplinas práticas e como se dá a articulação entre teoria e prática.

Por fim, nas Considerações Finais, apresento minhas interpretações, embasadas por ideias de outros pesquisadores do tema anteriormente apresentadas na primeira parte. Procuo fazer um balanço dos relatos dos interlocutores a respeito dos objetivos e da relevância da Antropologia para os estudantes de Moda, com a proposta de contribuir para a divisão de experiências que enriquece a atuação na docência dos antropólogos nas mais variadas instituições de ensino e nos mais variados cursos de graduação, seguindo a perspectiva apontada por Fonseca (2004) de garantir o avanço da ciência antropológica ao mesmo tempo em que facilita a inserção do antropólogo em futuros – e presentes – mercados de trabalho.

## 1. O Ensino de Antropologia em Outros Cursos

O ensino de Antropologia no Brasil vem sendo tema de debates e reflexões da própria antropologia nos últimos anos. Sanabria (2005), ao realizar uma investigação sobre o ensino de Antropologia no Brasil, com foco em programas de pós-graduação em Antropologia Social, partiu do seguinte questionamento: quais os motivos que originaram o interesse dos antropólogos no ensino da sua disciplina? O autor apontou três possíveis respostas. Primeiro, o interesse no ensino da Antropologia corresponderia a um desdobramento do momento histórico da própria disciplina, assim como o trabalho de campo teve crucial importância na primeira metade do século passado. Um segundo motivo poderia ser a capacidade de autorreflexão que é frequentemente atribuída à Antropologia. Por último, tendo como base as reflexões de Peirano (1998, 1999, 2004) - também apresentadas na introdução deste trabalho -, o interesse dos antropólogos no ensino da Antropologia seria o resultado de um progressivo “deslizamento”, ocorrido nos últimos cinquenta anos, entre a busca por uma “alteridade radical” para a busca de uma “alteridade próxima” ou “mínima”, levando a Antropologia feita nacionalmente de um polo onde a noção de diferença era ou pretendia ser radical para outro onde nós mesmos podemos ser considerados “o outro”, e fazendo da própria Antropologia um possível objeto de estudo para os antropólogos (SANABRIA, 2005).

Entretanto, é possível observar, conforme aponta Peirano (2006b, p. 79), que “No processo de consolidação das disciplinas acadêmicas, as reflexões sobre as práticas antecederam aquelas relativas à transmissão de conhecimentos e ao ensino propriamente dito”. Isto explicaria porque, no desenvolvimento da Antropologia, “[...] quase meio século separa o início das reflexões sobre pesquisa de campo daquelas a respeito do ensino” (PEIRANO, 2006b, p. 79). Ainda assim, de acordo com Grossi (2006a), a temática do ensino de Antropologia tem sido uma regular de mesas-redondas, simpósios temáticos e grupos de trabalho da ABA (Associação Brasileira de Antropologia) por mais de sessenta anos, estando presente desde as primeiras reuniões brasileiras de Antropologia. Na primeira delas, ocorrida em 1953, no Museu Nacional, Rio de Janeiro, “Problemas de ensino da

Antropologia” era um dos temas do evento<sup>21</sup>, demonstrando que o ensino de Antropologia já se fazia uma preocupação presente (LIMA; RIBEIRO, 2004). Desde então, a temática do ensino de antropologia vem sendo uma constante nestas reuniões, como ficou demonstrado na 31ª e última edição realizada até então, em 2018 em Brasília (DF), onde o tema foi contemplado em um fórum, três grupos de trabalho, uma mesa-redonda, e um simpósio especial<sup>22</sup>. A realização de debates como estes, a produção e publicação de trabalhos sobre o tema “indicam o longo interesse que os antropólogos têm tanto em (re)pensar sua formação acadêmica quanto em conhecer as características do seu mercado de trabalho” (LIMA; RIBEIRO, 2004, p. 7-8).

No decorrer da década de 1950, a preocupação com o Ensino de Antropologia se concentrava nos cursos de graduação em Geografia e em História, cursos nos quais a Antropologia era ensinada até a reforma universitária instaurada pelo governo militar no início da década de 1970 (GROSSI, 2006a). Posteriormente, com a criação do curso de Ciências Sociais, a Antropologia passou a ser ofertada como uma das três áreas do conhecimento que compõem o tripé de formação desta carreira profissional, ao lado da Sociologia e da Ciência Política (GROSSI, 2006a). Neste mesmo período, a partir da 9ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada no ano de 1974 em Florianópolis, a preocupação com o ensino de Antropologia passou a ser objeto de reflexão mais sistemática da ABA (GROSSI; et. al, 2006).

Outro fator de mudança no contexto educacional da disciplina foi a emergência e o desenvolvimento da formação em pós-graduação em nível de mestrado, a partir da década de 1970, e em nível de doutorado, a partir da década de 1980, fazendo com que as preocupações sobre o ensino de Antropologia se ampliassem para este nível de ensino em suas inter-relações com a formação na graduação de Ciências Sociais (GROSSI, 2006a), bem como incluíssem análises das formas tradicionais e propostas de formas alternativas de ensino de Antropologia no país (BARBOSA, 2008). Neste sentido, a década de 1990 marcou o início de reuniões regulares da ABA para “[...] troca de experiências didáticas e de

---

<sup>21</sup> Os demais temas foram “centros de interesse para as comunicações” e “possibilidades de pesquisa e de exercício da atividade técnico-profissional (instituições oficiais e particulares)” (LIMA; RIBEIRO, 2004).

<sup>22</sup> Fonte: página oficial da 31ª Reunião Brasileira de Antropologia (<https://www.31rba.abant.org.br/#>). Acesso em 11 de março de 2019.



reflexões de fundo sobre a formação em Antropologia no Brasil” (GROSSI; et. al, 2006, p. 200).

A presença marcante do tema em reuniões acadêmicas da área, em especial as realizadas no sul do Brasil com organização da então ABA-Sul<sup>23</sup>, e o grande interesse dos professores da área em refletir sobre as dificuldades e desafios deste ensino, fizeram com que o mesmo fosse eleito uma das prioridades de reflexão na gestão de 1994 a 1996 da ABA, sob a presidência de João Pacheco de Oliveira e Mariza Peirano (GROSSI, 2006a; LIMA, RIBEIRO, 2004). Neste período, foram realizados dois grandes eventos: o primeiro, a mesa-redonda intitulada “O Ensino das Ciências Sociais em Questão: o Caso da Antropologia”, no XVIII Encontro Anual da ANPOCS, em Caxambu, 1994; e o segundo, o seminário “Ensino da Antropologia”, realizado no Fórum de Ciência e Cultura da UFRJ, no Rio de Janeiro, 1995 (PEIRANO, 2006a). As principais preocupações dos eventos giraram em torno da especificidade da Antropologia e qualidade das dissertações de mestrado face à pressão das agências financiadoras para a diminuição do tempo de titulação; do papel do ensino da teoria e da metodologia na formação dos alunos de pós-graduação; e da necessidade ou não de criação de um curso específico de graduação em Antropologia (GROSSI; et. al, 2006).

Em duas gestões seguintes da ABA, o tema também ganhou destaque: na gestão de 2000 a 2002, houve um seminário sobre o ensino na pós-graduação, organizado por Guita Debert, vice-presidente de Rubem Oliven e, na gestão de 2002 a 2004, cujo presidente foi Gustavo Lins Ribeiro, o tema foi objeto de dois seminários realizados em dezembro de 2002 (GROSSI, 2006a). Neste ano, as questões colocadas em um destes encontros, “Ensino de Antropologia: Diagnóstico, Mudanças e Novas Inserções no Mercado de Trabalho”, foram a diminuição do tempo de titulação no mestrado e, como consequência, a preocupação a respeito de que tipo de Antropologia deve ser dado nos cursos de graduação: se deveria ser criado um curso de graduação em Antropologia ou modificado o tipo de formação nos cursos de Ciências Sociais (GROSSI; et. al, 2006).

---

<sup>23</sup> Desde 1995, as reuniões organizadas pela ABA-SUL são denominadas RAM – Reunião de Antropologia do Mercosul. Fonte: <http://ram2019.com.br/sobre/>.

Também no período de 2002 a 2004, a ABA sentiu a necessidade de conhecer a realidade da pós-graduação em Antropologia, seus mecanismos formativos internos e suas relações com o mercado de trabalho da época, e por isso foi realizada a empreitada que resultou na organização da publicação “O Campo da Antropologia” (2004)<sup>24</sup>, uma verdadeira “radiografia acadêmica e profissional da prática da Antropologia brasileira” (LIMA; RIBEIRO, 2004, p. 8). O projeto partiu de dois focos básicos: a) a análise das condições de formação dos antropólogos e da pesquisa desenvolvida nos programas de pós-graduação em Antropologia no Brasil no período de 1996 a 2001; e b) o estudo das inserções profissionais dos egressos da pós-graduação no período de 1992 a 2001. Foram estudados 10 programas de pós-graduação em Antropologia a nível de mestrado e 6 a nível de doutorado que funcionavam plenamente à época, contando com 121 professores (MARTINS; TRAJANO FILHO, 2004).

Já no início da gestão de 2004 a 2006, com o objetivo de congregar professores das diversas regiões do Brasil na elaboração de um diagnóstico e na reflexão sobre o ensino da Antropologia na contemporaneidade e, ainda, como decorrência do interesse permanente da ABA pelo tema, foi criada a Comissão de Ensino de Antropologia<sup>25</sup>, liderada por Yvonne Maggie (GROSSI, 2006a). Duas questões se apresentaram como centrais para a Comissão naquele período: o ensino da antropologia em instituições privadas de ensino superior e a formação do antropólogo no Brasil e na América Latina (GONTIJO; MAGGIE, 2006). Como ação da Comissão, foi organizada a “Jornada de Porto Alegre”, cujas discussões giraram em torno das dificuldades e possibilidades para a prática docente frente ao quadro de expansão da Antropologia em cursos de graduação e pós-graduação, especialmente aqueles de áreas profissionais diferentes das Ciências Sociais (ALMEIDA; et. al, 2006, GONTIJO; MAGGIE, 2006). No ano de 2006, foi publicado “Ensino de Antropologia no Brasil”, com trabalhos decorrentes de encontros e debates da ABA sobre o tema desde 1994 (GROSSI, 2006a).

Como demonstrado, a preocupação com o ensino de Antropologia pode dividir-se em alguns subtemas, sendo um deles o ensino de Antropologia em outros

---

<sup>24</sup> Uma nova publicação da ABA com o mesmo título e propósito foi lançada em 2018, mas só tive acesso a ele na fase final da minha pesquisa, portanto optei por não o incluir.

<sup>25</sup> Atualmente denominada Comissão de Educação, Ciência e Tecnologia.

cursos. Tal debate se originou de uma reconfiguração do mercado de trabalho para egressos de pós-graduação em Antropologia, cuja maioria, diferentemente da geração de seus professores, estaria “destinada a ensinar antropologia para não antropólogos” (FONSECA, 2006b, p. 210). Neste sentido, é possível considerar o surgimento de um perfil de professor que não atua somente nos programas de pós-graduação em Antropologia (GROSSI, 2006b) decorrente do processo de “democratização” do ensino superior ocorrido no final do século XX (FONSECA, 2006b). No período de aproximadamente uma década – entre os anos 1992 e 2002, sobre o qual a ABA concentrou seus esforços de análise –, o número de alunos nos cursos de graduação dobrou, chegando a 3,5 milhões no começo dos anos 2000. Destaca-se também o crescimento das instituições privadas que, no mesmo período, passou a abarcar 70% dos alunos matriculados no ensino superior (FONSECA, 2004; 2006b). Desde então, dados mais recentes mostram que o número total de matrículas no ensino superior supera os 8 milhões - dos quais 75% dos alunos estão em instituições privadas e 25% em instituições públicas – e o quantitativo de instituições privadas sobre as públicas do país é de 87% para apenas 13% do total<sup>26</sup>. Os dados foram sintetizados na tabela a seguir:

Tabela 1 - Comparativo de quantidades e percentuais de instituições de ensino superior e matrículas na graduação nas décadas de 1990, 2000 e 2010.

<b>Período</b>	<b>IES</b>	<b>Matrículas na graduação</b>
<b>2017</b>	2.448	8.286.663
	88% privadas	25% rede privada
	12% públicas	75% rede pública
<b>2002</b>	1.637	3.479.913
	88% privadas	70% rede privada
	12% públicas	30% rede pública
<b>1995</b>	849	1.759.703
	76% privadas	60% rede privada
	24% públicas	40% rede pública

Fontes: Sinopses Estatísticas da Educação Superior 1995<sup>27</sup>, 2002 e 2017<sup>28</sup>.

Com esta predominância quantitativa das instituições privadas de ensino superior, os docentes de Antropologia que nelas atuam tendem a se distanciar da

<sup>26</sup> Fonte: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Sinopse Estatística da Educação Superior 2016. Brasília: INEP, 2017.

<sup>27</sup> Os dados mais antigos da educação superior brasileira disponíveis no INEP são dos do Censo de 1995, por isso optei por eles para compor a tabela.

<sup>28</sup> Os dados mais recentes da educação superior brasileira são os dados do Censo de 2017, divulgados em 2018.

pesquisa e se concentrar na docência (LIMA; RIBEIRO, 2004). A Antropologia foi se tornando, segundo Grossi (2006a),

[...] uma das disciplinas de Ciências Humanas das mais demandadas por outros cursos em busca da sensibilização de seus alunos a questões sociais e deste Homem universal e moderno que é objeto de estudo das Ciências Humanas. Disciplinas de Introdução à Antropologia passaram a ser oferecidas como disciplinas introdutórias para carreiras nas áreas da Saúde (Medicina, Odontologia, Enfermagem, Nutrição, Fisioterapia), das Ciências Sociais Aplicadas (Serviço Social, Direito, Administração, Contabilidade, Economia, Comunicação, Design, Publicidade), das Humanidades (História, Psicologia, Pedagogia), entre muitas outras (GROSSI, 2006a, p. 8).

Houve, portanto, uma crescente demanda pela introdução da Antropologia nos currículos de cursos do ensino superior das mais variadas áreas do conhecimento, muitas vezes, por recomendação do Ministério da Educação, acompanhada de inúmeros questionamentos (ALMEIDA; et. al, 2006). Se por um lado, a presença da Antropologia em tantos cursos diferentes aponta para o seu diálogo interdisciplinar com as mais diversas áreas – humanas, saúde, ciências sociais aplicadas, ciências da terra, engenharias, etc. –, por outro, o ensino de Antropologia em outros cursos de graduação é também um grande dilema da prática profissional enfrentado por estes antropólogos, pois eles precisam conciliar a demanda das instituições por disciplinas de Antropologia com o seu desejo de atuar junto a colegas de campo em cursos de Ciências Sociais ou pós-graduação (GROSSI, 2004). Com isso, jovens formados e titulados antropólogos, com vocação tanto para o ensino quanto para a pesquisa, passaram a lecionar em universidades interioranas ou faculdades particulares, onde não encontram colegas antropólogos ou departamento de Ciências Sociais, e ter “como tarefa principal demonstrar a relevância do pensamento antropológico para não-antropólogos, realizando atividades de extensão e completando a educação dos alunos dos cursos técnicos” (FONSECA, 2006b, p. 217).

Além de ter aberto novas áreas de atuação, conforme Groisman (2006), esta nova conjuntura profissional tem estimulado antropólogos a refletir sobre seu papel, sua atitude, expectativas quanto ao seu trabalho e sobre as formas de atuação mais adequadas em cada contexto. Um exemplo disso foi o fórum “Ensino de Antropologia em outros cursos” realizado dentro do encontro “Ensino de Antropologia: Diagnóstico, Mudanças e Novas Inserções no Mercado de Trabalho”, em 2002, no qual os participantes – professores dos mais diversos cursos de

graduação – debateram sobre a formação dos antropólogos e sua relação com a atuação em outros cursos, ou seja, aqueles nos quais mestres e doutores em Antropologia não esperam atuar como docentes (GROISMAN, 2006). O fórum incluiu debates acerca de:

(1) levantamento dos cursos que têm disciplinas de Antropologia; (2) metodologia; (3) conteúdo: introdução à Antropologia Geral ou disciplinas dirigidas?; (4) Professores do quadro do departamento de Antropologia ou dos departamentos voltados para outros cursos?; e (5) partilha das experiências vividas (GROISMAN, 2006, p. 334)

De acordo com Groisman (2006), ao refletirem sobre os currículos e conteúdos que deveriam ser abordados nas disciplinas de introdução à Antropologia, os expositores apontaram como conceitos básicos e relevantes para fazer parte das unidades curriculares para outros cursos o relativismo, a diversidade, o etnocentrismo e a cultura – esta última com ênfase na discussão da ideologia da alienação e na separação entre ideologia e cultura. Ainda conforme o autor, destacou-se também que, para ser devidamente compreendido pelos alunos, tal conteúdo deveria ser aplicado e contextualizado e que tanto a carga horária quanto a quantidade de disciplinas deste tipo deveriam ser ampliadas. Além disso, “Uma questão destacada por mais de um expositor foi o problema de atrair a atenção de alunos que tomam a Antropologia como disciplina secundária para sua formação” (GROISMAN, 2006, p. 337). Desta forma, do ponto de vista da didática e das práticas de ensino, o mesmo autor relatou que foi apontada a utilidade de se explorar atividades lúdicas nas aulas de Antropologia, bem como a importância de se programar experiências de trabalho de campo para estes alunos.

### **1.1. Objetivos e Metodologia do Ensino de Antropologia em Outros Cursos**

O exposto acima, demonstra que a presença da Antropologia nos currículos de outros cursos é positiva e desejável, pois “o diálogo entre ela e as outras áreas do conhecimento é um elemento construtivo da própria gênese da disciplina. Mas ela também coloca problemas” (ALMEIDA; et. al, 2006, p. 417), os quais podem ter relação com os **objetivos** e a **metodologia do ensino** da Antropologia em outros cursos de graduação.

Tomando como base o exposto acima, uma primeira indagação que poderia ser colocada a respeito do ensino de Antropologia em outro curso de graduação é sobre seus **objetivos**. O aprendizado da Antropologia deve servir para instrumentalizar-nos – tanto antropólogos quanto não antropólogos – para sermos mediadores de transformações sociais (LEAL, 2010). Assim, o professor deve ser capaz de ensinar os alunos de outros cursos a pensarem o que está sendo ensinado, tendo a pesquisa como base para este ensino como forma de mostrar aos estudantes que eles devem buscar e investigar e conscientizando-os de que eles são capazes de aprender, de pensar por si mesmos e de construir seu conhecimento (BARBOSA, 2008). É preciso ter o cuidado com o ensino de Antropologia em graduações variadas, pois este não se resume à transmissão de um “acervo de informações sobre o exótico”, mas consiste em “aflorar no estudante uma descoberta de que, através do exótico, existe uma outra alternativa, uma outra possibilidade além da que nos é dada”, caso contrário, a Antropologia não seria nada mais do que um repositório de informações, um “dicionário de estranhar peculiares” (PEIRANO, 2006b, p. 81). O objetivo final de apresentar a esses alunos mitos e ritos de povos estranhos a eles é fazer com que eles aprendam um *ethos* específico e, segundo a autora:

[...] de forma lenta, como se fosse o resultado de um processo de iniciação, o estudante passa a reconhecer a racionalidade do outro, o respeito à alteridade, o relativismo das sociedades e das ideologias, a ausência da distinção fundamental entre primitivos e modernos, a horizontalidade das práticas humanas, a afinidade entre as ciências e a magia, entre a magia e a religião, entre a religião e a ciência (PEIRANO, 2006b, p. 81).

Um segundo questionamento identificado na compilação de leituras sobre o ensino da Antropologia é sobre as **dificuldades metodológicas** inerentes à Antropologia enquanto disciplina em outros cursos: dificuldades acerca da definição do conteúdo programático mais relevante para ser ensinado aos alunos que não são das Ciências Sociais; da caracterização da disciplina como eminentemente teórica ou teórico-prática, com inclusão ou não da prática do trabalho de campo; e da escolha da metodologia de ensino mais adequada para prender a atenção dos alunos. Ilustrarei a seguir esses pontos com experiências de ensino da professora Neusa Gusmão no curso de Pedagogia da UNICAMP, entre os anos de 1995 e 2005, pois acredito que um paralelo possa ser estabelecido entre esta experiência e

qualquer outro curso de outras áreas, incluindo o Design de Moda, foco do presente trabalho.

Para Gusmão (2006, p. 321), a questão central seria “as relações entre Antropologia e Educação, a partir da própria Antropologia e da produção antropológica”. Isto porque, em sua opinião, era preciso compreender que se tratava de um corpo discente de fora das Ciências Sociais, e isto, tornaria necessário um inventário teórico da relação da Antropologia com a Educação para que se viabilizasse e aprofundasse os debates seguintes, facilitando a compreensão dos fatos, dos conceitos e das metodologias. O núcleo básico da disciplina, nesta perspectiva, foi o de “introduzir o aluno na história da Antropologia e nas relações desse campo de saber com a Pedagogia e com os aspectos críticos aí envolvidos” (GUSMÃO, 2006, p. 325). O ponto alto que se poderia alcançar seria fazer o aluno “aprender a superar as próprias concepções e a relativizar as ‘verdades’ postas por meio de uma visão estreita dos fatos sociais”, algo que está na natureza do pensar e do fazer antropológicos (GUSMÃO, 2006, p. 323).

Um problema apontado pela autora foi que, muitas vezes, o ensino de Antropologia se encontra restrito ao tempo de um semestre, como foi o caso de sua experiência. Segundo ela,

A sensação é a de que, ao alcançar um patamar a partir do qual se pode aprofundar o diálogo, ele já chegou ao seu final, para recomeçar noutra semestre da mesma estaca zero, principalmente na graduação, quando as dificuldades de compreensão teórica e conceitual são maiores. Um único semestre revela-se muito limitado para enfrentar questões tão cadentes quando se trata de interdisciplinaridade e, quando se fala uma “língua estranha”, e até então distante de um alunado acostumado a outros discursos e a outros referenciais (GUSMÃO, 2006, p. 324-325).

Corroborando suas ideias, Müller (2006, p. 380-381) afirma que, nos cursos em que a Antropologia participa como uma disciplina periférica e fornecedora de conteúdos complementares, os professores, em geral, “[...] estarão oferecendo aos alunos o primeiro, e provavelmente o único, contato que os estudantes terão com a disciplina antropológica”. A respeito disso, a esperança de Gusmão (2006) é que a continuidade se desse com o próprio aluno estabelecendo as pontes entre Pedagogia e Antropologia no decorrer do curso, sendo a sua disciplina uma abertura para outras formas de olhar e novas possibilidades.

Ainda a respeito da metodologia do ensino da Antropologia em outros cursos, parte da dificuldade de adequação metodológica se deve ao fato de a construção característica da Antropologia enquanto ciência vir da etnografia, do método prático, e este é inviável de ser ensinado exclusivamente em sala de aula, pois sua plena apreensão se dá na prática, na experimentação vivenciada, no trabalho de campo (BARBOSA, 2008). Para a mesma autora, uma alternativa é que o professor esteja disposto a criar situações de aprendizado e aplique metodologias criativas, sem se deixar limitar apenas às aulas expositivas, cujos recursos se resumem a quadro, pincel e a sua própria voz. Mas, se voltarmos à questão dos objetivos, percebemos que ensinar Antropologia em outros cursos constitui-se não de métodos e técnicas, mas de “tentar fazer pensar e viver como ‘o outro’” (BARBOSA, 2008, p. 341).

Faz-se necessária, então, uma “conversão” à visão de mundo antropológica: é preciso “seduzir” estes alunos nos cursos introdutórios à Antropologia, usando textos diversificados e baseados na sua realidade profissional (FONSECA, 2006a; 2006b). Ao incorporar textos e questionamentos específicos ao domínio do conhecimento em questão - seja Pedagogia, Design de Moda ou qualquer outro -, enriquece-se a relação ensino-aprendizagem, oferecendo aos alunos, por um lado, “a descoberta das possibilidades da crítica sobre as construções humanas” e aos professores antropólogos, por outro, a oportunidade de fazer sua própria leitura do campo em que está atuando (ALMEIDA; et. al., 2006, p. 418). Quando esta sedução ou conversão de alunos não antropólogos é bem-sucedida, é possível mesmo que um desses profissionais não volte a se integrar na sua carreira original,

[...] pois tornam-se auto reflexivos a tal ponto que não conseguem mais conviver com técnicos e planejadores. Tendo assumido a nova identidade de antropólogo, sentem-se estrangeiros entre esses ‘leigos’, e muitas vezes abandonam a carreira original – para fazer o que? Para ser professor de antropologia (FONSECA, 2006b, p. 224).

É preciso considerar abordagens diferenciadas para estes alunos diferenciados. Para uma possível adequação dos conteúdos programáticos de uma disciplina introdutória à Antropologia ao perfil dos alunos de cada curso, ganha importância o estabelecimento de um diálogo permanente entre os professores de Antropologia e os demais professores do curso, bem como seus coordenadores e profissionais da área de ensino a ser atendida (ALMEIDA; et. al, 2006). O diálogo



também entre professores de Antropologia é fundamental, no sentido de evitar o isolamento acadêmico daqueles que atuam fora das Ciências Sociais. Para que estes docentes não percam o norte de sua formação profissional, se faz necessário manter a realização de fóruns sobre a temática do ensino de Antropologia, possibilitando a consolidação de redes e a troca de experiências em sala de aula e colocando em pauta um tema que, na hierarquia de prestígio do campo antropológico, tem sido uma dimensão desvalorizada da carreira acadêmica universitária, a atividade de docência (ALMEIDA, et. al., 2006; FONSECA, 2004).

Frente ao exposto, vimos que a formação dos antropólogos e o ensino da Antropologia têm sido objetos de debates promovidos pela ABA ao longo de toda a sua história. Vimos também que a presença da Antropologia nos mais variados cursos de graduação levanta, para os antropólogos, questões de objetivos e de metodologias de ensino, incluindo aqui a escolha do conteúdo mais adequado para os diferentes públicos. Mesmo assim, Debert (2004) defende que o ensino da Antropologia é um tema pouco explorado e que merece trabalhos mais dirigidos aos antropólogos que estão dando aulas de Antropologia em graduações de Ciências Sociais ou outros cursos. Pensando nisso, proponho investigar os objetivos, conteúdos e metodologias que envolvem o ensino de Antropologia em dois dos cursos de Design de Moda na cidade de Teresina. Antes, porém, faço um pequeno levantamento de como alguns autores - antropólogos, sociólogos e outros cientistas sociais - vem percebendo a Moda para, em seguida, verificar se a compreensão proposta pelos autores vem sendo a mesma defendida nos cursos estudados e se, nestes cursos, tal percepção é abordada.

## **2. Graduação em Design de Moda no Brasil, Piauí e Teresina**

### **2.1. Moda: um sistema social e cultural**

Para compreender as possibilidades de realização do ensino de Antropologia em cursos de graduação em Design de Moda, é necessário primeiro um ensaio de uma compreensão antropológica a respeito da Moda, entendida aqui nos termos de Cerejeira (2012) como um fenômeno sociocultural. Para Lipovetsky (2009 [1987]), ela só pôde se constituir como tal pelas condições históricas próprias à Europa ocidental que acompanharam seu desenvolvimento: o término dos saques bárbaros, pouca ou nenhuma intervenção externa no território e cultura europeia, crescimento econômico, desenvolvimento do comércio e dos centros urbanos, aumento do número de cortes e aristocracias, fim do período medieval, intensificação das trocas internacionais, maior dinamismo do artesanato, divisão do trabalho, entre outros. Merecem maior destaque neste processo, ainda segundo o autor, a ascensão econômica da burguesia e o crescimento do Estado moderno que, juntos, puderam legitimar os desejos de promoção social das classes trabalhadoras através do princípio constante e regular do gosto pelas novidades. Desta forma, podemos compreender a Moda como “uma realidade sócio-histórica característica do Ocidente e da própria modernidade” (LIPOVETSKY, 2009 [1987], p. 11).

Ainda para Lipovetsky (2009 [1987]), atualmente, vivemos na era da Moda consumada, na qual ela deixa de ser um setor específico do mercado produtivo para abraçar instâncias cada vez mais vastas da vida coletiva e constituir uma forma geral em ação na sociedade. Segundo ele, esta é uma característica da sociedade de consumo, uma sociedade centrada na expansão das necessidades e que reordena a produção e o consumo sob a lei da obsolescência, da sedução e da diversificação, fazendo toda a economia passar pela órbita da “forma Moda”. Assim, a Moda se torna a espinha dorsal da sociedade de consumo, pois, em concordância com a individualização crescente dos gostos, todos os setores do mercado são tomados pelo processo da variedade e das diferenciações secundárias: a economia se torna frívola e voltada para o efêmero da última Moda. Como afirmou Canevacci em entrevista (D’ALMEIDA, 2010), os limites da Moda são invisíveis.

A Moda pode ser entendida, então, como um sistema amplo e institucionalizado de produção de tendências, composto por diferentes esferas e que orienta a produção e o consumo de uma infinidade de categorias de ideias e bens, estando entre elas o vestuário (CEREJEIRA, 2012; LEITÃO, 2007; 2011). Enquanto sistema de produção cultural, a Moda é “composta por um conjunto de instituições produtoras de bens culturais com fins lucrativos, através dos quais se elabora um discurso estético e se veicula significados” (LEITÃO, 2007, p. 12). Neste sentido, o “mundo da Moda” - em analogia ao “mundo da Arte” segundo definido por Becker (1977; 1982) e tomado como referência por Leitão (2007) e Crane (2008) - é um sistema de ação coletiva formado pela totalidade de atores e organizações (produtores, criadores, funcionários, imprensa especializada, mídia, agentes legitimadores, empresários, críticos e consumidores, por exemplo) com ação coordenada orientada para a produção dos acontecimentos e objetos característicos daquele mundo, bem como sua legitimação e disseminação. Apesar de afetar esferas diversas da vida coletiva, abraçando aspectos da vida social, individual, cultural e estética, o vestuário é por excelência a esfera apropriada para compreensão do sistema da Moda, porque exhibe seus traços mais significativos (LIPOVETSKY, 2009 [1987]). Na tentativa de uma compreensão holística do fenômeno, se faz necessária uma aproximação das suas diversas esferas: produção, divulgação, legitimação, recepção e consumo (LEITÃO, 2007).

Uma forma de compreender como atua o sistema da Moda é tomando “mundo” e “campo” em seus elementos comuns: ambos dizem respeito a espaços sociais onde se desenrolam ações coletivas de sujeitos e instituições, são produzidos objetos e ideias e apresentam regras internas que conferem legitimidade a estes elementos (LEITÃO, 2007). Assim, podemos considerar que a Moda constitui um campo autônomo e com características específicas, conforme analogia<sup>29</sup> de estrutura estabelecida por Pierre Bourdieu (2003) entre o campo da Alta Costura e o campo da Cultura Legítima, na qual considerou ambos campos de produção de categorias particulares de bens de luxo e simbólicos. Para ele,

---

<sup>29</sup> O termo utilizado por Pierre Bourdieu em Alta Costura e Alta Cultura foi “homologia”. Entretanto, considero a palavra “analogia” mais adequada, pois enquanto a primeira se refere à semelhança morfológica entre estruturas do corpo de seres vivos e é muito utilizada na Biologia, a segunda me pareceu um termo de uso mais amplo.

Como todo aparelho de produção de instrumentos de distinção, isto é, mais exatamente, de objetos que podem desempenhar, além de sua função técnica, uma função social de expressão e legitimação das diferenças sociais, o campo da alta costura é parte integrante de um campo de produção mais ampla (BOURDIEU; DELSAUT, 2001, p. 62).

Sendo a Alta Costura uma instituição da Moda moderna, fundada no século XIX, constituída de “casas” ou “maisons” registradas pela Câmara Sindical da Costura parisiense e voltada especificamente para criações de luxo e sob medida (LIPOVETSKY, 2009 [1987]), é possível fazer também a analogia entre o campo de produção da Alta Costura e o campo de produção da Moda como um todo. Bourdieu (2003), com isso, contribuiu para a análise do fetichismo e da magia, pois ele considerou ter encontrado na Alta Costura o objeto equivalente na nossa sociedade ocidental contemporânea ao dos estudos de Mauss em sociedades “primitivas”.

O campo é um dos conceitos essenciais na obra de Pierre Bourdieu, ao lado de *habitus* e capital, e pode ser definido como um espaço estruturado de posições onde agentes definidos como dominantes e dominados travam uma luta concorrencial pela manutenção e pela obtenção de determinados postos, em torno de interesses específicos que caracterizam a área em questão (ALVES; ARAÚJO; CRUZ, 2009; ORTIZ, 1983). No campo da Alta Costura, o capital específico é o poder de construir objetos raros pelo procedimento da “grife”: o poder da “grife” está em realizar uma operação de transubstanciação simbólica ao alterar as qualidades sociais do produto sem alterar suas qualidades materiais, transformando-o em bem de luxo, com valor econômico e simbólico diferenciados - é por isso que um perfume com a “grife” Chanel custa múltiplas vezes mais do que um perfume sem “grife” (BOURDIEU; DELSAUT, 2001; BOURDIEU, 2003). Todo o aparelho de produção está orientado não apenas para a fabricação material dos bens, mas para a produção do poder mágico dos criadores de Moda de imprimir características específicas aos produtos – muitas vezes, nem mesmo fabricados por ele - através da “grife”, deste ato simbólico de marcação denominado também de alquimia social, assim como o artista faz ao imprimir sua assinatura em uma obra (BOURDIEU; DELSAUT, 2001).

Para Bourdieu (2003), o que origina este poder é o próprio campo e o sistema de relações em seu conjunto: “O que faz com o sistema funcione é aquilo que Mauss chamava de crença coletiva. [...] Para jogar este jogo, é preciso acreditar na ideologia da criação” (BOURDIEU, 2003, p. 214). Em outras palavras, para ele, o

que faz a magia da “grife” é o conluio inconsciente de todos os agentes do sistema de produção de bens simbólicos. Isto se configura num tipo de violência simbólica, justamente por ser irreconhecida como tal pelos agentes do campo, tanto criadores de Moda quanto jornalistas, intermediários e consumidores (BOURDIEU; DELSAUT, 2001).

Ainda conforme o autor, o campo da Moda tem como princípio de mudança a luta pelo monopólio da distinção, da imposição da última diferença legítima, da última Moda (BOURDIEU, 2003). Para ele, a dialética da pretensão e da distinção está na origem das transformações do campo de produção e da Moda, percebida como uma luta de concorrências ou mesmo uma luta contínua e interminável de classes: ela pode ser observada nas práticas de consumo como uma forma de “corrida-perseguição”, na qual a mudança assegura o funcionamento do campo. Desta forma, os produtos de Moda constituem necessariamente bens simbólicos de curta duração, visto que o campo precisa servir-se sistematicamente da mudança para seguir a lei da distinção, que se afirma abertamente neste universo e toma a forma de ruptura obrigatória e efetuada com datas fixas (BOURDIEU; DELSAUT, 2001). Entretanto, de acordo com Lipovetsky (2009 [1987]), é preciso entender a lógica da distinção social como uma das funções sociais da Moda, não como a sua origem, pois o sistema da Moda como é percebido hoje se deve aos valores e significações culturais modernos, em especial ao novo e à expressão da individualidade humana.

Por outro lado, através da perspectiva da Antropologia do consumo, McCracken (2007 [1986], p. 100) defendeu que, no cerne da já mencionada sociedade de consumo, atua um grande e forte sistema que confere àquela “parte de sua coerência e flexibilidade, enquanto age como fonte constante de incoerência e descontinuidade”. Para ele, “Os bens de consumo têm uma significância que vai além do seu caráter utilitário e seu valor comercial” e reside, em grande medida, na capacidade que estes bens têm de “carregar e comunicar significado cultural” (MCCRACKEN, 2007 [1986], p. 100). Seu argumento segue a mesma linha de pensamento de Douglas e Isherwood (2009 [1979]) que, ao elaborarem uma teoria antropológica para o consumo, o definiram como um sistema de rituais recíprocos que envolvem gastos para a marcação apropriada de ocasiões, constituindo definições públicas visíveis para conter a flutuação dos significados. “Os bens, nessa

perspectiva, são acessórios rituais; o consumo é um processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009 [1979], p. 112). Neste sentido, estipularam que os bens materiais, além de suas utilidades práticas, carregam também significação social, funcionam como comunicadores e seu uso estabelece e mantém relações sociais. Eles ainda defenderam que não há dicotomia entre as necessidades físicas e as psíquicas dos consumidores pelos bens, assim como não podemos explicar a demanda pelo consumo olhando apenas para suas propriedades físicas, pois todos são interdependentes e igualmente portadores de significados:

O homem precisa de bens para comunicar-se com o outros e para entender o que se passa à sua volta. As duas necessidades são uma só, pois a comunicação só pode ser construída em um sistema estruturado de significados (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009 [1979], p. 149).

Segundo McCracken (2007 [1986]), o significado cultural de um bem de consumo está em constante trânsito, fluindo através dos esforços coletivos e individuais dos designers, produtores, publicitários e consumidores; ele é absorvido do mundo culturalmente constituído e transferido para os bens de consumo e deste para o consumidor individual. A perspectiva do autor confere grande importância aos fenômenos da publicidade, do mundo da Moda e dos rituais de consumo como instrumentos do movimento do significado cultural. Assim, para ele, o sistema da Moda é uma via de transmissão de significados culturais do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo, assim com a publicidade. Para ele, enquanto duto de captação e movimento de significados culturais altamente inovadores, o sistema da Moda atua no trânsito dos significados culturais do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo. Segundo o autor, o mundo culturalmente constituído é o mundo da experiência rotineira e dos fenômenos plenamente formado e constituído pelas crenças e premissas de sua cultura:

A cultura constitui o mundo dos fenômenos de duas maneiras. Primeiramente a cultura é a ‘lente’ pela qual o indivíduo enxerga os fenômenos; assim sendo, determina como os fenômenos serão apreendidos e assimilados. Em segundo lugar, a cultura é a ‘planta baixa’ da atividade humana, determinando as coordenadas de ação social e atividade produtiva, e especificando os comportamentos e objetos que derivam de uma e de outra. Na qualidade de lente, determina como o mundo é visto. Na de planta baixa, determina como o mundo será moldado pelo esforço humano. Em suma, a cultura constitui o mundo, suprindo-o de significado (MCCRACKEN, 2007 [1986], p. 101).

Ainda sobre a relação entre a cultura e os bens de consumo, o autor continua:

Cada cultura estabelece sua própria visão particular do mundo, fazendo, assim, com que entendimentos e regras sejam apropriados num contexto cultural e absurdamente impróprios em outro. Uma cultura estabelece um conjunto privilegiado de termos dentro do qual nada parece estranho ou ininteligível para o membro da cultura e fora do qual não há ordem, sistema, premissa segura e compreensão imediata. Em suma, ao investir o mundo de seu próprio significado particular, a cultura 'constitui' o mundo. É de um mundo assim constituído que decorre o significado destinado aos bens de consumo (MCCRACKEN, 2007 [1986], p. 101).

Com foco na produção, ao invés do consumo, Sahlins (2004 [1976]) também argumentou que o significado social de um objeto é o que o torna útil para uma certa categoria de pessoas, e não apenas suas propriedades físicas ou seu valor comercial. Ele defendeu que “[...] a produção é a materialização de um esquema simbólico” (p. 195) e utilizou como exemplo o sistema do vestuário norte-americano. Segundo ele,

Observe-se o que é produzido no sistema do vestuário. Através de várias características objetivas, uma peça de roupa torna-se apropriada para homens ou mulheres, para a noite ou o dia, ‘para andar em casa’ ou ‘para sair’, para adultos ou adolescentes. O que se produz, primeiro, são classes de tempo e lugar que indicam situações ou atividades, e, segundo, classes de *status* nas quais todas as pessoas são incluídas. [...] elas assinalam noções básicas de tempo, lugar e pessoa, tal como constituídas na ordem cultural. Portanto, o que se reproduz no vestuário é esse esquema classificatório (SAHLINS, 2004 [1976], p. 195).

Seguindo perspectiva similar, Leitão (2007) ressaltou que os bens de consumo não saem da linha de montagem carregando consigo os sentidos culturais prontos. Segundo ela, são as instâncias legitimadoras que, através de seus discursos, operam na transferência dos sentidos culturais para os bens de consumo classificando, selecionando e nomeando-os para atribuir-lhes certas propriedades e qualidades existentes no imaginário social. McCracken (2007 [1986]) explicou que o sistema da Moda pode atuar nesta transferência de significados culturais de três maneiras: (1) similar à publicidade, produtos podem ser associados a categorias e princípios culturais já existentes no mundo culturalmente constituído, num processo de equivalência simbólica tal que o público-alvo consumidor final atribua ao bem determinadas propriedades; (2) novos significados culturais podem ser inventados com a ação dos formadores de opinião (pessoas influentes por força de berço, beleza ou realizações, como astros do cinema e da música, por exemplo), que moldam e refinam significados culturais existentes e encorajam a reforma moderada

de categorias e princípios culturais, sendo a inovação do significado desencadeada pela apropriação imitadora das pessoas de menor status social; (3) mais do que uma reforma moderada, o sistema da Moda pode também fazer uma reforma radical dos significados culturais tendo como responsáveis grupos considerados à margem da sociedade (hippies, punks e gays, entre outros exemplos) que inventam significados culturais de forma muito mais radical e inovadora do que os formadores de opinião que atuam na liderança da difusão dos significados, acabando por redefinir as próprias categorias culturais e criar novas categorias e princípios que entram para o sistema cultural.

No que diz respeito aos diferentes usos para as peças de roupa, a Moda desempenha na nossa sociedade uma dupla função de socialização e individualização simultâneas: ela satisfaz a necessidade de apoio social ao fazer do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo e satisfaz igualmente a necessidade de distinção pela mudança dos seus conteúdos. Assim, em um agir unitário, a Moda une as tendências para a igualização social e para a diferença individual (SIMMEL, 2008 [1905]). Neste processo, a Moda permite o fechamento de um grupo perante outros, através da caracterização dos indivíduos daquele como não pertencentes a estes. “Unir e diferenciar são as duas funções básicas que aqui se unem de modo inseparável”, de forma que uma é a condição da realização da outra, exatamente porque são opostas (SIMMEL, 2008 [1905] p. 25):

Quando falta mesmo só uma das duas tendências sociais que se devam reunir para a formação da Moda – a necessidade de união, por um lado, e a necessidade de separação, por outro – ela não chegará a constituir-se, acabará o seu reino. [...] as Modas dos povos primitivos são, por isso, também muito mais estáveis do que as nossas. Falta nas últimas, em virtude da sua estrutura social, o perigo da mistura e da confusão que induz as classes dos povos civilizados a diferenciar-se pela indumentária, pela conduta, pelo gosto, etc. (SIMMEL, 2008 [1905], p. 29).

Na articulação entre a igualdade e a diferença, temos a imitação e a invenção. No primeiro caso, a imitação possibilita que o indivíduo seja assimilado em meio a um grupo oferecendo uma modalidade de identidade coletiva; a outra face do dualismo é realizada pela negação ao imitar, pela invenção, pela ênfase na mudança que diferencia o indivíduo perante o grupo, faz emergir o singular em meio à universalidade (WAIZBORT, 2008). Enquanto produto da divisão de classes, a Moda tem a dupla função de formar círculos sociais fechados e, ao mesmo tempo, isolá-los uns dos outros, pois, como “as Modas são sempre Modas de classes”, as



de uma classe superior “se distinguem das da inferior e são abandonadas no instante em que esta última delas se começa a apropriar” (SIMMEL, 2008 [1905], p. 24). É preciso ressaltar, entretanto, que “as rivalidades de classes não são o principio de onde decorrem as variações incessantes da Moda” (LIPOVETSKY, 2009 [1987], p. 66), pois mudança da Moda não se origina num simples fenômeno mecânico de difusão e imitações entre classes. Na verdade, para ele, a rapidez das variações indica que há uma antecipação, uma iniciativa estimulada pelo gosto pelas novidades e pelo desejo de manifestar uma individualidade estética.

Assim, ao mesmo tempo em que opera a função de socialização, a Moda opera também a de individualização: enquanto uma leva ao processo de identificação com um grupo social e de construção de uma identidade através das roupas, simultaneamente, a outra leva ao desejo de diferenciar-se dos indivíduos que pertencem a outros grupos sociais através dos símbolos de distinção. Podemos entender identidade como uma construção simbólica que se faz em relação a referenciais que podem ser étnicos, de gênero, regionais, nacionais, econômicos, sociais, etc. e nos fazem compreender a identidade como uma representação ao invés de um dado concreto (ORTIZ, 2003). Neste sentido, a identificação também se realiza na Moda, identificando pessoas a grupos de pessoas de acordo com o gosto, o poder econômico, o gênero, ou outros referenciais (ABE, 2016). Mais do que isso, o gosto e as preferências manifestadas através das práticas de consumo são produtos de condicionamentos associados a um determinado grupo ou classe:

Tais preferências têm o poder de unir todos aqueles que são o produto de condições objetivas parecidas, distinguindo-os, todavia [sic] de todos aqueles que, estando fora do campo socialmente instituído das semelhanças, propagam diferenças inevitáveis. O gosto, dirá Bourdieu, é a aversão, é a intolerância às preferências dos outros (ALVES, 2008 p. 3).

O indivíduo dispõe de liberdade de escolha para atender a suas vontades, necessidades e desejos subjetivos, mas é no meio social em que se encontra inserido que, junto aos seus semelhantes, busca dar legitimidade para suas ações (MASSAROTTO, 2007). A sociedade norte-americana - similar em muitos aspectos à brasileira e, por isso, pode ser tomada como parâmetro de comportamento de consumo –, dado seu grau de liberdade individual, “permite que seus membros declarem por seu exclusivo critério as categorias culturais que ocupam num determinado momento”, sejam elas categorias de idade, sexo, classe social, ou outras (MCCRACKEN, 2007 [1986], p. 110). Para este autor, isto faz com que tais

categorias sejam constantemente repensadas, reorganizadas e até mesmo manipuladas, tanto pelos próprios indivíduos quanto por estrategistas de marketing para criar novos seguimentos de mercado. Ainda segundo ele,

[...] a cultura norte-americana contemporânea deixa indefinida boa parte do indivíduo. Uma das maneiras pelas quais os indivíduos satisfazem sua liberdade e cumprem a responsabilidade da auto definição [sic] é por meio da apropriação sistemática das propriedades significativas dos bens (MCCRACKEN, 2007 [1986], p. 110).

Conforme o mesmo autor, os objetos materiais de uma cultura são meios pelos quais as categorias culturais são materializadas pelos seres humanos; eles são criados de acordo com a planta baixa da cultura, dando matéria e substância às categorias culturais. Desta forma, para ele, os objetos materiais contribuem para a construção do mundo culturalmente constituído, pois registram de maneira tangível os significados culturais que, sem eles, seriam intangíveis. Neste sentido, os bens também permitem que os indivíduos discriminem visualmente as categorias culturais, codificando-as sob a forma de um conjunto de distinções materiais: desta forma, categorias de pessoas divididas por idade, sexo, classe e ocupação podem ser diferenciadas e representadas num conjunto de distinções materiais por meio de determinados bens (MCCRACKEN, 2007 [1986]). Assim, neste “mosaico complexo e fragmentado que é a identidade contemporânea” (MASSAROTTO, 2007, p. 5), é através do consumo, seja de bens materiais ou imateriais - os lugares que se frequenta, o que se lê, o que se escuta, o modo como se vive (CEREJEIRA, 2012) -, que “as pessoas constroem uma imagem de si para si mesmas e para os outros, do que elas são e do que elas gostariam de ser” (MASSAROTTO, 2007, p. 5).

Desta forma, segundo Bergamo (1998), podemos afirmar que o campo da Moda é constituído também pela relação das pessoas para com as roupas e o sentido que aquelas imprimem em suas escolhas, pois, na medida em que a roupa tem um significado, ela pode ser usada como um instrumento de intermediação simbólica na relação entre os indivíduos e os grupos sociais, constituindo uma construção racionalizada que comunica o sentido da posição do indivíduo dentro da estrutura social. Podemos, inclusive, envolver este argumento com a teoria sobre o consumo de Douglas e Isherwood (2009 [1979]), pois, para eles, o objetivo global dos indivíduos com os usos que fazem dos bens é dar sentido ao seu ambiente, ou seja, é “[...] construir um universo inteligível com os bens que escolhe” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009 [1979], p. 112-113). Sendo assim, para o autor, tal relação pode

se dar em duas direções: para a legitimação ou para a compensação de uma posição social. Deve-se entender as demandas por legitimação e compensação da posição social como estratégias de realização de um determinado sentido e “que, na prática, têm como objetivo legitimar as diferenças sociais, as diferenças entre os diversos grupos e entre as formas encontradas por cada um deles de dar credibilidade ao sentido impresso em suas ações” (BERGAMO, 1998, p. 176). Ainda mais, “[...] cada uma dessas demandas institui [...] um discurso com características específicas; uma relação particular com a roupa, uma ação e uma prática social próprias” (BERGAMO, 1998, p. 177). Em suma, segundo o autor, são estas demandas que guiam o comportamento dos consumidores, criadores e profissionais de Moda e dão sentido às suas ações, constituindo, essencialmente, as dinâmicas próprias do campo da Moda.

A demanda por legitimação da posição social é atendida através da ostentação dos símbolos “que rodeiam e constroem um universo de privilégio ao redor do indivíduo” (BERGAMO, 1998, p. 145), sendo a roupa apenas um dos instrumentos de integração do sujeito a um conjunto maior e de indissociação do indivíduo com seu universo social. Neste cenário, a roupa é utilizada como discurso e como uma estratégia complementar de acentuação das características que associam a pessoa à situação social privilegiada. Aqui encontramos a noção de elegância, que está atrelada a uma noção de um conjunto de atributos e características particulares a uma determinada posição social na qual, o discurso, as roupas e os gestos remetem a uma dada concepção de ordem social e a uma dada ordem de privilégios, num sentido de indissociação. A pessoa que pertence às altas camadas da sociedade e que se denomina elegante utiliza da Moda como forma de comprovar este pertencimento, e a forma como ela faz isso depende de sua interpretação do mundo e da interpretação de si mesma no mundo (BERGAMO, 2004).

Em oposição à demanda anterior, temos a necessidade de compensação da situação social, onde “sua relação com a roupa está orientada no sentido de deslegitimar os indicadores de uma contingente posição social” (BERGAMO, 1998, p. 149). Os consumidores, neste caso, buscam atingir uma distinção pessoal com o uso de certas peças de roupa e enfatizar atributos pessoais e individuais (principalmente físicos) que os destaquem entre seus semelhantes (BERGAMO,

1998). Em oposição à elegância, o autor coloca a atitude, associada ao universo do gosto popular, das imitações e daquilo que é esvaziado de sentido pela imprensa especializada – o que se revela em ignorância das formas de relação dessas pessoas com tais manifestações expressivas e das possibilidades de significados sociais, políticos, culturais ou morais que elas possam ter. Neste universo, a imagem pessoal e a interpretação de mundo são concebidas sob uma perspectiva individualista e não do contexto social do sujeito. Aqui, utiliza-se da Moda para exaltar características pessoais e individuais para destacar o indivíduo no seu contexto social, tendo a expressão individual como aspecto mais relevante (BERGAMO, 2004).

A forma como a Moda se encontra incrustada na sociedade do consumo aponta para uma forte sintonia e sincronia com a produção industrial, pois hoje, diversos tipos de produtos já são fabricados para se tornar Moda (WAIZBORT, 2008).

Isso significa uma cadeia produtiva específica que retrocede até a criação do artigo com vistas a tornar-se Moda; um planejamento cíclico que responde pela temporalidade específica de vida e de morte e cada Moda; com a especialização com trabalhadores dedicados exclusivamente a inventar Moda e, a seguir, produzi-la (em sentido amplo: não são apenas a produção e a circulação material, mas também as simbólicas) (WAIZBORT, 2008, p. 14).

Este processo, conforme Cerejeira (2012), demanda um entendimento do comportamento e das tendências de consumo, bem como o conhecimento da evolução estética e das novas sensibilidades, que se tornam necessários, juntamente com a informação de Moda, para o profissional conquistar um espaço e se manter no mercado competitivo de trabalho. Neste sentido, segundo o mesmo autor, a presença da Antropologia e das Ciências Sociais no curso de Design de Moda, além de estimular o pensamento crítico dos futuros profissionais, fornece ferramentas para pensar a sociedade e refletir sobre o próprio campo.

Frente ao exposto, debruçando-me sobre a Moda com a ótica da Antropologia, complementada pela Sociologia e Filosofia, pude perceber muitas características particulares. Vi que a Moda é uma construção sócio-histórica própria à sociedade ocidental moderna dadas as condições de sua constituição e desenvolvimento; que ela não se restringe ao vestuário, mas, na verdade, rege toda a lógica de consumo da sociedade em que vivemos; que ela é parte da nossa

cultura pela sua carga simbólica percebida em nosso comportamento perante nós mesmos e perante os grupos sociais dos quais fazemos parte ou não; que ela possibilita que nos identifiquemos a grupos e nos destaquemos de outros; e nos possibilita também que sejamos semelhantes e, ao mesmo tempo, únicos. No entanto, essa percepção só é possível, graças ao aparato teórico e metodológico da ciência antropológica, em conjunto com outras ciências sociais e humanas. Nesse sentido, é importante refletir sobre a importância do ensino de Antropologia nos cursos de Moda e, mais do que isso, compreender como esse ensino vem sendo praticado. É, portanto, sobre essas questões que nos dedicaremos nos próximos capítulos.

## 2.2. O Cenário Atual e seu Histórico de Desenvolvimento

Segundo dados retirados do Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos de Educação Superior<sup>30</sup>, atualmente existem 238<sup>31</sup> cursos de Design de Moda<sup>32</sup> no país, dos quais 80 são bacharelados, 157 tecnológicos e 1 licenciatura. Deste total, 29 são ofertados por instituições de ensino superior públicas e 209 por instituições privadas<sup>33</sup>. Merece destaque a quantidade de cursos de Design de Moda no estado

<sup>30</sup> Acesso online: <http://emec.mec.gov.br/emec/nova>. Acesso em agosto de 2018.

<sup>31</sup> Este número está dentro de uma pequena margem de erro, pois, ao realizar a listagem online dos cursos de Moda no Cadastro e-MEC, alguns cursos podem vir em duplicidade e outros podem não ter iniciado turma apesar de já autorizados. Acesso em agosto de 2018.

<sup>32</sup> A denominação Design de Moda é a mais recorrente, porém há cursos cadastrados sob outras denominações: Desenho Industrial – Design de Moda; Design de Moda – Estilismo; Design de Moda – Modelagem; Design – Moda; Moda, Design e Estilismo; Moda e Design; Têxtil e Moda; e apenas Moda.

<sup>33</sup> As instituições de ensino superior (IES) são denominadas de “mantidas” e classificam-se em duas categorias administrativas: públicas (criadas ou incorporadas, mantidas e administradas pelo Poder Público federal, estadual ou municipal) ou privadas (mantidas e administradas por pessoas físicas ou jurídicas de direito privado) (BRASIL, 2005 [1996]). As IES privadas podem, por sua vez, dividir-se em quatro categorias administrativas: (1) particulares em sentido estrito, instituídas e mantidas por pessoas físicas ou jurídicas de direito privado; (2) comunitárias, instituídas por grupos de pessoas físicas ou jurídicas, cuja mantenedora inclua representantes da comunidade; (3) confessionais, instituídas por grupos de pessoas físicas ou jurídicas que atendem a uma orientação e ideologia específicas, cuja mantenedora inclua, também, representantes da comunidade; e (4) filantrópicas na forma da lei (BRASIL, 2005 [1996]). As IES são mantidas – daí a denominação - por entidades designadas de “mantenedoras” que podem assumir finalidade lucrativa ou não (BRASIL, 2005 [1997]). Neste sentido, as IES privadas em sentido estrito são mais comumente designadas de instituições privadas com fins lucrativos, pelas suas características empresariais, e as IES comunitárias, confessionais e filantrópicas, como instituições privadas sem fins lucrativos, por suas vocações sociais. Muitos dos cursos de Design de Moda do país são ofertados em instituições privadas do ensino superior. Os dois cursos estudados nesta pesquisa, entretanto, são de instituições públicas, uma universidade (Universidade Federal do Piauí, UFPI) e um instituto federal de educação, ciência e tecnologia (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, IFPI).

de São Paulo, 61, no eixo Rio-São Paulo, 75 e na região Sul do país (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul), 75 cursos.

O estado do Piauí apresenta, atualmente, seis cursos de Graduação em Design de Moda autorizados pelo Ministério da Educação, sendo cinco deles com nível Tecnólogo e um, Bacharelado. Os cursos Tecnológicos em Design de Moda são ofertados pelas instituições de ensino superior Centro Universitário Uninovafapi, Faculdade Integral Diferencial (Facid) Wyden, Faculdade Estácio de Teresina e Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI) e o curso de Bacharelado em Design de Moda e Estilismo é ofertado pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Destes seis cursos, três são de instituições privadas de ensino superior (Uninovafapi, Facid Wyden e Estácio Teresina) e três são de instituições públicas de ensino superior (IFPI e UFPI). Destes, cinco encontram-se em pleno funcionamento e apenas um (Estácio Teresina) ainda não iniciou suas atividades. Considerando os cursos em funcionamento, quatro deles são ofertados na capital do estado, Teresina, e um deles é ofertado na cidade de Piriipiri, a 166 km da capital. O primeiro deles a entrar em atividade, conforme Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos de Educação Superior, foi o curso Tecnólogo em Design de Moda do Uninovafapi, em 2008, seguido pelo Bacharelado em Design de Moda e Estilismo da UFPI, em 2009, pelo Tecnólogo em Design de Moda do IFPI de Piriipiri, em 2015 e pelos Tecnólogos em Design de Moda da Faculdade Integral Diferencial Wyden e do IFPI de Teresina, ambos em 2016. O curso Tecnólogo em Design de Moda do IFPI, vale informar, foi criado a partir do curso de nível médio de Técnico em Vestuário do mesmo Instituto, tanto nas cidades de Teresina quanto de Piriipiri, que iniciaram suas atividades em 2008 e 2010, respectivamente. As informações acerca dos cursos superiores foram sintetizadas na tabela a seguir:

Tabela 2 - Relação dos cursos de Design de Moda em Teresina – PI.

<b>Curso</b>	<b>IES (sigla)</b>	<b>Início do Curso</b>	<b>Categoria Administrativa</b>
<b>TERESINA</b>			
<b>Tecnologia em Design de Moda</b>	Centro Universitário Uninovafapi (UNINOVAFAPI)	2008	Privada
<b>Bacharelado em Design de Moda e Estilismo</b>	Universidade Federal do Piauí (UFPI)	2009	Pública

<b>Tecnologia em Design de Moda</b>	Faculdade Integral Diferencial Wyden (Facid WYDEN)	2016	Privada
<b>Tecnologia em Design de Moda</b>	Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Piauí (IFPI)	2016	Pública
<b>Tecnologia em Design de Moda</b>	Faculdade Estácio de Teresina (Estácio Teresina)	Não iniciado	Privada
<b>PIRIPIRI</b>			
<b>Tecnologia em Design de Moda</b>	Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Piauí (IFPI)	2015	Pública

Fonte: Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos de Educação Superior. Acesso em agosto de 2018.

O desenvolvimento do mercado de Moda no Piauí confunde-se com o de sua capital, Teresina. Durante muito tempo, os conhecimentos das técnicas de confecção e costura eram transmitidos de mãe para filha, sendo considerados pré-requisitos da boa esposa e faziam parte da rotina feminina (NUNES, 2013). Assim, a grande maioria das mulheres em Teresina dominava o ofício da costura (ALBUQUERQUE, 2016) e, com a popularização da máquina de costura, a atividade foi facilitada e a confecção das peças seguia os moldes em tamanho original ou desenhos que eram divulgados em revistas femininas que disseminavam as modas europeias no Brasil e no Piauí (ALBUQUERQUE, 2016; NUNES, 2013). Além do feito doméstico, era muito comum, para as mulheres da alta sociedade piauiense, comprar tecidos no comércio local e procurar modistas para confeccionar suas roupas; estas eram profissionais muito solicitadas para fazer as roupas de festas das mulheres que frequentavam eventos da capital e movimentavam o mercado da Moda no Piauí à época (ARAGÃO; FERREIRA, 2015). Na década de 1950, inclusive, iniciou-se em Teresina “a prática de ter um profissional dentro das lojas de tecidos disponível para desenhar modelos de roupas para as clientes, o que hoje é denominado de desenhista de Moda” (ARAGÃO; FERREIRA, 2015, p. 8).

Um ramo que muito contribuiu para a construção do cenário da Moda piauiense e teresinense foi o das butiques da capital. As primeiras delas, abertas na década de 1960, comercializavam peças de roupa que suas proprietárias compravam em outras capitais, como Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro. Elas foram pioneiras também na promoção de eventos de Moda no Estado, realizando desfiles frequentados pela elite da sociedade local – de empresários e

suas esposas, clientes das lojas, ao prefeito e governador do Estado. Como estratégia para atrair público aos seus desfiles, elas contratavam celebridades nacionais, como Luiza Brunet e Xuxa Meneguel (ARAGÃO; FERREIRA, 2015).

Por outro lado, diferente dos pequenos comércios e produções domésticas, mas de igual influência no desenvolvimento da Moda regional, a primeira grande empresa de confecção instalada no Piauí foi a fábrica Guadalajara, do grupo empresarial Claudino, em 1972. Com incentivos fiscais da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a fábrica deveria oferecer à sociedade, em contrapartida,

[...] cursos de capacitação e formação de mão de obra no setor da confecção, promovendo o início de um desenvolvimento industrial no setor do vestuário no estado, já tardio se comparado à maioria dos outros estados do país, principalmente o estado vizinho, Ceará (ARAGÃO, 2015, p. 5).

Com a escassez de profissionais capacitados na indústria da confecção, estes cursos podem ser considerados os primeiros cursos da área no estado do Piauí (ARAGÃO, 2015). A instalação de instituições de educação profissional como o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) ajudaram também no processo de ensino de Moda na oferta de cursos voltados para a capacitação profissional em confecção, modelagem e outros. Hoje, além destes cursos considerados profissionalizantes, estas instituições já ofertam cursos técnicos de nível médio, de graduação e pós-graduação nas modalidades presencial e a distância em Teresina e outras cidades do Piauí<sup>34</sup>.

A década de 1980 marcou o crescimento do setor têxtil e de confecção do país, transformando a Moda num negócio altamente rentável e proporcionando o aumento nos investimentos no setor (PIRES, 2002). O Piauí seguiu este caminho com a criação de inúmeras pequenas empresas de confecção, a maioria delas geridas por mulheres e iniciadas com uma pequena produção doméstica, que contribuíram diretamente para o cenário que encontramos atualmente no Estado e capital (ARAGÃO; FERREIRA, 2015). Com isso, a Moda começou a ser considerada

---

<sup>34</sup> Fonte: websites regionais do SENAI-PI (<https://www.fiepi.com.br/senai/noticias/cursos--senai/cursos-215.html>) e SENAC-PI (<https://www.pi.senac.br/teresina-m-sady/categorias/Moda/>), acessados em 27 de novembro de 2018.



uma importante área de negócios, abrangendo uma grande fatia do mercado de produtos industrializados, conferindo também à Moda enquanto produto uma nova visão empresarial, além de amplo campo de trabalho e exigência por produção de qualidade, o que só seria possível com o ensino ofertado nas Universidades (PIRES, 2002).

Entretanto, sem profissionais preparados, a indústria absorvia leigos e autodidatas para desempenhar o que hoje consideramos a função do designer de Moda (PIRES, 2002; 2007). Sem formação específica, eles frequentavam cursos no exterior ou aprendiam o ofício com o exercício da profissão, pois, aparentemente, “o entendimento corrente era que a atividade podia ser exercida por qualquer pessoa com certo talento artístico, informação de Moda e ‘bom gosto’” (PIRES, 2007, p. 68). Com isso, dada a carência de profissionais capacitados que suprissem a demanda do mercado nacional crescente, o próprio setor produtivo tomou a iniciativa de promover os primeiros cursos profissionalizantes para o ensino da criação de Moda no país, nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, contando com o apoio de algumas instituições de ensino (PIRES, 2002).

Foi apenas na segunda metade da década de 1980 que surgiram os primeiros cursos de Moda e confecção no Brasil, em decorrência do crescimento das indústrias têxtil e de confecção e, conseqüentemente, da necessidade de pessoal qualificado para desempenhar funções específicas e suprir a demanda do mercado (BORGES; LIMA, 2015; AGUIAR, 2015). Em 1987<sup>35</sup> se iniciou o primeiro curso superior de Moda no Brasil, na Faculdade Santa Marcelina, São Paulo (AGUIAR, 2015; BASTIAN; et. al., 2010), com a ideia de formar um profissional que qualificasse a produção brasileira de Moda e abrisse espaço para novas ideias (PIRES, 2002).

No processo de instalação dos cursos superiores, Pires (2002 p. 9) salienta que as instituições de ensino frequentemente optaram por “alojá-los nos departamentos de Artes, provavelmente porque, no início do século XX, o estudo sistemático do traje fosse visto como um ramo derivado da história da Arte”. Mas, visto que a demanda do mercado foi apenas um fator determinante no

---

<sup>35</sup> Aguiar (2015) remete o início do funcionamento do curso ao ano de 1987, mas Pires (2002), ao ano de 1988. Além destas, mais uma data se apresenta, a de 1974, de acordo com o Cadastro e-MEC de Instituições de Cursos e Instituições de Ensino Superior.

estabelecimento dos cursos universitários em Design de Moda no país, “outras questões como a crescente cultura do corpo, da aparência, a segmentação do mercado e do consumidor passaram a exigir uma nova metodologia e, com isto, um profissional com um perfil muito diferente do que a indústria adotava até então” (PIRES, 2007, p. 67). Isto quer dizer que, para esta autora, na realidade do mercado desde então, se fez necessário uma abordagem mais sistêmica, o que confere importância ao Design, que pode contribuir para o campo da Moda em termos metodológicos.

Desta forma, por não possuir Diretrizes Curriculares próprias, em 2002, os cursos de Moda passaram ser enquadrados como um conhecimento que compõe a matriz curricular do Design, guiando a elaboração dos novos cursos e fazendo com que os já existentes passassem pelos ajustes necessários (AGUIAR, 2015; BASTIAN; et. al., 2010). A inclusão da produção de itens do vestuário dentro do campo do Design se deu pelas suas características de produção em escala industrial, com o desenvolvimento de produtos diferenciados e de marcas com identidades próprias (CHRISTO; SABRÁ, 2015). O que antes era uma produção percebida como resultado de expressão individual de cada criador passou a ser o reflexo das demandas do público consumidor, ou seja, dos usuários, “aproximando a percepção sobre a criação e desenvolvimento do objeto do vestuário, da criação e desenvolvimento dos objetos tradicionalmente entendidos como pertencentes ao campo do Design” (CHRISTO; SABRÁ, 2015, p. 3). Desta forma

Conclui-se [...] que tanto a atividade de designer de Moda quanto os vários outros trabalhos de criação são realizações coletivas, diretamente relacionadas com as demandas do mercado e da indústria, mesmo que para isso trabalhe com conteúdos que envolvam a constituição da cultura de um povo. Isto significa que a atividade do criador de objetos do vestuário vinculados à noção de Moda está focada nos processos que envolvem o desenvolvimento de produtos do vestuário, sejam eles produzidos em larga, média, pequena escala, ou mesmo em escala artesanal (CHRISTO; SABRÁ, 2015, p. 12).

Outro motivo para este “encaixe” é o olhar mercadológico de atuação do profissional de Moda, um olhar que relaciona a Moda ao produto e desenha o perfil dos cursos oferecidos no país. Isto porque os cursos de ensino superior em Moda, como dito anteriormente, nasceram da demanda do mercado por profissionais capacitados e de cursos técnicos, o que acaba por direcionar a Moda para o campo do Design e corrobora, ainda, para o crescimento dos cursos Tecnológicos de Design de Moda (BORGES; LIMA, 2015, p. 11).

Por outro lado, para Christo e Sabrá (2015), o enquadramento da Moda no campo do Design traz à tona discussões também sobre a aproximação da produção dos objetos do vestuário à dos objetos da cultura material, tradicionalmente vinculados à produção artística, o que poderia levar alguns a considerar este enquadramento inadequado. Segundo os autores, ao vincular os produtos de Moda à produção de um valor simbólico superior à produção industrial, ou seja, ao Design, seria acentuada a distinção entre o mercado e a Arte, entre as figuras do designer e do estilista de Moda. Assim, para os autores, por um lado, defende-se a vinculação da Moda à criação industrial, por outro, vincula-se a Moda à expressão individual, autoral e artística.

Talvez a postura mais adequada seria a proposta de Bourdieu e Delsaut (2001) de situar o campo da Moda numa posição intermediária entre o campo artístico e o econômico, mas pensando na constituição de um campo específico para a Moda proposta por Christo e Sabrá (2015), no intuito de refletir sobre o que realmente a caracteriza. A partir da definição do campo específico da Moda, definem-se também as pesquisas, as delimitações das fronteiras do campo e, conseqüentemente, o que se ensinaria nos cursos: se como criar e desenvolver objetos do vestuário ou entender a Moda como fenômeno social, cultural, histórico e linguagem. Se entendemos a Moda como cultura, o objeto de vestuário é percebido como marca de um tempo e um espaço, representação de um grupo social específico e analisado como objeto histórico, social e como linguagem. Entretanto, ainda conforme os autores, considerando que o processo criativo passa por diferentes etapas vinculadas tanto às solicitações da indústria e do mercado – materiais, tecidos, aviamentos, modelagens, protótipos, acabamentos, peças-piloto, produtos finais, entregas, *feedback*, consumidores internos e externos – o profissional de Moda precisa também ter o conhecimento de todas as etapas projetuais.

Desta forma, um campo de produção de conhecimento específico da Moda poderia incluir tanto os estudos e pesquisas sobre os processos de criação e produção de objetos do vestuário vinculados à Moda, como as relações que se estabelecem entre estes objetos, seus criadores e produtores e a sociedade (CHRISTO; SABRÁ, 2015, p. 13).

Neste duplo caminho, podemos perceber que a Moda conduz ao produto, mas também à construção de elementos culturais de alta complexidade e riqueza de significados. Isto porque os bens de consumo, conforme Sahlins (2004 [1976]),

carregam significados e possibilidades de uso que vão além de suas propriedades materiais:

A produção, portanto, é algo além e distinto de uma lógica prática da eficiência material. É uma intenção cultural. O processo material de existência física é organizado como um processo de existência social dotado de significado – processo que, para os homens, é o único modo de existência, uma vez que estes sempre são culturalmente definidos de maneiras determinadas (SAHLINS, 2004 [1976], p. 183).

Se o sistema da Moda é um dos meios para se transferir significados do mundo culturalmente construído para bens de consumo (MCCRACKEN, 2007 [1986]), há uma dualidade inerente aos produtos de Moda, pois as roupas e peças de vestuário são objetos tangíveis, materiais e concretos, enquanto a Moda é intangível, imaterial e cultural. Tal dualidade leva à reflexão da Moda enquanto Arte ou enquanto Design, assim como da Moda enquanto pensamento e enquanto “fazimento”, mas ambas se encontram presentes na formação em cursos superiores. Nesta perspectiva, a Moda não se limita ao produto e, em especial, ao vestuário, mas pode ser uma forma de entender detalhes das sociedades e contribuir, assim, para compreendê-las (BORGES; LIMA, 2015).

Não acredito, entretanto, que o caráter dual inerente à Moda seja amplamente compreendido através da ótica da Arte, mas sim pela antropológica, pois esta elucida os aspectos sociais e culturais do fenômeno da Moda: se ela é percebida como intangível, imaterial e cultural, corroboram para tal perspectiva os argumentos apresentados no capítulo anterior, que partem da Antropologia e são complementados pela Sociologia e Filosofia. Assim, a abordagem de determinados conceitos e temas se faz pertinente durante a formação dos designers de Moda, os quais pude identificar nos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Design de Moda estudados, nas Diretrizes Curriculares Nacionais usadas como base para sua elaboração e nos Planos de Ensino de algumas disciplinas pertinentes para esta pesquisa, selecionadas de acordo com a possibilidade da presença do ensino de Antropologia.

### **2.3. Documentos Pedagógicos e Legislação Pertinente**

Um dos documentos necessários para a criação de um curso de graduação é o Projeto Pedagógico de Curso (PPC). Sua estrutura não é fixa, pode

variar de instituição para instituição, mas deve conter informações do curso como o número de vagas, os turnos de funcionamento, a carga horária, o programa do curso, as metodologias de ensino, as tecnologias e os materiais didáticos, os recursos tecnológicos e demais elementos acadêmicos pertinentes como a consonância da infraestrutura física, tecnológica e de pessoal (BRASIL, 2017). Mais detalhadamente, o PPC

É o documento orientador de um curso que traduz as políticas acadêmicas institucionais com base nas DCNs [sic]. Entre outros elementos, é composto pelos conhecimentos e saberes necessários à formação das competências estabelecidas a partir do perfil do egresso; estrutura e conteúdo curricular; ementário; bibliografia básica e complementar; estratégias de ensino; docentes; recursos materiais; laboratórios e infraestrutura de apoio ao pleno funcionamento do curso (BRASIL, 2015b, p. 48).

As Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) são normas estabelecidas pelo Conselho Nacional de Educação (CNE) que constituem referenciais para as Instituições de Ensino Superior (IES) na organização de seus programas de formação e elaboração de PPC. Os currículos dos cursos devem estar coerentes com as estipulações das Diretrizes a respeito de flexibilidade, interdisciplinaridade, articulação entre teoria e prática, conteúdos obrigatórios, carga horaria mínima, núcleos de formação (geral, básica e profissional), atividades complementares, estágio curricular, entre outras. As Diretrizes Curriculares Nacionais constituem-se como norteadoras, ou seja, elas permitem que as IES priorizem áreas de conhecimento na construção dos currículos dos cursos e possibilitam a definição de múltiplos perfis profissionais, assegurando certa flexibilidade, criatividade e responsabilidade à IES na elaboração dos Projetos Pedagógicos dos seus cursos (BRASIL, 2015b).

Existem Diretrizes Curriculares Nacionais voltadas para a elaboração dos currículos dos mais variados cursos de graduação, entretanto, não há Diretrizes específicas para a Moda, de forma que as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Design<sup>36</sup> são as norteadoras do currículo de Design de Moda. No caso dos cursos superiores em tecnologia, ainda é exigido que sejam levados em consideração as suas próprias Diretrizes Curriculares (BRASIL, 2004c) e o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (BRASIL, 2017) para a elaboração dos cursos e definição dos objetivos, características e duração: assim, um curso

---

<sup>36</sup> Resolução CNE/CES nº 5, de 08 de março de 2004.

Tecnológico em Design de Moda deve seguir as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos superiores em tecnologia<sup>37</sup>, as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Design e o Catálogo.

Além das Diretrizes Curriculares acima mencionadas, existem ainda aquelas que orientam a elaboração de elementos comuns a currículos de muitos cursos, conforme legislação específica. É o caso das Leis nº 10.639, de 09 de janeiro de 2003 e nº 11.645, de 10 de março de 2008 que estabeleceram a obrigatoriedade da inclusão nos currículos da História e cultura afro-brasileira, africana e indígena e cuja orientação está nas Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena<sup>38</sup>.

Segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação em Design, o perfil desejado do formando em Design, incluindo o Design de Moda, deve abranger a **apropriação do pensamento reflexivo** e da sensibilidade artística e a **aptidão para a produção de objetos envolvendo sistemas de informações culturais**, visuais, artísticas, estéticas e tecnológicas, **observando ajustamentos históricos, traços culturais de desenvolvimento das comunidades, as características dos usuários e seu contexto socioeconômico e cultural** (BRASIL, 2004a, grifos meus). Neste perfil profissional, incluem-se competências e habilidades para, entre outros aspectos, “[...] visão histórica e prospectiva, **centrada nos aspectos socioeconômicos e culturais**, revelando **consciência das implicações** econômicas, **sociais, antropológicas**, ambientais, estéticas e éticas **de sua atividade**” (BRASIL, 2004a, p. 2, grifos meus). O documento também estabelece que a organização curricular dos cursos deve contemplar os seguintes conteúdos básicos:

[...] **estudo da história e das teorias do Design em seus contextos sociológicos, antropológicos**, psicológicos e artísticos, abrangendo métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/objeto/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado (BRASIL, 2004a, p. 2, grifos meus).

---

<sup>37</sup> Resolução CNE/CP nº 3, de 18 de dezembro de 2002.

<sup>38</sup> Resolução CNE/CP nº 1, de 17 de junho de 2004. O ensino da cultura indígena não é mencionado no título da Resolução, mas é contemplado no seu conteúdo.

Com estas exigências, para a organização de uma estrutura e atividades curriculares, espera-se que o profissional formado deva apresentar não só alto grau de criatividade e apropriação do pensamento reflexivo, sensibilidade artística para projetar, planejar e desenvolver produtos de Moda, como também ter formação técnica e prática fundamentada em conhecimentos filosóficos, sociológicos, antropológicos e psicológicos aliados, ainda, ao senso ético profissional e à responsabilidade socioambiental. Em outras palavras, o aluno não deve apenas desenhar croquis<sup>39</sup>, mas ter conhecimento de todo o processo criativo, desde a pesquisa para a concepção das coleções como a confecção dos modelos (MACEDO; et. al., 2015). São necessárias, neste processo, habilidades manuais e mentais,

[...] pois quanto maior a quantidade de referências bibliográficas, imagéticas, documentais, maiores as chances para o discente desenvolver uma coleção plural, estabelecendo analogias e ligações entre todas as partes, estimulando a criatividade e abrindo novas possibilidades ao Design de Moda (MACEDO; et. al., 2015, p. 12).

Já as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana têm como meta promover a **educação dos cidadãos sobre a multiculturalidade e pluriétnicidade da sociedade brasileira** na busca por relações étnico-raciais positivas (BRASIL, 2004b). O documento estabelece que esta educação deve ser desenvolvida “por meio de conteúdos, competências, atitudes e valores a serem estabelecidos pelas instituições de ensino e seus professores, com o apoio e supervisão dos sistemas de ensino, entidades mantenedoras e coordenações pedagógicas” (BRASIL, 2004b, p. 1), mas, no caso do ensino superior, não especifica detalhadamente de quais formas – se em conteúdo teórico, prático, transdisciplinar ou atividades interdisciplinares. Neste sentido, a categoria “Relações Étnico-Raciais” foi criada por muitas instituições de ensino superior que adotaram em suas grades curriculares esta disciplina - ou outras correlatas, que acabam por enquadrar as discussões da Antropologia - como forma de contemplar as Diretrizes e a Lei nº 10.693 de 2003 (BADIA; VIEIRA, 2015, p. 255).

---

<sup>39</sup> Croquis são desenhos elaborados de artigos de vestuário, geralmente pouco realísticos e carregados de elementos estilísticos que levam o foco do observador à roupa e não à figura humana que a veste.

Para Sansone (2007, p. 24), a implementação da Lei Federal nº 10.693 de 2003 “trata-se de uma primeira tentativa, generosa, mas desorganizada e descapitalizada, de criar um multiculturalismo à brasileira”. Tanto a Lei quanto as Diretrizes Curriculares Nacionais seguem uma perspectiva de educação multicultural, que nasceu da necessidade de se “evitar tensões entre grupos étnicos e culturais e quebrar o ciclo vicioso da discriminação que se abate sobre os grupos culturalmente diferenciados” (NASCIMENTO, 2017, p. 73). Entende-se como sociedade multicultural, aquela cujo processo de constituição teve como base sua diversidade sociocultural formadora - sendo assim, em maior ou menor medida, todas as sociedades são multiculturais. Nestes cenários, o multiculturalismo surgiu como uma resposta ao processo de homogeneização cultural de grupos com particularidades culturais no sentido de reafirmá-las, reivindicando o reconhecimento da diversidade em instâncias religiosas, políticas, estéticas, étnicas ou de gênero.

Com o multiculturalismo, a cultura tornou-se uma importante dimensão social para resistir ao poder. Assim, os grupos minoritários pedem o reconhecimento de suas diferenças e reivindicam a supressão das desigualdades, sejam estas sociais, de gênero, de raça, etnia e opção sexual, que até então eram legitimadas pela hierarquia entre culturas (NASCIMENTO, 2017, p. 51).

As origens das reivindicações multiculturalistas foram as lutas contra o racismo empreendidas pelos negros norte-americanos na década de 1960; já na América Latina, este discurso se faz presente principalmente no campo da educação (NASCIMENTO, 2017), onde atualmente procura-se “ampliar e rever os currículos escolares, incorporando saberes até então deixados de fora, como aqueles relacionados com o ser indígena ou negro” (SANSONE, 2007, p. 24). Inclusive, segundo Nascimento (2017),

[...] dentro do processo de expansão, consolidação e institucionalização do discurso multicultural, foi o campo da educação que mais se consolidou nesse debate. Essa situação deve-se ao fato de ter sido a educação um campo prioritário para as reivindicações das mais diferentes demandas, e como respostas a essas demandas logo se desenvolveram os mais diversos programas educativos para que se pudesse atender às reivindicações desses grupos (NASCIMENTO, 2017, p. 73).

Ganha papel central, assim, a educação superior nas universidades, pois, juntamente com a educação básica da escola pública, “essas instituições abarcam um leque de possíveis beneficiários” (NASCIMENTO, 2017, p. 74). No projeto pedagógico do multiculturalismo brasileiro, a reconstrução dos currículos deve ser feita de forma que evidencie a variedade de formas culturais e processos identitários



presentes na sociedade brasileira, fazendo com que esta variedade seja vista como um fator de força e criatividade e promovendo “uma educação na e para a tolerância, mais do que uma ênfase numa diversidade cultural que parte da população deste país” (SANSONE, 2007, p. 26-27).

Se as diretrizes curriculares básicas para o curso de Moda exigem que determinados conhecimentos e conceitos próprios da Antropologia sejam trabalhados nos cursos, a minha proposta com esta pesquisa é compreender como isso vem sendo executado. Os propósitos destas diretrizes estariam sendo atingidos? Tantos requisitos legais, associados a tendências de interdisciplinaridade e transdisciplinaridade no ensino superior, nos fazem refletir sobre a contribuição do trabalho dos antropólogos em campos de conhecimento nos quais estes profissionais, até alguns anos atrás, não atuavam ou atuavam de forma menos visível (GROISMAN, 2006). Pensando assim, a Antropologia tem um papel muito importante nos mais variados cursos e carreias, mas ele não é necessariamente o de ensinar a fazer pesquisa antropológica: seu papel em outros cursos de graduação é apresentar um outro modo de pensar os problemas próprios de suas respectivas carreias e oferecer informações sobre a diversidade cultural no Brasil, as classes sociais, a pobreza e a violência, entre outras (DURHAM, 2006). É possível afirmar, então, que o objetivo da Antropologia em outros cursos não é formar antropólogos:

A sua função nesses cursos é a de apresentar aos alunos conteúdos e instrumentos conceituais mínimos que os habilitem a compreender aquilo que os antropólogos produziram sobre a área de formação e atuação (profissional ou acadêmica) em que eles irão se formar. O que pode ser almejado é que esses alunos se tornem leitores da produção antropológica e que, ao longo da trajetória profissional ou acadêmica que desenvolverão em sua própria área, eles incorporem uma perspectiva relativizadora que os faça complexificar a compreensão da realidade em que se dará a sua prática profissional e a apreensão do conhecimento produzido em seu próprio campo (MULLER, 2006, p. 381).

Encarado desta forma, o ensino da Antropologia pode ser visto como uma via de incentivo ao pensamento crítico e relativizador sobre o futuro campo profissional do aluno que cursa sua graduação, introduzindo conceitos, leituras e discussões acerca de temas específicos. Os Projetos Pedagógicos de Curso e as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Design e para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena foram leituras que, além de relevantes, foram

norteadores no contato com os interlocutores da pesquisa, pois foi a partir da comparação entre as exigências descritas nas Diretrizes Curriculares Nacionais e as atividades contempladas nos PPC que pude identificar de forma preliminar como o ensino de Antropologia estava estruturado nos cursos de Moda da UFPI e do IFPI em Teresina. Assim, os conceitos e temas antropológicos presentes nos PPC destes dois cursos, serão relacionados e colocados em diálogo com os depoimentos coletados de seus coordenadores, para assim percebermos as possibilidades do ensino de Antropologia nestes cursos. É sobre essas questões que nos dedicaremos nos próximos capítulos.

### **3. O Bacharelado em Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI)**

#### **3.1. Características Gerais**

O curso de Bacharelado em Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, foi iniciado em agosto de 2009 e possui uma carga horária de 2.910 horas/aula a ser integralizada em nove semestres. Nesses 10 anos de atividades, já formou 10 turmas<sup>40</sup> e atualmente passa por um processo de reestruturação curricular. Seu Projeto Pedagógico de Curso foi elaborado por professores do Departamento das Artes da própria Universidade Federal do Piauí e, conforme o documento, o curso foi criado, para atender à demanda da comunidade piauiense por formação acadêmica dentro do seu próprio Estado, de forma que profissionais não precisem mais migrar para outros centros em busca de maior conhecimento no campo do Design de Moda. Ainda segundo o PPC, o curso veio também para atender à necessidade de se desenvolver uma Moda que evidencie a identidade piauiense, que atenda à realidade social, econômica e cultural do Estado, às condições climáticas da região e que desperte a consciência ecológica em relação ao uso de materiais, fibras e corantes regionais.

Conforme observei durante minha pesquisa de campo, creio que o curso continue voltado para o desenvolvimento de uma Moda com identidade piauiense, promovendo o estudo das potencialidades, dos materiais, temas, vocações e necessidades piauienses. Entretanto, percebi que o público do curso, ao longo deste período de 10 anos, tornou-se um pouco diferente. Isto porque, se à época da abertura do curso, ele estava voltado para formar os profissionais de Moda que já atuavam no mercado piauiense e precisavam sair do Estado caso desejassem formação mais aprofundada no campo; hoje, o maior público do curso da UFPI é de alunos recém-saídos do ensino médio – alguns, inclusive, vindos de outras regiões do Brasil, após prestarem o processo seletivo unificado do Sisu (Sistema de Seleção Unificada), algo que pude perceber através dos diferentes sotaques presentes em sala de aula.

---

<sup>40</sup> A 11ª turma concluiu sua carga horária de aulas em 2019.1.

Na graduação do tipo bacharelado, os alunos têm contato com o campo da profissão de forma ampla e geral, de forma que estarão aptos para atuar em diversas áreas da Moda depois de formados e, caso queiram se especializar em um assunto específico do campo, devem buscar uma pós-graduação<sup>41</sup>. Com base nisso e nas demandas para o curso apresentadas, o PPC define como objetivo geral do curso “[...] a formação do designer para atuar na área da Moda visando atender a cadeia têxtil e de vestuário, nos aspectos de criação, projeto e desenvolvimento de produto” (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ, p. 11). Também alinhados às justificativas para implementação do curso, documento explicita alguns objetivos específicos que complementam o objetivo geral:

- Incentivar o despertar de uma consciência ecológica em relação ao uso adequado dos materiais (fibras), utilizados na confecção de indumentárias para vestir o corpo;
- Oferecer as condições adequadas de modo a contribuir para o processo de inclusão social usando a Moda como um instrumento de democratização;
- Formar o profissional comprometido com a criação do Design em Moda em relação à preservação do meio ambiente;
- Oferecer possibilidade de atualização em relação à Moda visando a [sic] uma formação continuada que busque atender às necessidades do contexto sócio-histórico-cultural e político onde o mesmo atuará profissionalmente;
- Fomentar a atividade de pesquisa voltada para os materiais autóctones no sentido de conhecer e valorizar esses materiais como um dos aspectos relevantes para conhecer a cultura brasileira e suas singularidades regionais;
- Formar profissionais habilitados para a produção, a pesquisa e a extensão de forma contextualizada, comprometidos com as questões acadêmicas e com postura crítica, atuante e coerente com a formação recebida;
- Desenvolver a sensibilidade, intuição, criatividade, domínio dos códigos culturais, conhecimentos específicos das linguagens artísticas em relação à Moda;
- Dinamizar as inter-relações entre: teoria, prática e reflexão crítico-sistemáticas;
- Estabelecer estreitos vínculos entre o curso de Bacharelado em Design da Moda e Estilismo e os profissionais que atuam na área de concentração na comunidade piauiense (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ, p. 11).

Em consonância com os objetivos, o perfil do egresso descrito no PPC afirma que o curso almeja formar um profissional capacitado para a iniciativa privada, bem como para atuação em empresas do segmento da Moda em atividades

---

<sup>41</sup> Fonte: portal de notícias G1 (<http://g1.globo.com/pr/norte-noroeste/especial-publicitario/faculdade-eficaz/noticia/2017/07/os-tipos-de-graduacao-no-brasil-e-importancia-delas-para-o-seu-futuro.html>). Acesso em julho de 2019.

de gestão e supervisão e aptos para atender às necessidades de empresas ligadas direta ou indiretamente à indústria têxtil (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ, p. 12). Embora alinhado aos objetivos e demandas para o curso, acredito que este perfil de egresso tenha sido timidamente elaborado quando comparado ao perfil proposto pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design. Segundo o Artigo 3º da Resolução CNE/CES nº 5/2004,

O curso de graduação em Design deve ensejar, como perfil desejado do formando, capacitação para a apropriação do pensamento reflexivo e da sensibilidade artística, para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas, culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades bem como as características dos usuários e de seu contexto sócio-econômico [sic] e cultural (BRASIL, 2004a, p. 2).

Os elaboradores do Projeto Pedagógico do Curso de Design de Moda e Estilismo deixaram de fora do perfil do egresso muitas características que só foram complementadas com as competências e habilidades. Entretanto, elas divergem das competências e habilidades exigidas para o egresso de Design nas Diretrizes Curriculares Nacionais, demonstrando pouco conhecimento dos elaboradores do PPC a respeito desta Resolução. Além disso, elas me pareceram repetitivas, excessivamente floreadas e, muitas vezes, mencionam mais características voltadas para a formação em Educação Artística do que em Moda. As competências e habilidades descritas no Projeto Pedagógico do Curso são:

- Conhecer, dominar e aplicar adequadamente os conteúdos que embasam [o] ensino-aprendizagem em Design de Moda e estilismo, de modo a atender critérios como: contextualização, articulação, pertinência, criatividade e significância;
- Estimular o espírito solidário, a consciência planetária, atitude cidadã, numa visão de totalidade que não restrinja apenas a produção da Moda, mas, acima de tudo, [sic] e a preocupação com os interesses da preservação ambiental;
- Conhecer [e], [sic] assumir postura crítico-reflexiva ante as políticas culturais [e], [sic] econômicas, respeitando as diferenças sociais procurando encontrar novos caminhos que conduzam a [sic] diminuição de diferenças sociais;
- Orientar no sentido de conhecer e praticar princípios éticos, políticos, estéticos relacionados à indústria da Moda;
- Exercitar a vivência do planejamento, reflexão, realização e avaliação do ensino-aprendizagem, sob diferentes ângulos estratégicos de abordagem dos conteúdos, com vistas a uma melhor adequação às diferentes necessidades e perspectivas valorativas e culturais dos estudantes, comunidade e sociedade em geral;
- Avaliar a aprendizagem do educando considerando não só o desenvolvimento cognitivo, mas o emocional e demais inteligências e facetas que compõem o homem em sua totalidade;

- Desenvolver as capacidades perceptuais, criativas, expressivas, conectivista [sic] entre a Arte e as demais disciplinas curriculares acadêmicos [sic];
- Compreender o processo avaliativo como uma das possibilidades de detectar fragilidades com o fim de superá-las durante o processo, para que, findo o período o estudante possa ter conquistado a apropriação do conhecimento proporcionado, superação das dificuldades e fortalecida sua autonomia;
- Conhecer e saber escolher e bem conduzir os processos investigativos que permutam: [sic] produzir e ampliar conhecimentos; avaliar e melhorar a sua prática docente; exercitar a valorização da Moda;
- Conhecer e dominar as novas tecnologias (hardware, software e mídias) a fim de aplicá-las, convenientemente, as [sic] necessidades direcionadas a [sic] produção da Moda e estar assim atualizado no mundo globalizado.  
[...]
- Usar as linguagens artísticas em comunhão com as tecnologias emergentes como modo de expressão e comunicação estetizados, além de proposição da produção em Moda;
- Conceber as linguagens artísticas como representações simbólicas das culturas “locais”, de modo a promover os processos dialéticos, críticos e reflexivos dos processos identitários;
- Vivenciar, planejar e criar novas proposições artísticas – culturais [sic] pela aplicação de avanços tecnológicos, cognitivos, comunicacionais, tecnológicas, e [sic] sensíveis da expressão do ideário humano;
- Desenvolver os potenciais perceptivo, criativo, expressivos, cognitivo, idiossincrático e imaginativo, através do emprego das linguagens artísticas na leitura e re-significação [sic] do mundo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ, p. 13-14).

Para demonstrar o quanto divergem das competências e habilidades exigidas nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, as últimas seguem abaixo:

- I. Capacidade criativa para propor soluções inovadoras, utilizando domínio de técnicas e de processo de criação;
- II. Capacidade para o domínio de linguagem própria expressando conceitos e soluções, em seus projetos, de acordo com as diversas técnicas de expressão e reprodução visual;
- III. Capacidade de interagir com especialistas de outras áreas de modo a utilizar conhecimentos diversos e atuar em equipes interdisciplinares na elaboração e execução de pesquisas e projetos;
- IV. Visão sistêmica de projeto, manifestando capacidade de conceituá-lo a partir da combinação adequada de diversos componentes materiais e imateriais, processos de fabricação, aspectos econômicos, psicológicos e sociológicos do produto;
- V. Domínio das diferentes etapas do desenvolvimento de um projeto, a saber: definição de objetivos, técnicas de coleta e de tratamento de dados, geração e avaliação de alternativas, configuração de solução e comunicação de resultados;
- VI. Conhecimento do setor produtivo de sua especialização, revelando sólida visão setorial, relacionado ao mercado, materiais, processos produtivos e tecnologias abrangendo mobiliário, confecção, calçados, joias, cerâmicas, embalagens, artefatos de qualquer

- natureza, traços culturais da sociedade, softwares e outras manifestações regionais;
- VII. Domínio de gerência de produção, incluindo qualidade, produtividade, arranjo físico de fábrica, estoques, custos e investimentos, além da administração de recursos humanos para a produção;
- VIII. Visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos sócio-econômicos [sic] e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade (BRASIL, 2004a, p. 2).

Em suma, creio que tanto o perfil do egresso como as competências e habilidades descritas no PPC deveriam ter sido extraídas das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e devidamente contextualizadas para o Design de Moda, o que me parece que não ocorreu.

### 3.2. Organização Curricular

Como forma de atender aos objetivos do curso e atingir o perfil pretendido de egresso, a organização curricular do curso de Design de Moda e Estilismo da UFPI está organizada em disciplinas obrigatórias, optativas, teóricas e práticas conforme demonstrando abaixo:

Tabela 3 – Organização curricular completa do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí.

Semestre	Componente Curricular	Carga Horária
<b>1º Semestre</b>	Seminário de Introdução ao Curso	15 horas/aula
	Psicossociologia da Moda	60 horas/aula
	Laboratório de Criatividade e Materiais Expressivos em Moda	60 horas/aula
	Metodologia Científica	60 horas/aula
	História da Indumentária e da Moda I	60 horas/aula
	Teoria da Moda	60 horas/aula
<b>2º Semestre</b>	Tecnologia dos Materiais Têxteis	60 horas/aula
	Desenho de Observação	60 horas/aula
	Desenho Geométrico	60 horas/aula
	História da Indumentária e da Moda II	60 horas/aula
	Análise de Tendências	60 horas/aula
<b>3º Semestre</b>	Laboratório de Confeção de Modelagem Plana Básica	60 horas/aula
	Técnicas de Montagem do Vestuário I	60 horas/aula
	Pesquisa e Criação de Moda I	60 horas/aula

	Desenho Técnico Aplicado ao Vestuário	60 horas/aula
	Optativa	60 horas/aula
<b>4º Semestre</b>	Laboratório de Confeção de Modelagem Plana Feminina	60 horas/aula
	Técnicas de Montagem do Vestuário II	60 horas/aula
	Pesquisa e Criação de Moda II	60 horas/aula
	Design de Moda I	60 horas/aula
	Laboratório de Computação Aplicada à Moda	60 horas/aula
<b>5º Semestre</b>	Laboratório de Confeção de Modelagem Plana Masculina e Infantil	60 horas/aula
	Produção Gráfica em Moda	60 horas/aula
	Design de Detalhes e Acessórios	60 horas/aula
	Marketing e Comunicação de Moda	60 horas/aula
	Projeto Orientado (TCC I)	60 horas/aula
<b>6º Semestre</b>	Moulage	60 horas/aula
	Gestão de Moda I	60 horas/aula
	Produção de Moda	60 horas/aula
	Optativa	60 horas/aula
	Estágio em Moda I	75 horas/aula
<b>7º Semestre</b>	Ecodesign	60 horas/aula
	Gestão Estratégica do Design de Moda II	60 horas/aula
	Fotografia de Moda	60 horas/aula
	Optativa	60 horas/aula
	Estágio em Moda II	90 horas/aula
<b>8º Semestre</b>	Laboratório de Confeção de Modelagem Plana Especial	60 horas/aula
	Vitrinismo	60 horas/aula
	Projeto de Coleção I	60 horas/aula
	Optativa	60 horas/aula
	Estágio em Moda III	90 horas/aula
<b>9º Semestre</b>	TCC II – Elaboração e Defesa	60 horas/aula
	Montagem de Desfile e Curadoria	90 horas/aula
	Projeto de Coleção II	60 horas/aula
	Estágio em Moda IV	90 horas/aula
<b>Rol de Disciplinas Optativas</b>	Antropologia e Imagem	60 horas/aula
	Cultura e Consumo	60 horas/aula
	Artes do Corpo	60 horas/aula



Oficina de Estamparia	60 horas/aula
Oficina de Customização	60 horas/aula
Oficina de Patchwork	60 horas/aula
Oficina de Gravura	60 horas/aula
Leituras do Corpo	60 horas/aula
Semiótica da Moda	60 horas/aula
História e Cultura	60 horas/aula
Cultura Brasileira	60 horas/aula
Crítica e Moda	60 horas/aula
Processos Investigativos na Arte Contemporânea	60 horas/aula
Tópicos Especiais em Arte	60 horas/aula
Cenário e Figurino	60 horas/aula
Padronagem	60 horas/aula
Teoria e Princípios do Design	60 horas/aula
Design de Calçados	60 horas/aula

Fonte: Projeto Pedagógico do Curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí.

Embora não possa afirmar com certeza, acredito que esta organização curricular tenha sido construída com base em currículos de outros cursos com os quais os elaboradores do PPC tiveram contato, pois não havia ainda um NDE estabelecido para o curso, composto por docentes com experiência no Design de Moda para elaborá-la. Como vemos na tabela apresentada, as unidades curriculares estão classificadas como obrigatórias e optativas. Em atendimento às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, percebemos ainda a presença de eixos interligados de formação, sendo um referente aos conteúdos básicos, outro aos conteúdos específicos e um último referente aos conteúdos teórico-práticos<sup>42</sup>. Com base na leitura das ementas das unidades curriculares no

<sup>42</sup> As Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design descrevem os eixos interligados de formação da seguinte forma:

- I. Eixo de conteúdos básicos: estudo da história e das teorias do Design em seus contextos sociológicos, antropológicos, psicológicos e artísticos, abrangendo métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/objeto/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado;
- II. Eixo de conteúdos básicos: estudos que envolvam produções artísticas, produção industrial, comunicação visual, interface, modas, vestuários, interiores, paisagismos, design e outras

Projeto Pedagógico do Curso e nos meus conhecimentos em Design de Moda, realizei a seguinte divisão:

- I. Conteúdos básicos: Psicossociologia da Moda; Metodologia Científica; História da Indumentária e da Moda I e II; Teoria da Moda; Tecnologia dos Materiais Têxteis; Análise de Tendências; Marketing e Comunicação de Moda; Gestão de Moda I; Gestão Estratégica do Design em Moda II; Pesquisa e Criação de Moda I e II; Ecodesign; Antropologia e Imagem; Cultura e Consumo; Artes do Corpo; Leituras do Corpo; Semiótica da Moda; História e Cultura; Cultura Brasileira; Crítica e Moda; Processos Investigativos na Arte Contemporânea; Teoria e Princípios do Design.
- II. Conteúdos específicos: Laboratório de Criatividade e Materiais Expressivos em Moda; Desenho de Observação; Desenho Geométrico; Laboratório de Confecção de Modelagem Plana Básica; Laboratório de Confecção de Modelagem Plana Feminina; Laboratório de Confecção de Modelagem Plana Masculina e Infantil; Laboratório de Confecção de Modelagem Plana Especial; Moulage; Técnicas de Montagem do Vestuário I e II; Desenho Técnico Aplicado ao Vestuário; Design de Moda; Laboratório de Computação Aplicada à Moda; Produção Gráfica em Moda; Design de Detalhes e Acessórios; Produção de Moda; Fotografia em Moda; Vitrinismo; Oficina de Estamparia; Oficina de Customização; Oficina de Patchwork; Oficina de Gravura; Tópicos Especiais em Arte; Cenário e Figurino; Padronagem; Design de Calçados.
- III. Conteúdos teórico-práticos: Projeto Orientado (TCC I); TCC II – Elaboração e Defesa; Estágio em Moda I ao IV; Projeto de Coleção I e II; Montagem de Desfile e Curadoria.

---

produções artísticas que revelem adequada utilização de espaços e correspondam a níveis de satisfação pessoal;

- III. Eixo de conteúdos teórico-práticos: domínios que integram a abordagem teórica e a prática profissional, além de peculiares desempenhos no estágio curricular supervisionado, inclusive com a execução de atividades complementares específicas, compatíveis com o perfil desejado do formando (BRASIL, 2004a, p. 2-3).

O eixo de formação dos conteúdos básicos será o foco deste trabalho, pois contempla o estudo da história e das teorias do Design em seu contexto antropológico, bem como sociológico, psicológico e artístico (BRASIL, 2004a). Assim, após análise das ementas, selecionei para um estudo mais apurado da possibilidade do ensino de Antropologia no curso as disciplinas Teoria da Moda (obrigatória), Antropologia e Imagem, Artes do Corpo, Cultura e Consumo, Leituras do Corpo, História e Cultura e Cultura Brasileira (optativas). Posteriormente, em decorrência do diálogo com o coordenador do curso, acrescentei à pesquisa também Psicossociologia da Moda e História da Indumentária I e II.

O PPC prevê ainda, uma proposta metodológica fundada na articulação entre teoria e prática e na transdisciplinaridade. Conforme o documento:

A abordagem transdisciplinar abrange uma compreensão da realidade que deve estar pautada na complexidade como recurso epistemológico. **O conhecimento, nesse sentido, acontece de forma dinâmica, de modo que o real não se fixe em formas estáticas do próprio conhecimento.** Entende-se, assim, que a sua tarefa é **integrar as disciplinas, superando este caráter disciplinar**, a partir do diálogo permeado por diferentes configurações epistêmicas. Conseqüentemente a organização curricular exige uma reorientação dos modelos tradicionais das grades curriculares estruturadas em disciplinas isoladas para a organização por áreas de conhecimento (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ, p. 17, grifos meus).

Com base nisso e também em decorrência da conversa que tive com o coordenador do curso, acrescentei, ainda, Projeto de Coleção I e II e Montagem de Desfile e Curadoria, unidades do eixo de formação de conteúdos teórico-práticos, pela possibilidade de proporcionarem o exercício empírico de conhecimentos teóricos adquiridos anteriormente no curso. A partir desta seleção, como explicitado na metodologia deste trabalho, fiz a leitura dos Planos de Ensino e entrei em contato com os professores no intuito de entrevistá-los.

Não tive problemas em estudar as disciplinas obrigatórias, pois tive total anuência da coordenação do curso, bem como fácil acesso aos docentes que as ministraram no período 2019.1 tanto para acompanhar às suas aulas quanto para a entrevista. A respeito das optativas, tive que observar a oferta das mesmas. Desta forma, Antropologia e Imagem, Artes do Corpo, Cultura e Consumo, Leituras do Corpo e História e Cultura não puderam ser estudadas, porque não tiveram oferta recente ou porque seus últimos professores encontravam-se afastados ou desligados do corpo docente do curso. Na verdade, de todas essas unidades curriculares optativas, as únicas que já foram ofertadas foram Cultura e Consumo e

Cultura Brasileira. A primeira delas foi ofertada no segundo semestre de 2016, mas a professora que a ministrou encontrava-se afastada durante minha pesquisa de campo, enquanto fazia seu curso de doutorado em Portugal, e não se mostrou disponível para responder a meus questionamentos. Já a segunda, Cultura Brasileira, foi ofertada nos períodos 2016.2, 2017.1 e 2017.2 e, mesmo sem poder observar às aulas, eu optei por incluí-la neste trabalho através dos dados coletados na entrevista com o professor que a ministrou, pois ele faz parte do corpo docente efetivo do curso.

Visto que de todas as unidades curriculares optativas com possibilidade de ensino de Antropologia, apenas duas foram ofertadas ao longo de 10 anos de curso, resolvi investigar como ocorre o processo de eleição das mesmas. Segundo o coordenador do curso, a oferta das disciplinas optativas de cada semestre é realizada com base em dois critérios: a) demanda dos alunos e b) disponibilidade de corpo docente qualificado: “[...] nós analisamos as duas coisas. A demanda dos alunos e a disponibilidade dos professores. Nós temos um cuidado muito grande em ofertar uma optativa cujo professor não tenha um bom conhecimento”. Para cumprir a carga horária devida, cada aluno deve cursar quatro disciplinas optativas, que são ofertadas ao longo dos nove semestres do curso. Como dito acima, a escolha da unidade curricular optativa depende da demanda da turma, que deve entrar em consenso no semestre anterior à sua oferta. Após a eleição por parte da turma, a coordenação analisa a disponibilidade de professor para ministrá-la e dá o retorno da possibilidade de oferta ou não. Há alguns casos em que a optativa se torna “optarória”, conforme detalhado pelo coordenador, por ela se tornar a única opção disponível para oferta naquele semestre específico: “Às vezes realmente se não tiver o professor, a gente oferta aquela disciplina. Aí ela se torna, como a gente diz no nosso jargão, ‘optatória’”.

Ao investigar no sistema acadêmico da UFPI sobre esta questão, verifiquei que algumas unidades curriculares optativas possuem oferta mais recorrente do que outras: Oficina de Estamparia, Padronagem e Design de Calçados. Conforme o relato do coordenador, Design de Calçados é uma das mais solicitadas pelos alunos e foi ofertada enquanto houve docente capacitado para ministrá-la. Já Oficina de Estamparia e Padronagem, de acordo com minha interpretação, se encaixam na classificação de “optarória”, ou seja, atendem ao

segundo critério, de disponibilidade de docente qualificado, mais do que ao primeiro, de eleição por parte da turma. Apesar de não ter sido algo ao qual me dediquei com mais afinco, fica aqui uma reflexão a respeito da baixa oferta de Antropologia e Imagem, Artes do Corpo, Cultura e Consumo, Leituras do Corpo e História e Cultura: seria por pouco interesse dos alunos ou pela indisponibilidade de docente qualificado?

Em resumo, os componentes curriculares estudados foram Teoria da Moda, Psicossociologia da Moda, Cultura Brasileira, História da Indumentária e da Moda I e II, Projeto de Coleção I, Projeto de Coleção II e Montagem de Desfile e Curadoria, cujas atividades acadêmicas foram etnografadas na tentativa de perceber como a Antropologia vem sendo ensinada no curso de Design de Moda e Estilismo da UFPI.

História da Indumentária e da Moda I e II foram duas unidades curriculares estudadas porque apareceram no discurso do coordenador como possíveis âmbitos para o ensino de códigos culturais em relação à Moda, para o estudo da dinâmica histórica e cultural da Moda e para o exercício crítico da Moda, objetivos que podem ser alcançados com o ensino de conceitos antropológicos e com abordagem metodológica relativizadora. Entretanto, ao longo do andamento da pesquisa, pude observar que as disciplinas tiveram ênfase na apresentação das características gerais de vários tipos de indumentária separados cronologicamente, de acordo com períodos históricos da humanidade, da pré-história à contemporaneidade, contextualizados social e culturalmente. Tal ênfase, na minha opinião, não foi suficiente para relacionar a História da Indumentária e da Moda ao ensino de Antropologia, pois, para citar um exemplo, uma rápida apresentação da organização social, política, econômica, geográfica e religiosa do Egito Antigo para melhor compreensão dos artigos de vestuário usados à época não constituem ensino sobre cultura, diversidade ou relativismo. Em outras palavras, não foram apresentados conceitos antropológicos e foram poucas as ocasiões que proporcionassem uma atitude relativizadora perante o campo da Moda. Desta forma, acredito que a História e a Antropologia façam parte de um tronco comum de conhecimento que pode – e deve – ser estudado de forma crítica, e foi isso que observei em diversas aulas. Talvez seja esta característica que contribua para o ensino de códigos culturais em relação à Moda, para o estudo da dinâmica histórica

e cultural da Moda e para o exercício crítico da Moda e tenha me seduzido a estudar estas unidades curriculares, mas o que encontrei foi o estudo crítico da História da indumentária ou da Moda, dependendo do período estudado.

### 3.3. Corpo Docente

O corpo docente de Design de Moda e Estilismo da UFPI possui professores com formação variada e, quando comparado aos quadros docentes dos demais cursos ofertados em Teresina, chama atenção pela alta titulação: dos 19 professores que formam o quadro docente do curso, quatro (04) são doutores, dez (10) são mestres e apenas cinco (05) são especialistas<sup>43</sup>. Além deste quantitativo, também é relevante o fato de que muitos são graduados em Design de Moda ou Estilismo e Moda (47% do corpo docente) e, mesmo quando formados em áreas diferentes (Educação Artística, Economia, Pedagogia, Design, Geografia, Ciências Sociais, Direito, Administração e Economia Doméstica), possuem pós-graduações ou trabalhos de pesquisa afins ao Design de Moda<sup>44</sup>. Abaixo segue a relação do atual corpo docente do curso, sua respectiva formação e unidades curriculares lecionadas:

Tabela 4 – Membros do corpo docente do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí com respectiva formação.

Nome	Formação	Unidades curriculares lecionadas em 2019.1 <sup>45</sup>
------	----------	--

<sup>43</sup> Em outros cursos, a proporção de doutores para o total do quadro docente é bem menor: no IFPI de Teresina, são 16 professores, 1 doutor, 11 mestres e 4 especialistas; no Uninovafapi, são 9 professores, 1 doutor, 4 mestres e 4 especialistas; e na Facid Wyden, são 7 professores, nenhum doutor, 3 mestres e 4 especialistas. Infelizmente, não tive acesso ao corpo docente completo do curso de Design de Moda da Facid Wyden, apenas informações parciais. Entretanto, pela minha vivência em instituições privadas de ensino, acredito que deva haver pelo menos um membro do corpo docente com doutorado, mesmo que seja um docente vinculado a outro curso da mesma instituição, para melhorar os indicadores avaliativos do curso junto ao MEC.

<sup>44</sup> A área de formação dos professores dos demais cursos também é bem direcionada para o Design de Moda, sendo a maior proporção no Uninovafapi (55%), mas as áreas de pós-graduação são mais variadas – há no Uninovafapi, por exemplo, um doutor em Engenharia Biomédica sem qualquer formação em Design de Moda. Conforme minha experiência profissional em instituições privadas de ensino, acredito que este professor faça parte do quadro de docentes do curso de Biomedicina desta mesma instituição, e tenha sido inserido no corpo docente de Design de Moda para melhorar os indicadores avaliativos do curso junto ao MEC por possuir titulação de doutor.

<sup>45</sup> No Sistema Acadêmico da Universidade Federal do Piauí (SIGAA), todos os membros do corpo docente do curso foram vinculados aos Estágios de Moda I, II, III e IV, ao Projeto Orientado (TCC I) ou ao TCC II – Elaboração de Defesa, pois essas unidades curriculares precisam de orientadores e supervisores das atividades acadêmicas.

<b>Aliana Barbosa Aires</b>	<p>Graduação em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo (Escola Superior de Propaganda e Marketing);</p> <p>Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo (Escola Superior de Propaganda e Marketing).</p>	<p>Estágio de Moda I;</p> <p>Projeto Orientado (TCC I);</p> <p>Metodologia Científica;</p> <p>Gestão de Moda I;</p> <p>Gestão Estratégica do Design de Moda II.</p>
<b>Andreina de Almeida Rabelo</b>	<p>Graduação em Design de Moda e Estilismo (Universidade Federal do Piauí);</p> <p>Especialização em Docência do Ensino Superior (Faculdade Ademar Rosado);</p> <p>Especialização em Moda, Cultura e Mercado (Faculdade Ademar Rosado).</p>	<p>Estágio de Moda II;</p> <p>Desenho Geométrico;</p> <p>Design de Detalhes de Acessórios;</p> <p>Desenho Técnico Aplicado ao Vestuário.</p>
<b>Antônio Gonçalves Mineiro Filho</b>	<p>Graduação em Ciência Econômica (Universidade Federal do Piauí);</p> <p>Graduação em Licenciatura Plena em Educação Artística (Universidade Federal do Piauí);</p> <p>Especialização em História da Arte e da Arquitetura (Instituto Camillo Filho).</p>	<p>Estágio de Moda II;</p> <p>Projeto Orientado (TCC I);</p> <p>TCC II – Elaboração de Defesa;</p> <p>Laboratório de Confecção de Modelagem Plana Básica.</p>
<b>Artemísia Lima Caldas</b>	<p>Graduação em Administração de Empresas (Universidade de Fortaleza);</p> <p>Graduação em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Especialização em Design têxtil em Moda (Faculdade Católica do Ceará);</p> <p>Mestrado em Avaliação de Políticas Públicas (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Doutorado em Engenharia Têxtil (Universidade do Minho – Portugal).</p>	<p>Estágio de Moda IV;</p> <p>Projeto Orientado (TCC I);</p> <p>TCC II – Elaboração de Defesa;</p> <p>Laboratório de Confecção de Modelagem Plana Feminina;</p> <p>Laboratório de Confecção de Modelagem Plana Masculina e Infantil.</p>
<b>Ascânio Wanderley Abrantes de Carvalho</b>	<p>Graduação em Ciências Sociais (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Especialização em Arte e Educação (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará);</p> <p>Especialização em Design e Marketing (Universidade do Minho – Portugal);</p> <p>Mestrado de Design e Marketing (Universidade do Minho – Portugal).</p>	<p>Estágio de Moda I;</p> <p>Projeto Orientado (TCC I);</p> <p>TCC II – Elaboração de Defesa;</p> <p>Projeto de Coleção I;</p> <p>Projeto de Coleção II;</p> <p>Montagem de Desfile e Curadoria.</p>
<b>Cícero de Brito Nogueira</b>	<p>Graduação em Arte (Universidade Federal do Piauí);</p>	<p>Estágio de Moda III;</p>

	<p>Especialização em História da Arte e da Arquitetura (Instituto Camillo Filho);</p> <p>Especialização em História Cultural (Universidade Federal do Piauí);</p> <p>Mestrado em História (Universidade Federal do Piauí).</p>	<p>TCC II – Elaboração de Defesa;</p> <p>Fotografia em Moda;</p> <p>Laboratório de Computação Aplicada à Moda;</p> <p>Produção Gráfica em Moda.</p>
<b>Francisca Danielle Araújo de Souza</b>	<p>Graduação em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Especialização em Design Têxtil (Faculdade Católica do Ceará);</p> <p>Mestrado em Comunicação Social (Universidade Federal do Piauí).</p>	<p>Estágio de Moda IV;</p> <p>Projeto Orientado (TCC I);</p> <p>TCC II – Elaboração de Defesa;</p> <p>Pesquisa e Criação de Moda I;</p> <p>Vitrinismo;</p> <p>Pesquisa e Criação de Moda II.</p>
<b>Gloria Cele Coura Gomes</b>	<p>Graduação em Ciências Sociais (Universidade Federal de Campina Grande);</p> <p>Especialização em Moda e Marketing (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Especialização em Metodologia do Ensino das Artes (Faculdade Católica do Ceará).</p>	<p>TCC II – Elaboração de Defesa;</p> <p>Projeto Orientado (TCC I).</p>
<b>Humberto Pinheiro Lopes</b>	<p>Graduação em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Especialização em Estudos Contemporâneos (Universidade de Coimbra – Portugal);</p> <p>Mestrado em Arte e Cultura Visual (Universidade Federal de Goiás);</p> <p>Doutorado em Estudos Contemporâneos (Universidade de Coimbra – Portugal).</p>	<p>Estágio de Moda I;</p> <p>Projeto Orientado (TCC I);</p> <p>TCC II – Elaboração de Defesa;</p> <p>Produção de Moda;</p> <p>Ecodesign;</p> <p>Análise de tendências.</p>
<b>Iara Mesquita da Silva Braga</b>	<p>Graduação em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Mestrado em Design e Marketing (Universidade do Minho – Portugal).</p>	<p>Estágio de Moda I;</p> <p>Projeto Orientado (TCC I);</p> <p>TCC II – Elaboração de Defesa;</p> <p>Teoria e Princípios do Design (optativa);</p> <p>Teoria da Moda;</p> <p>Psicossociologia da Moda.</p>
<b>Jefferson Mendes de Souza (coordenador)</b>	<p>Graduação em Economia Doméstica (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Mestrado em Design e Marketing (Universidade do Minho – Portugal);</p>	<p>Estágio de Moda III;</p> <p>Estágio de Moda II;</p> <p>Projeto Orientado (TCC I);</p>



	Doutorado em Engenharia Têxtil (Universidade do Minho – Portugal).	Tecnologia dos Materiais Têxteis; Padronagem (optativa); Seminário de Introdução ao Curso.
<b>Juliana Bezerra Gomes de Pinho Pessoa</b>	Graduação em Pedagogia (Universidade de Fortaleza); Graduação em Estilismo e Moda (Faculdade Católica do Ceará); Especialização em Moda e Marketing (Faculdade Católica do Ceará); Mestrado em Design e Marketing (Universidade do Minho – Portugal).	Estágio de Moda IV; TCC II – Elaboração de Defesa; Laboratório de Confecção de Modelagem Plana Básica; Moulage.
<b>Juliana Castelo Branco de Noronha Campos</b>	Graduação em Educação Artística (Universidade Federal do Piauí); Mestrado em Semiótica (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo).	TCC II – Elaboração de Defesa; Projeto Orientado (TCC I).
<b>Liliane Araújo Pinto</b>	Graduação em Administração (Universidade Estadual Vale do Acaraú); Especialização em Gestão de Recursos Humanos (Universidade Estadual Vale do Acaraú); Mestrado em Administração e Controladoria (Universidade Federal do Ceará).	Projeto Orientado (TCC I); Marketing e Comunicação de Moda.
<b>Manuel Teles de Oliveira Filho</b>	Graduação em Design (Universidade Federal de Campina Grande); Especialização em Gestão e Análise Ambiental (Universidade Estadual da Paraíba).	Estágio de Moda II; Design de Moda I; Técnicas de Montagem do Vestuário I; Técnicas de Montagem do Vestuário II.
<b>Maria de Jesus Farias Medeiros</b>	Graduação em Direito (Universidade de Fortaleza); Graduação em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará); Especialização em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará); Especialização em Metodologia do Ensino de História (Universidade Estadual do Ceará); Especialização em Design Têxtil de Moda (Faculdade Católica do Ceará);	Estágio de Moda IV; Projeto Orientado (TCC I); TCC II – Elaboração de Defesa; História da Indumentária e da Moda II; Laboratório de Confecção de Modelagem Plana Especial; Tópicos Especiais em Arte (optativa).

	Mestrado em Administração e Controladoria (Universidade Federal do Ceará).	
<b>Nilce Aparecida Vasques Serejo</b>	Graduação em Educação Artística (Universidade Federal do Piauí); Graduação em Geografia (Universidade Federal do Piauí); Especialização em Ciências Ambientais (Universidade Federal do Piauí).	Estágio de Moda II; Projeto Orientado (TCC I); TCC II – Elaboração de Defesa; Laboratório de Criatividade e Materiais Expressivos em Moda; Oficina de Estamparia (optativa).
<b>Núbia de Andrade Viana</b>	Graduação em Educação Artística (Universidade Federal do Piauí); Especialização em História Cultural (Universidade Federal do Piauí); Mestrado em Comunicação (Universidade Federal do Piauí).	Estágio de Moda III; Projeto Orientado (TCC I); TCC II – Elaboração de Defesa; Desenho de Observação; Design de Calçados (optativa).
<b>Simone Ferreira de Albuquerque</b>	Graduação em Design de Moda (Centro Universitário Uninovafapi); Especialização em Gestão de Negócios da Moda (Centro Universitário Uninovafapi); Especialização em Docência do Ensino Superior (Centro Universitário Maurício de Nassau); Mestrado em História (Universidade Federal do Piauí).	TCC II – Elaboração de Defesa; História da Indumentária e da Moda I; Moulage.

Fontes: Sistema acadêmico da Universidade Federal do Piauí (SIGAA), Projeto Pedagógico do Curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí e Plataforma Lattes - CNPq. Acesso em março de 2019.

Podemos observar pela tabela apresentada que não há professores antropólogos no corpo docente do curso de Design de Moda e Estilismo na UFPI. Mesmo não havendo uma disciplina obrigatória especificamente de Antropologia da Moda, alguns conteúdos antropológicos encontram-se “distribuídos” em outras unidades curriculares, bem como há a possibilidade de exercício empírico deste tipo de conhecimento em outros momentos do curso, em unidades curriculares teórico-práticas. Essas informações me fizeram refletir sobre quem são os docentes que lecionam o conteúdo antropológico previsto na organização curricular do curso em observância às Diretrizes Curriculares Nacionais, e como eles o fazem.

### 3.4. O Discurso do Coordenador

O atual coordenador do curso da UFPI é graduado em Economia Doméstica, mestre e doutor em Engenharia Têxtil. Em sua formação acadêmica, iniciou o curso de Moda e Estilismo (bacharelado ofertado pela Universidade Federal do Ceará, atualmente denominado de Design - Moda) durante um ano, mas não se identificou com o curso:

*[...] me via como uma pessoa da produção, da parte de produção de produtos né. Não me via como um criador, como um criador de Moda. [...] Economia Doméstica, cabe mais na área que eu quero, que era na parte da produção de vestuário, controle de qualidade (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Ao se referir ao PPC do curso, ele explicou que o documento foi elaborado por professores do Departamento de Artes da própria Universidade Federal do Piauí e que eles não tinham conhecimento aprofundado sobre o mercado de Moda piauiense, o que afetou certos aspectos do documento. Para ele, o que deveria ter sido considerado durante a construção do currículo do curso é que, num mercado dividido entre comércio e indústria, a produção industrial piauiense ainda é muito pequena em comparação com Estados vizinhos como Ceará e Pernambuco, o que faz com que se destaque no Piauí o comércio de Moda. Considerando que a ausência de grandes indústrias têxteis no Piauí leva os profissionais de Moda do Estado a empreender, para o coordenador, isso faz com que seja necessário um conhecimento geral da indústria de Moda, algo que deveria se refletir na organização curricular do curso. Segundo ele:

*[...] nós identificamos que, como o Piauí ainda não tem um parque de produção e indústria de vestuário muito grande, então grande parte dos nossos profissionais serão empreendedores. [...] E o profissional que vai hoje para a indústria, se ele é um empreendedor, ele tem que entender da sua indústria de uma forma geral. [...] Até porque isso vai se refletir na nossa grande curricular. O que é que nós temos aqui? Se você for olhar, nós temos a disciplina de Montagem I e II e temos Modelagem I, Modelagem plana básica, Modelagem infantil, Modelagem feminina, Modelagem masculina... Professor, para que esse tanto de modelagem, se eu sou um criador, se eu quero ser um designer? Aí é quando a gente fala que o Design é um processo de produção. O brasileiro, não é só aqui no Piauí, [...] eles acham que Design é só um desenho, e não é. [...] Então, assim, a atuação do profissional de Moda vai muito além do que apenas ele fazer a criação no papel do projeto daquela coleção. Ele tem que entender de todas as etapas do processo produtivo (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

Eu diria, na verdade, que o mais prejudicial para Projeto Pedagógico foi o escasso conhecimento dos elaboradores sobre o campo do Design de Moda, e não

sobre o mercado ou a indústria piauiense. Ao meu ver, as demandas pelo curso mencionadas no PPC me pareceram plausíveis com o cenário da época da sua implementação, já que este foi o primeiro bacharelado em Design de Moda do Piauí. Da mesma forma, considero os objetivos do curso consistentes com estas demandas, pois buscava oferecer uma opção de formação acadêmica antes inexistente no Estado para esses profissionais que já atuavam na indústria. Já o perfil do egresso e as competências e habilidades, na minha concepção, deveriam ter sido extraídas das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, o que me parece que não ocorreu. Quanto à organização curricular, não sei como se deu seu processo de definição, mas acredito que ela deva ter sido construída com base em currículos de outros cursos.

Mesmo com estes pontos fortes e fracos, os comentários que o coordenador do curso teceu a respeito do PPC me pareceram contraditórios. Isto porque, num primeiro momento, ele considerou que as demandas pelo curso estavam desajustadas à realidade da Moda piauiense, pois o mercado precisava de empreendedores e, assim, a formação desejada deveria abranger um conhecimento geral sobre todo o processo produtivo da indústria da Moda. Entretanto, num segundo momento, ele se contradisse, pois defendeu que a organização curricular do curso contempla justamente todos esses aspectos, incluindo as disciplinas mais técnicas como modelagens e montagens (costura), bem como as mais teóricas. Se a organização curricular contempla todos estes aspectos, então, não houve incoerências com as demandas de mercado descritas no PPC. Além disso, ao ressaltar que o Design de Moda é um processo de produção e não só de criação, o coordenador demonstrou sua visão a respeito do campo, algo decorrente, na minha interpretação, do seu perfil profissional com atuação focada, como ele mesmo explicou, *“na área técnica, na área têxtil, na área de padronagem”* - tanto que seu mestrado tem concentração em Design e marketing têxtil e seu doutorado, em nanotecnologia. Este pode ter sido o verdadeiro motivo que o levou a defender que a organização curricular do curso deveria ter como foco as etapas deste processo produtivo.

Assim, o principal objetivo do curso, segundo seu coordenador, é formar um profissional voltado para o processo do Design do vestuário, indicando um alinhamento aos objetivos descritos no PPC. Para o coordenador,

*Se você for analisar a grade disponível, o produto de Moda que atualmente o curso trabalha é o vestuário. Embora nós tenhamos alunos que saem e se destacam [...] em outras áreas, como Design de calçados, por exemplo. Se você sabe desenhar vestuário, você sabe desenhar um calçado. Se você sabe desenhar um calçado, você sabe desenhar uma joia. O aluno sai com a habilidade do desenho. Mas o profissional que nós formamos é aquele profissional formado em indústria de confecção do vestuário. Seja ela no tecido plano, como o jeans, certo? Seja ela na malha. Seja ele que vai atuar em lavanderias e assim sucessivamente (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

Ele ainda acrescentou que, para se destacar enquanto profissionais na indústria da Moda, os alunos precisam saber identificar e interpretar as tendências que vem da indústria, transformando-as numa coleção de vestuário visualmente atrativa para o consumidor. Para isso, ele defendeu que o profissional egresso do curso precisa ter conhecimentos do processo de criação e também da produção industrial: “[...] ele não é obrigado a ter conhecimentos específicos da produção, mas ele tem que conhecer alguma coisa da produção”. Por isso, para o coordenador, “[...] o conhecimento básico do curso é para ele [aluno] sair com toda a sua qualificação para ele ter, digamos assim, sucesso na elaboração de uma coleção de vestuário”. Este é um perfil de egresso, a meu ver, alinhado ao descrito no PPC.

Não podemos esquecer, entretanto, que Douglas e Isherwood (2009 [1979]) defenderam, em sua teoria antropológica sobre o consumo, que

Os bens são dotados de valor pela concordância dos outros consumidores. Eles se reúnem para classificar eventos, mantendo julgamentos antigos ou alterando-os. Cada pessoa é uma fonte e um objeto de julgamentos; cada indivíduo está no esquema de classificação cujas discriminações está ajudando a estabelecer. Pela presença de seus pares em seus funerais ou casamentos familiares, pela lembrança deles em seus aniversários, pelas visitas deles em seu leito de enfermo, prestam-lhe o serviço de marcação de sua presença. A espécie de mundo que criam em conjunto é construída a partir de mercadorias, escolhidas por sua adequação, para marcar os eventos numa escala de grandeza apropriada (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009 [1979], p. 123-124).

Assim, uma coleção de vestuário bem elaborada e bem-sucedida comercialmente – “*visualmente atrativa para o consumidor*”, nas palavras do coordenador – dependem de conhecimento cultural mínimo sobre produção e consumo, e não apenas do conhecimento técnico do processo de criação e produção industrial, como defendeu o coordenador do curso.

A respeito da relação entre teoria e prática no curso, o coordenador disse que há uma maioria de unidades curriculares práticas em relação às teóricas, mas, pelo fato do curso ser um bacharelado, ele ainda considera sua carga horária teórica

elevada, principalmente se comparada aos cursos tecnológicos: enquanto os últimos proporcionam um conhecimento mais específico da área, o bacharelado possibilita uma formação mais generalista. Ele explicou que a articulação entre a teoria e a prática funciona de tal forma que o conhecimento adquirido numa disciplina teórica pode ser utilizado em uma outra de cunho prático, mesmo que em semestres diferentes, evidenciando a abordagem transdisciplinar de que trata o PPC:

*Sim, são articuladas. [...] a História da Indumentária, por exemplo, [...] História da Indumentária I, o aluno vê logo agora no primeiro semestre dele. Ele vai aprender desde o início, como foi que o ser humano inicialmente começou a utilizar os materiais, como foram os primeiros tipos de peça do vestuário, de roupas que ele utilizou. [...] Pode esse conhecimento ser utilizado em uma disciplina como a minha, Materiais Têxteis, que vem no terceiro semestre, que vem no segundo, desculpe. Se você vai fazer um trabalho de pesquisa, [...] digamos assim, vocês vão fazer um levantamento de matérias têxteis visando a aplicação da época do pessoal dos tartans escoceses, por exemplo, que é um estilo de xadrez. Então, eles vão pesquisar todo aquele tipo de xadrez, qual era a utilização daqueles saíotes escoceses, qual era o tipo de material, qual era o tipo de fibra (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

O coordenador explicou mais detalhadamente que o conhecimento é segmentado e vai sendo construído e exercitado aos poucos até os semestres finais do curso, onde são realizadas atividades de desenvolvimento de coleções de produtos de vestuário, atividades essas que proporcionariam o alcance do objetivo final do curso, uma vez que reuniriam tanto as competências como as habilidades do perfil do egresso. Segundo ele, “[o aluno] pega todo um conjunto de conhecimentos e, nessa última disciplina, que é a [Montagem de Desfile e] Curadoria, culmina com o desfile, que é o Piauilismo”.

O Piauilismo é um evento realizado semestralmente, cuja organização faz parte dos requisitos para a aprovação dos alunos na unidade curricular Montagem de Desfile e Curadoria, presente no nono semestre do curso. Todos os detalhes do evento são elaborados conforme um tema que, a cada edição, apresenta alguma relação com o Estado do Piauí. Nele, são desfiladas as coleções de produtos de vestuário de Moda projetadas e desenvolvidas pelos alunos nas unidades curriculares Projeto de Coleção I e Projeto de Coleção II, presentes no oitavo e nono semestre do curso, respectivamente. Estas coleções seguem o mesmo tema do evento, dividindo-se em subtemas. Desta forma, devemos compreender o Piauilismo como o resultado do trabalho em conjunto de não apenas uma, mas três unidades curriculares: Montagem de Desfile e Curadoria, Projeto de Coleção I e Projeto de

Coleção II, todas de cunho teórico-prático. Por carregar sempre temáticas regionais, o coordenador defendeu que o Piauilismo veio com o objetivo de se fazer o exercício de representar as coisas do Piauí em coleções de Moda “[...] para o aluno pegar e fazer todo aquele estudo da parte histórica, da parte cultural, fazer toda essa análise e passar para uma coleção, que é algo físico”. A 11ª edição do Piauilismo ocorreu em junho de 2019 com o título “Teresina, Meu Amor”, e a 12ª edição ocorrerá no final do mesmo ano, com o tema “Sabores do Piauí”. Assim, através do Piauilismo, os alunos exercitam sua capacidade de transpor representações simbólicas da cultura piauiense em artigos de vestuário desenvolvidos com base em temas ligados ao Piauí. Mas se eles o fazem através da escolha dos materiais, das cores, das estampas ou da ambientação dos desfiles, é algo que procurarei detalhar quando tratar exclusivamente das atividades acadêmicas responsáveis pela organização e realização do evento.

A competência prevista para o egresso do curso no PPC de “Conceber as linguagens artísticas como representações simbólicas das culturas ‘locais’, de modo a promover os processos dialéticos, críticos e reflexivos dos processos identitários”, me chamou a atenção, pois acredito que a compreensão das culturas locais depende da compreensão do conceito de cultura como um todo, o ponto central da Antropologia. Para o coordenador, esta competência poderia ser desenvolvida através do Piauilismo. Para ele,

***Nós trabalhamos essas questões simbólicas tentando ligar [a] representatividade da cultura local [...] para que o aluno consiga transcrever para a tendência de Moda que está sendo lançada naquele período. Se você for dar uma olhada e se você for acompanhando, o Piauilismo sempre traz a produção da coleção com algo ligado aqui ao Piauí (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).***

O objetivo de “Desenvolver a sensibilidade, intuição, criatividade, domínio dos códigos culturais, conhecimentos específicos das linguagens artísticas em relação à Moda” também merece destaque, pois também acredito que o domínio dos códigos culturais não pode ser alcançado sem o estudo sobre cultura. O coordenador explicou que podem ser diversas as atividades que proporcionariam aos alunos o domínio de códigos culturais, dentre as quais destacou aquelas que envolvem o desenvolvimento de coleções de produtos de Moda:

*Olha, os alunos têm Teoria da Moda, Psicossociologia da Moda, Antropologia e Imagem, Semiótica da Moda, basicamente essas aí [...] Fora*

*as disciplinas de História da Indumentária [e da Moda I e II] [...] que mostra [sic] a evolução da indumentária durante o período que o ser humano começou a usar até os dias de hoje, e esse tipo de utilização, ou seja, **ele ganha conhecimento de umas disciplinas e vai aplicar em outras.** É assim que funciona, o curso ele é muito segmentado. **Então, você ganha conhecimentos técnicos na área de têxtil para quando você chegar na modelagem, você modelar sabendo que tipo de tecido você vai escolher para aquela roupa. [...] E quando você vai montar uma coleção, você vai criar uma coleção [...] tem que ter um conjunto de conhecimentos para que ele consiga efetuar aquela coleção, efetivamente transcrevê-la para o papel e demonstrar todos os detalhes de possibilidade de produção daquela coleção. Então aí é onde entra o que ele aprende em Antropologia Cultural, por exemplo, e [Antropologia] da Moda, o que ele vai aprender em Semiótica [da Moda], o que ele vai aprender em Psicologia ou Psicossociologia da Moda. São conhecimentos que vão trazê-lo para esse âmbito aí, ou seja, ele vai ter que ganhar esses conhecimentos, aprender a ler esses códigos e aí transcrever tudo isso para o projeto, de forma que o projeto, na sua execução, possa ser possível de captar aquela informação no vestuário propriamente dito. Aí você pergunta, como? Que tipo de códigos culturais? Há símbolos africanos que você pode muito bem, no desenvolvimento de uma coleção, montar vestuários com aplicação de estampas com códigos da cultura africana, com códigos da cultura árabe, por exemplo. Então é assim que funciona. **Ele vai unindo os conhecimentos de cada disciplina, que inicialmente é segmentado, para que nas interdisciplinaridades ele consiga pegar todos os conhecimentos e utilizar naquela disciplina ali.** [...] Então é assim que nós trabalhamos aqui. É assim que nós tentamos, né, eu não digo treinar, eu digo mais é educar e capacitar o formando para que ele tenha esse tipo de característica. Porque na verdade tudo parte da análise das tendências que são lançadas pelo mercado. E isso é o que se trabalha na indústria (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).***

A relevância do domínio dos códigos culturais para a atuação profissional dos designers de Moda, para o coordenador, estaria na capacidade de utilizar os regionalismos, características bastante valorizadas no mercado atual. É relevante, então, para ele, que os alunos saiam do curso sabendo explorar as tendências de Moda em geral em termos de cores, de silhuetas e de desenho, por exemplo, bem como aproveitar elementos regionais e locais em suas criações, o que nos remete novamente ao Piauilismo. Desta forma, o Piauilismo, ao qual me dedicarei em detalhes mais adiante, funciona como uma forma de trabalhar no aluno a capacidade de identificação de códigos culturais do Piauí. Este argumento me remeteu ao eixo de formação de conteúdos teórico-práticos, descrito nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design como os domínios que integram a abordagem teórica e a prática profissional (BRASIL, 2004a). Isto fez com que as unidades curriculares que envolvem as atividades de desenvolvimento de coleção de vestuário e a realização do Piauilismo se tornassem importantes âmbitos para minha investigação a respeito do ensino de Antropologia no curso, pois



poderiam evidenciar formas de aplicação desses conhecimentos teóricos relacionados à Antropologia no exercício prático do desenvolvimento de uma coleção de Moda e realização do evento.

A competência de “Conhecer [e], [sic] assumir postura crítico-reflexiva ante as políticas culturais [e], [sic] econômicas, respeitando as diferenças sociais procurando encontrar novos caminhos que conduzam a [sic] diminuição de diferenças sociais” me chamou a atenção, pois remete a alguns objetivos do ensino de Antropologia em outros cursos – apresentar um outro modo de pensar os problemas próprios de suas respectivas carreiras e oferecer informações sobre a diversidade cultural no Brasil, as classes sociais, a pobreza e a violência, entre outras (DURHAM, 2006) e servir para instrumentalizar-nos para sermos mediadores de transformações sociais (LEAL, 2010). Para o coordenador, esta competência pode ser desenvolvida em atividades acadêmicas variadas, mas principalmente nas unidades curriculares de Psicossociologia da Moda, Gestão e Antropologia e Imagem. Segundo ele,

*Nessas disciplinas, os alunos [...] veem a parte histórica do desenvolvimento do ser humano. Você vai estudar Antropologia, você vai estudar os costumes, as culturas [...]. **Para quê que [sic] vai servir para uma postura crítico-reflexiva? É justamente porque a Moda está muito envolvida com o que é cultural, com o que é político, com o que é econômico. Então, a Moda ela vem sempre trazendo uma mensagem dentro de cada estação; cada vez que aquela estação é lançada com aquelas tendências, a Moda ela traz uma reflexão. Seja ela política, seja ela econômica, seja ela cultural** (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

Ao analisar o ementário das unidades curriculares citadas pelo coordenador, pude perceber que na disciplina de Gestão as características por ele enfatizadas não aparecem na ementa nem no Plano de Ensino, por isso não a considerei durante a pesquisa como um âmbito para o ensino de Antropologia no curso. Já Antropologia e Imagem é uma disciplina optativa que nunca foi ofertada no curso e, por esta razão, também ficou fora da análise. Na verdade, pelo que consegui observar ao longo da pesquisa, Psicossociologia da Moda e Teoria da Moda geraram oportunidades de discussão interessantes sobre os temas de políticas culturais, econômicas e diferenças sociais. Para o coordenador, um exemplo de aplicação prática de uma postura crítico-reflexiva dentro do Design de Moda é a ressignificação do jeans ao longo das décadas, desde sua criação:

*Nós hoje estamos voltando a ter os jeans todos detonados, surrados, e isso, na verdade, é uma ênfase que foi dada lá pelos anos 70 àquele profissional de classe trabalhadora norte-americano que trabalhava [inaudível]. Aquela calça jeans surrada, bem desgastada em certos pontos. Então, aquilo ali foi aproveitado como tendência de Moda e foi lançado na Moda [...] a valorização do trabalho humano. Então isso aí vem como mensagem. **E para se entender tudo isso aí, você tem que ser uma pessoa crítica e reflexiva, para que você possa realmente captar essa tendência [de Moda] e que a crítica [seja feita] em cima dela, [para que você possa] refletir em cima dela e poder transcrever isso para o seu produto** (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

Podemos acrescentar a esta fala do coordenador a interpretação que Sahlins (2004 [1976], p. 197) fez da ressignificação do jeans de uniforme de trabalho para vestuário juvenil. Segundo ele, ocorreu uma permutação de significados, a adaptação de uma distinção existente em um lugar do sistema do vestuário americano para outro, uma “[...] transferência metafórica que expressa uma mudança de conteúdo numa oposição tradicional”. Mais detalhadamente,

A ideia convencional de ‘rebeldia adolescente’ decerto predisps a essa mudança, mas, desde a Guerra do Vietnã, o conflito com as autoridades constituídas – isto é, adultas – ganhou um idioma político específico, e o mesmo se deu no traje, por meio do contraste adolescente/adulto::trabalhador/capitalista, com os jovens apropriando-se dos *blue jeans* e das camisas de trabalho das classes menos favorecidas. É possível que nada comprove melhor do que isso a ausência de utilidade prática no vestuário, uma vez que o trabalho é uma das últimas coisas em que os jovens pensam. Mas o exemplo também serve para revelar a qualidade singular da sociedade capitalista: não é que ela não consiga funcionar com um código simbólico, mas esse código funciona como um conjunto aberto, que responde aos eventos que ele orchestra e assimila, de modo a produzir versões ampliadas de si mesmo (SAHLINS, 2004 [1976], p. 197).

Assim, na concepção do coordenador, os designers de Moda críticos e reflexivos seriam aqueles que conseguem refletir sobre as tendências de Moda e interpretar as mensagens por trás delas, transcrevendo-as para os produtos de vestuário. Ele acrescentou que esta competência pode ser desenvolvida também de forma interdisciplinar e transversal ao longo de todo o curso.

Ainda segundo ele, o corpo docente é um dos grandes fatores de qualidade do curso, tanto no que se refere à quantidade de professores formados em Design de Moda, quanto à sua elevada experiência na indústria de confecção: “[...] são professores que tem uma larga experiência não só na docência como também na parte prática, ou seja, profissional mesmo”. Entretanto, ele não

descartou a importância dos professores formados em outras áreas para o curso, pois segundo ele,

*[...] o curso de Moda é para ser um curso eclético. Então, é para ter profissionais [...] formados na área de Administração, é para ter profissionais da área de Arte, é para ter profissionais da área de Psicologia, por exemplo. Porque nós temos disciplinas como a Administração, nós temos disciplinas de Marketing, nós temos a disciplina de Psicossociologia. Essas são disciplinas que requerem realmente conhecimento aprofundado de profissionais dessas áreas e que muitas vezes o profissional que é formado em Moda não tem (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

De fato, como demonstrei anteriormente, cerca de 47% dos docentes é graduado em Design de Moda (ou Moda e Estilismo, dependendo da denominação do curso) e as áreas de pesquisa de suas pós-graduações são, na maioria, relacionados ao Design de Moda. Entretanto, como o foco deste trabalho é o ensino de Antropologia neste curso, é necessário apontar o fato de que não há nenhum professor com formação em Antropologia no seu corpo docente. Também apontei anteriormente que não há nenhuma unidade curricular que trate específica e unicamente de Antropologia no curso, mas alguns temas antropológicos encontram-se no conteúdo programático de algumas disciplinas, ao mesmo tempo em que são também praticados em outras ao final do curso. Ao investigar como se dá o processo de escolha de um docente para lecionar uma unidade curricular no curso da UFPI, o coordenador explicou que esta é uma decisão do Colegiado do curso e, em primeiro lugar, há uma tentativa de se distribuir todas as unidades curriculares pelo corpo docente já existente, com base na análise dos seus currículos e disponibilidade de carga horária. Caso haja necessidade de contratação, seja ela efetiva ou temporária (professores substitutos), a coordenação faz uma solicitação para abertura de processo seletivo ao setor responsável da Universidade. Segundo o coordenador,

*Nós fazemos um encaixe com o pessoal que já tem, uma distribuição das horas. Num primeiro momento, se pensa assim: “vai poder ser feita a distribuição de horas?” Se não puder ser feita, a gente solicita aos Recursos Humanos a seleção para professor substituto, um contrato temporário que a pessoa que passa tem dois anos para exercer aquela função dentro da universidade, como professor. [...] Aí a gente envia [a solicitação] para lá, mas, se por ventura, a universidade não tiver condições financeiras de contratação, aí é que a gente realmente distribui, **faz esse sacrifício de fazer a distribuição [do corpo docente]** (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Por considerar um “sacrifício” fazer esta distribuição dos professores já existentes pelas unidades curriculares do curso, me pareceu que o coordenador reconheceu que nem sempre os docentes estão plenamente capacitados para lecionar uma ou outra unidade curricular que acabam assumindo por falta de outras alternativas. Inclusive, acredito que isso deve acontecer com maior frequência na distribuição dos professores pelas disciplinas teóricas, pois acho improvável que o Colegiado coloque um docente sem experiência em costura para ensinar os alunos a costurar, por exemplo. Com base em diversos momentos da conversa com o coordenador, inclusive, posso afirmar que há uma hierarquia entre as competências do Design de Moda, nas quais as habilidades práticas são mais valorizadas do que os conhecimentos teóricos, por mais que um dependa do outro. É tanto que, em casos de processos seletivos,

*O colegiado do curso estabelece quais são os pontos. Pois, para efetivo, é feita [sic] uma prova escrita e uma prova didática, se for a área teórica. **Se for área prática, tem a prova escrita, a prova didática e ainda tem uma parte prática, pois um professor, para ensinar montagem e costura de vestuário, precisa saber costurar** (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

Segundo o coordenador, a aprovação de um professor pelo Colegiado depende muito mais da capacidade do profissional do que da sua formação. Ele foi enfático de que não há prioridade por formação acadêmica em Design de Moda. Na verdade, ele apontou que a variedade da formação do corpo docente é necessária, pois são muitas as áreas afins de atuação em docência: “*Tem áreas afins. Por exemplo, no Marketing, cabe muito bem o pessoal da Comunicação, da Administração*”. Além disso, ele também apontou a necessidade por professores vindos de outras áreas de formação porque há casos em que não há mesmo candidatos formados em Design de Moda:

*Na verdade, depende das áreas que o curso atinge. Numa área de Técnica de Montagem de Vestuário [uma disciplina de técnicas de costura], são poucos os profissionais que querem ir para essa área. Se vier um pessoal com outra formação, como por exemplo, tem muita gente de Engenharia da Produção que depois se especializa na área do vestuário, então ele pode entrar. [...] Aí também vem a análise do currículo. Uma pessoa que vai fazer a seleção de efetivo para montagem [Técnicas de Montagem do Vestuário], por exemplo, [mesmo sem a formação em Design de Moda] se sempre foi um criador, um desenhista, quando analisamos o currículo da pessoa [vemos isso]. Mas é por isso também que exigimos a prova prática, porque o currículo não é eliminatório (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Por isso, ele explicou que o Colegiado prefere não restringir a formação dos candidatos nos editais de processo seletivo porque, para ele, não há profissionais suficientes com a formação em Design de Moda no mercado piauiense. *“Nós não restringimos dessa forma. Seria a forma correta de a gente fazer, se tivesse profissionais no mercado. Mas aí, muitas vezes não tem, e a gente tem que realmente deixar mais aberto”*. Entretanto, não pude deixar de lado que a maioria dos docentes (47%) é bacharel ou tecnólogo em Design de Moda, bem como exatamente metade dos mestrados e doutorados foram realizados no mesmo programa da mesma instituição (Design e Marketing da Universidade do Minho, em Portugal). Fica perceptível uma certa uniformização na formação dos professores do curso.

Curiosamente, ele citou como exemplo que a unidade curricular Psicossociologia da Moda requer um professor formado em Psicologia ou Sociologia *“[...] que tenha conhecimento teórico aprofundado da área e também prático”* para ministrá-la. Entretanto, isto não foi o que ocorreu na realidade, pois a professora que a ministrou enquanto estudei o curso foi uma professora graduada em Design de Moda e mestre em Design e Marketing, com trabalho de pesquisa voltado para o conforto térmico dos materiais têxteis de batas cirúrgicas desenvolvidas em Portugal.

Num segundo momento, ele apontou, inclusive, que a formação em Design de Moda poderia ser suficiente para ministrar grande parte das disciplinas teóricas do curso. Para ele,

***É feito um levantamento de quais são as características do profissional para ministrar essas disciplinas, como Teoria da Moda, Psicossociologia, Teoria do Design. Então, a gente faz essa análise e vê quais são as características do docente para ele assumir aquela área e estabelecemos no edital. Aí é onde vem a graduação, a especialização. Mas, em suma, se você for olhar um profissional de Moda, por exemplo, [...] no meu currículo, há as disciplinas de Teoria da Moda que eu cursei, de História [da Indumentária e/ou da Moda], de Psicossociologia. Há esse rol de disciplinas. Se há esse rol de disciplinas no meu currículo e eu tenho meu histórico para comprovar, se eu quiser me candidatar, nada impede*** (coordenador do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

Assim, com base nessas explicações, inferi que os professores que lecionam as disciplinas com conteúdo antropológico no curso foram julgados adequados pelo Colegiado, mesmo sem formação específica em Antropologia. Mesmo havendo a opção de solicitar um professor de outro departamento da

Universidade, mas pareceu que o Colegiado ainda assim optou por dar prioridade aos membros do seu próprio corpo docente, por considerá-los suficientemente capacitados. Talvez a gestão do curso não considere necessário ou até mesmo adequado manter um professor antropólogo para lecionar tais disciplinas, já que elas não tratam apenas de Antropologia, mas também de outros aspectos do Design de Moda. Desta forma, pode ser este o motivo da ausência de um docente com esta formação no quadro do curso, por mais que este fato não torne qualquer professor designer de Moda capacitado para abordar certos temas caros à Antropologia.

Por um lado, me pareceu que foram critérios igualmente relevantes na seleção destes professores para estas unidades curriculares as análises tanto dos seus currículos acadêmicos (campos de pesquisa em graduações e pós-graduações) quanto profissionais (campo de atuação e tempo de experiência). Desta forma, o Colegiado escolheu um professor para ministrar Cultura Brasileira em 2016 devido à sua formação em Ciências Sociais - mesmo que com ênfase em Sociologia da Moda<sup>46</sup>, conforme relatado em nossa conversa -; o Colegiado também escolheu este professor para ministrar, repetidas vezes, Projeto de Coleção I, Projeto de Coleção II e Montagem de Desfile e Curadoria, orientando os projetos de coleção de vestuário dos alunos concluintes do curso, devido à sua experiência profissional de mais de 20 anos na indústria da confecção. Também através desses critérios, uma professora foi escolhida pelo Colegiado para ministrar Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda, pela relação entre seus trabalhos acadêmicos e as teorias da Moda: seu TCC foi o relatório de um trabalho de economia solidária realizado junto a uma comunidade de artesãos no interior do Ceará<sup>47</sup>; sua pesquisa em andamento para o doutorado se concentra na Moda popular brasileira<sup>48</sup>; e já realizou atividades de extensão em economia solidária no interior do Piauí pela UFPI<sup>49</sup>.

---

<sup>46</sup> Seu TCC foi intitulado "Moda: a Fantasia da Representação". Fonte: Plataforma Lattes – CNPq. Acesso em julho de 2019.

<sup>47</sup> Bordado: Tradição x Modernidade. Fonte: Plataforma Lattes – CNPq. Acesso em julho de 2019.

<sup>48</sup> Moda Popular no Brasil: a importância do estudo da expressão estética e do conforto da calça jeans feminina. Fonte: Plataforma Lattes – CNPq. Acesso em julho de 2019.

<sup>49</sup> Programa de Formação e Assessoria em Economia Solidária: programa de formação de discentes dos cursos de Economia e Design de Moda e Estilismo da UFPI em Economia Solidária para desenvolverem ações de assessoria em negócios solidários na Comunidade de Jardim II, na cidade de Barras – PI. Fonte: Plataforma Lattes – CNPq. Acesso em julho de 2019.

Mas, por outro lado, me pareceu também que, para lecionar muitas disciplinas teóricas, o Colegiado do curso entende que a graduação em Design de Moda, por si só, capacitaria o docente, independente de especializações, mestrados, doutorados ou experiência profissional. Em relação a isso, Sartori (2010) identificou que disciplinas introdutórias de Antropologia em outros cursos são frequentemente lecionadas por profissionais de outras áreas alheias às Ciências Sociais. Para o autor,

Os motivos que os [coordenadores de cursos] levam a contratar estes outros profissionais para ministrar a disciplina de Antropologia são vários, geralmente econômicos, pois a maioria das vezes estes profissionais já fazem parte do quadro de docentes das instituições, sendo a eles oferecida a disciplina de Antropologia para ser ministrada nos cursos. De outra parte, estes professores se consideram habilitados, seja porque cursaram na graduação esta disciplina, ou mesmo porque avaliam que fizeram algumas leituras neste campo e estariam capacitados a ministrar a mesma (SARTORI, 2010, p, 190).

Assim, o Colegiado e a coordenação do curso de Design de Moda da UFPI consideraram capacitados para lecionar disciplinas com conteúdo antropológico professores sem formação específica em Antropologia ou Ciências Sociais, mas graduados em Design de Moda. Na minha concepção e com base no que foi observado durante a pesquisa de campo, a formação dos docentes das unidades curriculares com conteúdo antropológico se mostrou carente neste tipo específico de conhecimento.

### **3.5. Unidades Curriculares Etnografadas**

#### **3.5.1. Teoria da Moda**

Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda são duas unidades curriculares obrigatórias presentes no primeiro semestre do curso e com enfoques similares em muitos pontos. Ambas foram ministradas este semestre, inclusive, pela mesma professora, que é graduada em Estilismo e Moda pela UFC, mestre e doutoranda em Design, Marketing e Engenharia Têxtil pela Universidade do Minho, em Portugal. Sua área de concentração no mestrado foi a tecnologia do conforto e no doutorado em andamento, Moda popular.

Em seu Plano de Ensino<sup>50</sup>, Teoria da Moda foi descrita como uma unidade curricular que buscou trabalhar a “Compreensão epistemológica sobre a Moda como objeto de estudo atrelado à evolução da modernidade e suas relações sociais, culturais e históricas”. Durante o semestre, foram propostos: discussão de correntes teóricas diversas que entendem a Moda como um fenômeno social inerente à sociedade moderna; estudo das condições sociais, históricas, econômicas e culturais desencadeadas no período da modernidade ocidental; estudo da configuração da Moda como fenômeno sociocultural que conhecemos hoje; e apresentação das interferências do consumo nos relacionamentos e nos modos de subjetivação dos indivíduos. O conteúdo programático proposto incluiu: correntes teóricas antropológicas, sociológicas e filosóficas que fundamentam a Moda e sua significação; apresentação dos autores contemporâneos; os valores que desencadearam o advento da modernidade e a criação da Moda como fenômeno social; teorias de Simmel e Veblen sobre a Moda; as conexões entre Moda e modernidade; a Moda como base para perpetuação do sistema capitalista de produção; e as novas diretrizes do consumo (prazer, surpresa, divertimento, lazer e entretenimento).

Pude perceber claramente que nas aulas foram abordados quase todos os temas relacionados na ementa da unidade curricular, com exceção apenas do último - a apresentação das interferências do consumo nos relacionamentos e nos modos de subjetivação dos indivíduos. Em relação ao conteúdo programático, pela falta de autores antropólogos nas bases teóricas da disciplina, creio que não foram abordadas correntes teóricas antropológicas sobre a Moda. Na verdade, se fizeram presentes olhares sociológicos, semióticos e históricos dos temas apresentados: valores que desencadearam a modernidade e a criação da Moda, a Moda como

---

<sup>50</sup> A professora relatou que elaborou o Plano de Ensino atual e que ele já é o resultado de algumas reformulações. É tanto que a ementa de Teoria da Moda no Plano é um pouco diferente da que consta para a disciplina no PPC, pois, segundo ela, “[...] a ementa foi feita por uma pessoa que não é da Moda, então tinha muitas coisas que não tinham muito a ver”. Além disso, algumas questões do PPC, em sua opinião, foram colocadas lá inadequadamente. Ela relatou que, quando o NDE recebeu o documento para coloca-lo em ação à época do início do curso, encontrou várias inconsistências de conteúdo, pois os elaboradores do Projeto não tinham conhecimento sobre o Design de Moda. Esta foi uma opinião que em muito se assemelhou à do coordenador do curso, inclusive, e talvez seja mais um motivo pelo qual o documento está sendo reformulado atualmente. Em relação à parte das disciplinas teóricas, a professora entende que os elaboradores a fizeram “[...] copiando e colando” de outros Projetos Pedagógicos de Curso disponíveis. “Eu acho que ficou razoável, esta parte. Mas muitas coisas eu mudei, a gente mudou, nós reduzimos”.



fenômeno social, as teorias de imitação e distinção de Simmel, a teoria do consumo conspicuo de Veblen, o papel da Moda no sistema de produção capitalista, e as relações entre a Moda e o consumo moderno.

As referências teóricas selecionadas pela professora para Teoria da Moda foram divididas entre aquelas diretamente trabalhadas em sala de aula e outras dadas como sugestão de leitura para certos temas, de acordo com as preferências dos alunos em seus trabalhos de produção textual. As referências bibliográficas tomadas mais diretamente para a unidade curricular foram Gilles Lipovetsky, “O Império do Efêmero”; Mara Rúbia Sant’Anna, “Teoria de Moda: Sociedade, Imagem e Consumo”; Lars Svendsen, “Moda: Uma Filosofia”; Daniela Calanca, “História Social da Moda”; Georg Simmel, “A Filosofia da Moda; e Thorstein Veblen, “A Teoria da Classe Ociosa” – estes dois através de comentadores<sup>51</sup>. Outras referências foram tomadas indiretamente: Zygmunt Bauman, “Vida para Consumo”; Malcom Barnard, “Moda e Comunicação”; Pierre Bourdieu, “Gostos de Classe e Estilos de Vida”; Norbet Elias, “A Sociedade dos Indivíduos”; Kathia Castilho e Marcelo Martins, “Moda e Linguagem” e “Discursos da Moda”; e Kathia Castilho e Ana Claudia Oliveira, “Corpo e Moda”. A professora explicou que,

*Esses autores da bibliografia complementar estão aqui porque os alunos depois podem, por exemplo, falar de gosto, então vão lá no Bourdieu para falar sobre gosto. São sugestões, é uma bibliografia complementar. Se vão falar sobre consumo [por exemplo], sugiro o Bauman para eles (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Ela explicou, ainda, que sua principal referência para toda a disciplina foi Gilles Lipovetsky. Segundo ela,

*Eu uso como básica o Lipovetsky porque para mim, não só para mim, mas para a Moda como um todo... **É o nosso clássico.** É o clássico. É o que mais fala sobre Moda, sobre teoria da Moda na nossa linguagem contemporânea. Em teoria da Moda, ele é o mais direcionado falando puramente sobre Moda. Nisso ele foi o primeiro, um dos primeiros filósofos (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

---

<sup>51</sup> A professora explicou que prefere utilizar textos de comentadores sobre Simmel e Veblen para facilitar a compreensão dos alunos sobre os temas abordados por eles, pois são leituras mais complexas, mesmo assim, costuma apresentar tanto leituras mais leves quanto mais densas, pois acredita que seja importante para o desenvolvimento intelectual dos alunos.

Após um rápido levantamento, não pude relacionar diretamente nenhuma dessas obras e nenhum desses autores à Antropologia: há filósofos, sociólogos, historiadores, economistas e semioticistas. Eu diria que apenas Georg Simmel, talvez, faça parte de uma área cinzenta das Ciências Sociais e Humanas a qual não se define muito bem à que área do conhecimento pertence, se à Sociologia, à Filosofia ou à Antropologia - ainda assim, creio que ele está mais comumente associado às duas primeiras do que à última. Isto foi um fato relevante, pois o Plano de Ensino de Teoria da Moda previu o estudo de correntes teóricas antropológicas sobre a Moda, mas vi que, na realidade, a unidade curricular se concentrou nas teorias sociológicas, econômicas, filosóficas, históricas e semióticas a respeito do campo.

A professora explicou que não se prendeu a correntes teóricas específicas ao fazer a seleção da base teórica da unidade curricular, mas que preferiu se concentrar nos autores e nas ideias que eles desenvolveram para fundamentar a Moda - contudo, percebi em seu discurso alguns momentos contraditórios a respeito disso. Num primeiro momento, a professora argumentou que não se prendeu a tais classificações, pois seu objetivo foi “[...] *passar o que o autor falou e qual a base que ele tem, o que ele refletiu*”. Sua preocupação central foi mostrar que há abordagens científicas sérias sobre a Moda, sem importar a área do conhecimento ou linha de pensamento seguida pelo autor: “[...] *importa é que eles foram importantes para a concepção de base do conceito de Moda*”. Segundo a professora,

*Na verdade, eu não pego muito pela abordagem, eu vou mais pelos autores. **Quem foram os primeiros autores que falaram sobre moda?** Vou no Simmel [por exemplo]. Qual a abordagem do Simmel? Falo sobre o Simmel, que ele vem de uma linha [de pensamento] tal e tal. [...] **Eu falo em todos eles por que? Porque eles foram os primeiros, então tem que falar para os alunos para eles saberem que existiram essas outras pessoas e a Moda vem com [essa] base.** [...] Para eles entenderem que Moda não é babaquice. E eles começam logo nas primeiras aulas tendo esse contato com essa linhagem científica [para entender] que a Moda tem berço, [e] qual o berço de surgimento dos conceitos de Moda (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

A primeira contradição identificada foi que, se ela objetivou passar a base do autor, esta passa pela corrente teórica e área do conhecimento às quais ele está filiado, então estes fatos não poderiam ter sido deixados de lado. Da mesma forma, para os alunos terem “*contato com essa linhagem científica*”, eles precisam ser ao

menos introduzidos nas linhas de pensamento a que cada um desses autores pertence e cujas ideias estão fortemente vinculadas. A professora, evidentemente, não se prendeu a áreas do conhecimento, pois trabalhou com autores da História, Sociologia, Filosofia, Economia e Semiótica indiscriminadamente. Por um lado, isto foi um fator positivo, na minha opinião, pois mostrou aos alunos um apanhado geral de diversas abordagens sobre a Moda, enriquecendo sua compreensão sobre o campo. Por outro, ela poderia ter explicado um pouco as diferenças de abordagem que isso acarreta nas teorias apresentadas.

Assim, acredito que, em certa medida, um filtro foi aplicado pela professora ao escolher determinados autores, mesmo que ela não tenha demonstrado consciência disso. Seu critério, ao meu ver, deve ter sido seguir alguns manuais compilatórios presentes no seu referencial bibliográfico: Mara Rúbia Sant'Anna, "Teoria de Moda: Sociedade, Imagem e Consumo"; Lars Svendsen, "Moda: Uma Filosofia"; e Daniela Calanca, "História Social da Moda". Ela descreveu as obras de Sant'Anna e Calanca, por exemplo, da seguinte maneira:

*Porque eu começo com a Mara Rúbia Sant'Anna? Na verdade, este semestre coloquei a Calanca [...]. Porque ela dá uns conceitos bem levezinhos. Então, eu começo com o que é Moda, a epistemologia da palavra Moda, que é algo que a Calanca fala, e depois ela vai falar um pouquinho desses conceitos de Moda. A Mara Rúbia Sant'Anna, no texto que eu uso como introdução das teorias, ela já divide nas cinco áreas de base que difundiram o conceito dos estudos de Moda. Ela vai falar que os conceitos de Moda foram primeiro estudados na Sociologia por fulano e fulano, na Psicologia por fulano e fulano, na Economia, na Antropologia, então ela vai separar as cinco áreas e vai dizer quem foram os primeiros autores que falaram sobre aquilo (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Outro critério de seleção identificado foi que a professora trabalhou com as ideias sobre Moda com as quais teve contato durante sua trajetória acadêmica, especialmente no Doutorado. Segundo ela,

*Na verdade, os textos que eu trabalhei na graduação foram muito fracos. [...] E meu Mestrado não tem nada a ver com isso. Essas duas disciplinas [Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda] não tem nada a ver com minha formação acadêmica. [...] Só Teoria [da Moda]. Não, as duas tem a ver, **mas pela minha construção do meu texto, da minha tese, que eu utilizei esse repertório para a construção da base da minha tese de Doutorado.** É tanto que eu tive uma dificuldade de ir para Portugal [novamente], porque eu não queria voltar a estudar Ciência do Conforto. Porque a Ciência do Conforto não tinha nada a ver com o que eu estava trabalhando. Foi aí, **a partir dessas leituras e da minha vivência nos campos**, foi que eu vi [que] "isso tem tudo a ver com estudar Ciência do Conforto". Aí vi a inter-relação, as interações. Então estou estudando os*

*corpos das modas populares* (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

As metodologias de ensino envolveram leituras, discursões, apresentação de seminários e produções textuais. As aulas de Teoria da Moda foram frequentemente bem dinâmicas e dialogadas. Ela acredita que os alunos, em geral, têm dificuldade para compreender o material que é utilizado para as leituras e, por isso, pede resumos dos textos. Ela explicou, ainda, que houve uma articulação entre as disciplinas de Teoria da Moda, Psicossociologia da Moda e Metodologia Científica neste sentido, pois as três priorizaram o desenvolvimento da habilidade de leitura e escrita. Segundo a professora,

*[...] tenho muitos alunos com dificuldade de leitura, de ler e de escrever, porque não têm prática. A Teoria da Moda, a Psicossociologia da Moda e a Metodologia [Científica] são três disciplinas de formação de base do aluno de Moda. Se ele [conhecimento teórico] não for bem embasado, se não for bem construído esse conhecimento, se não for bem assentado, moldado, consolidado esse conhecimento, ele [aluno] vai ter problemas em todo o curso. [...] a Metodologia Científica daqui está sendo focada para formas de leitura, como fazer um fichamento, como fazer um texto reflexivo, uma referência, qual a importância das referências... não o formato [das referências]. [...] Não se estuda mais apenas ABNT aqui durante um semestre inteiro, porque isso não faz sentido. Isso é castração do conhecimento reflexivo. Para mim, estudar ABNT é uma mecanização do estudo e não está formando ninguém cientista. [formar um] Cientista é você fazer uma pessoa ler e refletir sobre aquilo que ela aprendeu. Que ela tenha a capacidade de olhar o mundo a partir das leituras que ela fez. Ou a partir das leituras de mundo [dela], ela fazer a interpretação do texto. E por isso que essas formações são de base (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Neste sentido, enquanto Metodologia Científica mostrou técnicas de leitura e escrita, Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda ofereceram as grandes bases teóricas para o que em viria em frente no curso. Isto porque,

*[...] num projeto de criação, os meninos têm que aprender a fazer a pesquisa. Eles já têm que ter essa base de leitura. De como escreve um texto, de como se escreve em tópicos, de como são construídos os parágrafos [...] Qual o conceito que eu vou buscar do autor? Com que base que... os comportamentos sociais que estão acontecendo, estão em base de que teoria de qual autor? O comportamento atual de um determinado grupo social, que [para qual] eu vou desenvolver uma nova coleção, tem base em que autor? Tudo isso eu tenho que embasar num projeto de coleção. **Fazer um projeto de coleção não é só desenhar os croquis, tem que ter uma base do conceito, qual a estética do conceito, tem base em algum movimento artístico? Algum movimento de design? Alguma expressão cultural? Étnica? Eu tenho que ter uma base teórica que me dê base na escrita e defesa desse projeto de coleção.** Para isso eu preciso saber escrever, montar um slide, uma apresentação, isso tudo é [abordado em] Metodologia [Científica] (professora de Teoria da Moda e*

Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

Acredito que a professora, nesta fala, tenha feito referência ao fato de que os alunos de Design de Moda, de uma forma geral, têm dificuldade em realizar pesquisas acadêmicas e fundamentações teóricas, algo que posso inferir com base em minha própria experiência. Há também o fato de que, na maioria esmagadora dos casos, os cursos de Design de Moda objetivam a formação de designers, de profissionais que atuam na indústria, seja ela em pequena ou larga escala, e não acadêmicos. Isto faz com que estas habilidades sejam pouco valorizadas pelos próprios discentes, pois são pouco exigidas na sua prática profissional. Aliás, isto é algo enfrentado por todos os bacharéis – em Design de Moda, em Direito, em Engenharia Civil, em Arquitetura, em Medicina e assim por diante -, pois eles não são capacitados para a docência nem para a pesquisa, mas sim para a profissão. A unidade curricular Metodologia Científica do curso de Design de Moda e Estilismo da UFPI, desta forma, atua como uma forma de nivelamento destas deficiências.

Esta fala da professora evidencia ainda outra contradição no que diz respeito à relevância das bases teóricas dos autores apresentados em Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda. Isto porque ela argumentou exigir dos alunos a identificação de bases teóricas para comportamentos e grupos sociais, bem como conceitos que devem ser embasados na fundamentação de um projeto de coleção. Contudo, se essas bases teóricas não forem apresentadas, como os alunos as identificarão? Se os conceitos forem introduzidos “soltos”, sem uma contextualização mais ampla, sua compreensão pode ficar até mesmo comprometida.

O objetivo principal de Teoria da Moda, para a professora, foi “*Gerar base de conhecimento e uma formação crítica*”, pois a unidade curricular possibilitou, em sua concepção, uma visão das teorias de comportamento social, político e econômico. Isto se relaciona com a Moda, segundo ela, na medida em que

***[...] Moda é esse entrelaçamento de informações, [é] a forma de expressão de mercado, [é] como o mercado se comporta, ou como as pessoas querem consumir. Os valores delas estão relacionados com toda essa movimentação, com as mudanças, com as novas leis. Tudo isso [se] reflete no comportamento de mercado, nas formas de comunicar os produtos, do que pode ser comunicado, do que não pode*** (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

Esta fala me remeteu à função que McCracken (MCCRACKEN, 2007 [1986]) atribuiu ao sistema da Moda: enquanto duto de captação e movimento de significados culturais, ele atua no trânsito dos significados culturais do mundo culturalmente construído para os bens de consumo. Para a professora, os conceitos-chave trabalhados em Teoria da Moda, foram

*[...] os conceitos básicos de Moda: conceito Moda e corpo, Moda e linguagem, Moda e o “novo”, a concepção do “novo”. Outra coisa importantíssima: quando foi que a Moda surgiu? Porque em alguns cursos se fala que a Moda existiu sempre. [...] Mas não existe Moda egípcia, [existe a] indumentária. Não existe Moda na pré-história, jamais e de forma alguma. [...] Mas como ela surgiu como sistema de lançamento de novas coleções, dentro desse sistema de produção industrial, é importante que eles saibam. Desde o surgimento dela até o processo de disseminação e difusão da Moda, e como [ela é nos] os dias atuais e em todas as abordagens do conceito de Moda. Todas essas abordagens. Isso é o principal (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

O que a professora denominou de conceitos são, na minha compreensão, inter-relações entre Moda e corpo, linguagem e o “novo”, que foram usadas como subdivisões por alguns autores em obras que compilam variadas teorias sobre a Moda. Um exemplo disso é “Moda: uma Filosofia”, de Lars Svendsen, cujos capítulos apresentam, cada um, teorias desenvolvidas por diversos pensadores a respeito do “novo”, das origens da Moda, da relação entre Moda e linguagem, entre Moda e o corpo, Moda e Arte, Moda e consumo, e assim por diante. Sendo assim, a compreensão dos alunos sobre estas relações nos processos de nascimento, desenvolvimento e consolidação da Moda como a vemos hoje foi, na concepção da professora, um elemento-chave da unidade curricular. Neste sentido, ela defendeu que esta seria uma disciplina para a formação da base teórica do curso, pois

*Se o aluno de Moda não compreende a concepção do conceito de Moda, a formação epistemológica dos conceitos de Moda nos tempos, fica repetindo um monte de teoria [sic] que foram instauradas, difundidas e estabelecidas no século XIX, enquanto que a gente tem que... O que a disciplina dá é uma percepção do que foi anteriormente, como eram os pensamentos, os valores da época, no início do século XIX. E isso **traz um fortalecimento de base teórica e fortalece o profissional de conhecer [sic] aquilo com o que se trabalha, para compreender quais os comportamentos atuais a partir dessa base, desse respaldo intelectual, desse respaldo teórico, de conceito, ele poder perceber os comportamentos atuais. E a partir daí ter a capacidade até de fazer previsões de comportamentos, de consumo** (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

Acredito que, com isso, a professora tenha feito referência às primeiras teorias difundidas sobre a Moda, que a entendiam de forma simplificada como movida pelas rivalidades de classes e pela lógica da distinção social (LIPOVETSKY, 2009 [1987]). Assim, compreendi que, para ela, essas ideias devem ser apresentadas como parte do histórico de construção das Teorias da Moda, mas que devem ser apresentadas também, em seguida, as ideias atuais. O que a professora fez, então, foi uma compilação das teorias da Moda desde o século XIX até os dias atuais, desenvolvidas por pensadores de áreas variadas do conhecimento.

Destas três obras compilatórias mencionadas no referencial bibliográfico, “Moda: uma Filosofia”, de Lars Svendsen, foi a mais utilizada, pois seus capítulos foram direcionados a grupos de alunos para que fizessem apresentações orais do seu conteúdo, de forma que toda a obra foi lida e apresentada em conjunto pela turma. As apresentações orais foram muito ricas. O primeiro capítulo tratou de Semiótica da Moda, e os alunos apresentaram as ideias de Roland Barthes, Alison Lurie, Diana Crane e Ted Polhemus; apresentaram a Moda como expressão individual, o conceito de supermercado de estilos, as roupas como portadoras de símbolos e significados que variam de acordo com a forma como são usadas. O segundo grupo de alunos apresentou o capítulo sobre o corpo, apresentando-o como um elemento social e culturalmente construído, que se apresenta conforme as técnicas corporais de cada sociedade e que é modificado conforme os padrões de beleza impostos pela Moda como uma coerção social, tanto em nível de nudez como de vestimenta; citaram os autores Baudelaire, Valerie Steele, Jean Beaudrillard e Anthony Giddens; entretanto, não citaram Mauss quando falaram em técnicas corporais, nem Durkheim, quando falaram em coerção social. O terceiro grupo tratou das relações entre Moda e Arte, suas proximidades e distanciamentos, e a hierarquia estabelecida entre elas devido à maior ou menor dependência do capital financeiro ou do cultural para sua legitimação. No quarto grupo, os alunos falaram sobre as práticas de consumo modernas e pós-modernas, dos conflitos entre as classes sociais, da sociedade de consumo, do valor simbólico e do valor utilitário de certos artigos de Moda, das subculturas e contraculturas como origens de tendências de comportamento; citaram Daniel Miller, Mary Douglas, Baron Isherwood, Zygmunt Bauman, Georg Simmel, Max Horkheim, Theodor Adorno, John Fiske, Dick Hebdige, Thomas Franke e Michel de Montaigne. O quinto capítulo

apresentou questões sobre Moda e estilos de vida, abordando o conceito de identidade, o surgimento desta noção, a construção social do “eu” e as suas características na modernidade e pós-modernidade; associaram identidade a *habitus* e estilo de vida, mas acredito que o conceito de *habitus* não foi bem compreendido, pois os alunos não mencionaram as possibilidades de produção e agência dos indivíduos; ele citaram Anthony Giddens, Pierre Bourdieu e Gilles Lipovetsky. Os alunos que apresentaram as conclusões, fizeram um apanhado geral de tudo que foi exposto pelos outros grupos; eles acrescentaram falando da ausência de uma crítica genuína sobre a Moda, amparada em conhecimentos científicos, enquanto que a crítica jornalística e publicitária é a que se faz legítima.

Foi possível perceber que os alunos alcançaram uma compreensão geral sobre os temas apresentados, mas, ao tratarem de conceitos mais específicos como técnicas do corpo, coerção social, capital cultural, valor simbólico e *habitus*, os alunos infelizmente não os explicaram mais a fundo, eles apenas citaram os conceitos desenvolvidos por Mauss, Durkheim e Bourdieu. Tratou-se, na minha interpretação, de um conhecimento introdutório, pois eles não puderam alcançar o patamar ao qual se referiu Gusmão (2006, p. 324), “[...] a partir do qual se pode aprofundar o diálogo”. Aliás, a mim ficou evidente que eles trataram com uma quantidade muito grande de informações de forma superficial.

Ao final do semestre, conversei com um grupo de alunos a respeito do que consideraram que aprenderam em Teoria da Moda. Segundo eles, em muito lhes marcaram as leituras sobre o consumo de Lipovetsky - *“Em relação a como é visto o “por trás” da Moda, e “por trás” do consumo. Porque ela [professora] mostrou para a gente não só o padrão de consumo, mas também o quanto existe essa deterioração, toda uma estratégia em relação ao consumo”* - e de Veblen - *“[...] foi sobre o consumo do ócio e o consumo conspícuo. Essa coisa de querer mostrar que está consumindo, que tem o valor simbólico das coisas”*. Foram apontadas, por um lado, uma teoria da hipermodernidade e, por outro, uma teoria do final do século XIX, corroborando com o conteúdo que a professora apresentou. Entretanto, me pareceu que as ideias de Veblen foram melhor compreendidas do que as de Lipovetsky. Segundo um dos alunos,

*Eu também gosto muito da teoria do Veblen que fala sobre o consumo conspícuo. Para mim, na matéria de Teoria da Moda, essa foi a teoria que mais fez sentido na minha cabeça para teorizar e explicar a Moda. Porque*



*as pessoas, na teoria dele, ficam consumindo, em casa, bonitinhas, mostrando o que elas têm. E elas podem consumir [porque] elas não precisam trabalhar como uns loucos, como a classe que está abaixo dela, para conseguir sustentar aquele consumo todo. E isso a gente vê até hoje em dia: socialites, celebridades de Instagram, sendo bonitas no Instagram e as pessoas querendo seguir o padrão de vida delas (M., aluno do primeiro período do Bacharelado em Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

A respeito do corpo, uma aluna disse ter aprendido que ele é um meio de a pessoa se expressar em sociedade: *“É quem você é, é quem você se mostra para a sociedade, como você se expressa. Também é como você traz significado. Você pode trazer significado através do seu corpo”*. Mais ideias sobre o corpo foram apresentadas também em Psicossociologia da Moda, sobre as quais tratarei logo em seguida. Já a compreensão geral sobre o conceito de identidade foi sobre o contexto histórico do seu surgimento, entre o final da Idade Média e o início da Modernidade. Um aluno explicou que:

*O conceito de identidade, de indivíduo, de pessoas independentes umas das outras surgiu na Idade Média. Então a gente aprendeu a origem e como isso vem afetando as pessoas até hoje. Porque antes da Idade Média, da criação da Moda... [Foi no Renascimento, corrigiu uma aluna] Perdão. Antes da criação da Moda no Renascimento, o corpo e a identidade eram coletivos, não tinha uma identidade [individual]. As pessoas viviam no meio e tinham que seguir o padrão de vida que lhes era proposto. Depois da criação da Moda que as pessoas começaram a querer se individualizar, se mostrar. Mostrar poder e agregar valor a essas peças [de roupa]. Porque antes, tinha a questão de mostrar poder através das peças [de roupa], mas era pelas posições sociais, como no Egito tinha o faraó, os sacerdotes, etc., e eles se vestiam para se pontuar na sociedade. Depois do Renascimento, depois da Moda, as pessoas queriam se vestir para mostrar poder, mas não necessariamente para se pontuar, por exemplo “vou me vestir como a rainha porque eu sou rainha também”. [...] As pessoas queriam se vestir um pouco melhor para mostrar que estavam um pouco melhor do que algumas outras pessoas mesmo podendo não ser isso, entendeu? Usar a roupa e os artificios de Moda para mostrar ser melhor do que os outros, mesmo não sendo (M., aluno do primeiro período do Bacharelado em Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Pelo seu depoimento, o aluno demonstrou compreender que até o início da Idade Moderna, as diferenciações de vestimenta eram indicativos de posições e funções sociais, inclusive regulamentadas; após este período foi que as pessoas puderam diferenciar-se para expressar suas preferências individuais, indicando o nascimento da noção de identidade no meio social. Para isso, as pessoas passaram a utilizar os artigos do vestuário deram início, assim, aos movimentos de diferenciação da Moda. Contudo, sua compreensão sobre os valores que levaram ao desenvolvimento da noção do “eu” no meio social me pareceu um pouco superficial.

Ao final, este mesmo aluno resumiu muito bem o que foi compreendido pelo grupo entrevistado, dizendo que

*[...] na Teoria da Moda, a gente analisa mais a questão do consumo, do fenômeno da Moda; e na Psicossociologia a gente analisa mais os indivíduos, porque eles se vestem. Porque as pessoas não vestes roupas, elas vestem significados (M., aluno do primeiro período do Bacharelado em Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Mesmo que nenhuma teoria antropológica que tratasse da Moda tenha sido apresentada diretamente, algumas ideias de alguns antropólogos sobre a Moda foram citadas nas obras compilatórias de Svendsen, Sant'Anna e Calanca. Por isso, alguns temas presentes nos campos de estudo da Antropologia foram abordados em alguns momentos da unidade curricular. Foram eles: corpo, identidade e consumo. Entretanto, a professora não se aprofundou em nenhuma das abordagens antropológicas, mas sim nas de Simmel, Veblen e Lipovetsky. Desta forma, mesmo apresentando alguns temas que a Antropologia já tomou como objeto de estudo, acredito que Teoria da Moda não proporcionou o ensino de Antropologia, pois não houve aprofundamento nesta área do conhecimento, nas sim na Sociologia, História, Economia, Filosofia e Semiótica. A meu ver, faltou o enfoque cultural, relativizador e interpretativista característico da Antropologia em todos esses temas - na verdade, em nenhum momento, o conceito de cultura foi apropriadamente trabalhado.

### **3.5.2. Psicossociologia da Moda**

O Plano de Ensino de Psicossociologia da Moda propôs “Discutir as varias conexões do vestir na Moda como ferramenta de expressão e como elemento determinante dos comportamentos individuais na construção da comunicação com as estruturas sociais”. Para isso, a ementa apontou como pontos essenciais da unidade curricular a Psicologia, os condicionamentos étnicos, éticos e sociais e sua influência no comportamento contemporâneo. O conteúdo programático envolveu conceitos da Psicologia do existir e do identificar-se (identidade, corpo, etnias, ética e cultura); reflexões a respeito das implicações existentes entre o comportamento humano e a indumentária em diferentes momentos históricos; a vestimenta como linguagem que articula sistemas de expressão; os valores simbólicos e cognitivos da Moda; e o vestuário como objeto de estudo sociológico. Não foram apresentados os conceitos de etnia, ética e cultura, conforme previsto no conteúdo programático, nem

os condicionamentos étnicos e éticos que influenciam o comportamento humano de que falam a ementa. Aliás, cultura foi um elemento mencionado em alguns momentos e presente em algumas discussões em sala de aula, mas não foi devidamente conceituado.

Em Psicossociologia da Moda também houve fontes teóricas trabalhadas diretamente em sala de aula - nas leituras, discussões ou aulas expositivas – e referências apenas sugeridas como leitura para produção de textos dos alunos. Aqueles diretamente trabalhados com os alunos foram Rosane Preciosa, “Produção Estética”; Kathia Castilho, “Moda e Linguagem”; John Carl Flugel, “A Psicologia das Roupas”; Valéria Brandini, “Bela de Morrer, Chic de Doer, do Corpo Fabricado pela Moda”; Maria Raquel Barbosa, Paula Mena Matos e Maria Emília Costa, “Um Olhar Sobre o Corpo”. As obras relacionadas no Plano de Ensino que não foram apresentadas aos alunos foram: Kathia Castilho e Marcelo Martins, “Discursos da Moda”; Frédéric Godart, “Sociologia da Moda”; Ricardo Basbaum, “Além da Pureza Visual”; Vilém Flusser, “O Mundo Codificado”; Miriam Goldenberg, “O Corpo Como Capital”; Frédéric Monneyron, “A Moda e seus Desafios”; e Cecília Almeida Salles, “Gesto Inacabado”. Os autores selecionados pela professora são de áreas variadas do conhecimento: Filosofia, Arte, Semiótica, Sociologia, Antropologia e Psicologia. Das duas autoras antropólogas relacionadas, Valeria Brandini teve um texto lido em sala de aula, enquanto Miriam Goldenberg foi apenas sugerida para leitura na bibliografia complementar. O texto “Um Olhar Sobre o Corpo”, apesar de escrito por pesquisadoras psicólogas, apresenta reflexões sobre o corpo que se aproximam do ponto de vista da Antropologia. Autores como Geertz, Viveiros de Castro e Marcel Mauss foram citados em uma aula expositiva sobre Corpo e Identidade, mas, segundo a própria professora, de forma muito superficial.

A seleção do referencial teórico foi realizada, segundo a professora, da mesma forma em Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda, onde ela não se preocupou com áreas do conhecimento ou correntes teóricas, mas sim com as ideias apresentadas pelos autores. Minha inferência foi que ela utilizou obras com as quais teve contato durante sua pesquisa de doutorado. O resultado foi um referencial baseado em variadas áreas do conhecimento, das quais ela priorizou obras da Psicologia, Semiótica e Antropologia. Ela pareceu não ter notado que deixou de lado referências sociológicas previstas na ementa para trabalhar

referências antropológicas, por sua vez, não previstas. Na verdade, em muitos momentos da nossa conversa, a professora atribuiu à Psicologia interpretações de conceitos e comportamentos elaboradas, na minha concepção, pela Antropologia, os quais detalharei mais adiante. Segundo a professora, suas principais bases teóricas foram Rosana Preciosa, para apresentar o conceito de identidade, e “A Filosofia das Roupas”, de Flugel, para apresentar os símbolos e significados das roupas – esta obra sozinha foi, inclusive, a base para a elaboração de cerca de 4 aulas expositivas. A noção de identidade, segundo a professora,

*Eu trabalhei muito com a Preciosa e com os antropólogos, porque eu tanto falo da perspectiva da formação da identidade, do indivíduo [...] através da formação do eu - a Preciosa fala exatamente sobre isso – [quanto] depois vem a aula de Identidade e Corpo, onde eu trago os antropólogos. E depois, trabalhar mais corpo, aí vou trabalhar os sociólogos e antropólogos que falam dessa transformação do corpo (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Os antropólogos com os quais ela disse trabalhar são Clifford Geertz, Marcell Mauss e Viveiros de Castro, cujas ideias são apresentadas rapidamente numa aula expositiva sobre Corpo e Identidade. Há também o texto “Bela de Morrer, Chic de Doer”, de Valeria Brandini, que é uma antropóloga concentrada em estudos sobre o consumo, e o texto “Um Olhar sobre o Corpo”, de três autoras portuguesas que, apesar de psicólogas, apresentam muitas reflexões e argumentos de caráter antropológico – ele apresenta aspectos sociais e culturais que contribuíram para a construção do corpo na sociedade europeia ao longo da história. Sobre o último, a professora comentou: *“Exato, daquelas autoras de Portugal, que os alunos gostaram muito. Bem psicológica. Que você achou bem antropológico, mas elas são psicólogas”*. Este foi um dos muitos momentos da nossa conversa em que a professora atribuiu à Psicologia conceitos desenvolvidos por antropólogos. Um outro exemplo disso foi que ela falou muito em subjetividade e subjetivação, atribuindo as transformações corporais a fatores psicológicos. Para ela,

*Porque a subjetivação, as subjetividades das transformações corporais vêm dessa, do interno com o interno. É muito dos fatores da mente, do que... Na primeira aula falei disso. De quando a gente é criança, quais os primeiros contatos que a gente tem, essa formação através dos sentidos, do cheiro, das imagens, dos sons... Como vai transformando e vão registrando internamente sentimentos e emoções, e nesses sentimentos e emoções que a gente vai vendo o mundo, [essa] é a nossa perspectiva de leitura de mundo. E a partir das nossas perspectivas de leitura de mundo, juntamente com o que vem externo de cultura e ética a gente se expressa. Nessa forma de se expressar está a roupa (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso*

de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

Mas o que ela atribuiu a fatores da mente, a fatores psicológicos são, para mim, puramente culturais. Ao defender que nossa visão de mundo é formulada a partir dos nossos sentimentos e emoções, que são o resultado de nossas percepções sensoriais quando criança (dos sentidos, do cheiro, das imagens, dos sons), a professora não percebeu que tudo isso faz parte da nossa educação, que é um processo de socialização, segundo Durkheim. Para a professora, nossa forma de expressão através da aparência é decorrente de uma junção de fatores psicológicos, culturais e éticos, mas creio que os fatores psicológicos e éticos estejam, antes de tudo, vinculados aos culturais. O que foi considerado acessório, na verdade é um fator primordial, a cultura. Nossas formas de expressão através da aparência são técnicas do corpo: definidas como “as diferentes formas como os homens, de sociedade para sociedade, *sabem tradicionalmente servir-se dos seus corpos*” (FERREIRA, 2009, p.1, grifo do autor), as técnicas do corpo abrangem desde os modos de parir, repousar, movimentar-se, cuidar-se, consumir, comer, reproduzir-se, medicar-se (MAUSS, 2003), bem como vestir-se e portar-se de uma maneira geral, inclusive em relação à Moda. Uma outra fala da professora me remeteu, ainda, à noção de *habitus* – um conceito não apresentado na unidade curricular:

*Tudo isso, todas essas concepções de cultura, corpo e identidade, dão uma introdução de uma transformação de identidade corporal de uma imagem a ser vendida. E o que esse corpo quer falar, por exemplo, a posição que você está agora. Você está pensando assim, mas outra pessoa pensa assim [fazendo os gestos]. Tudo isso vem de uma representação cultural, familiar e que traz uma expressão corporal. E essa leitura de corpo transfere informação. E o aluno tem que saber tudo isso, tem que saber fazer essas leituras para poder construir imagens que gerem leituras que não sejam perceptíveis. Que não sejam textos escritos, mas sejam textos visuais. São informações visuais que são transferidas e que são moldadas na mente da gente. [...] É saber essas informações subliminares* (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).

As metodologias de ensino utilizadas foram aulas expositivas, leituras e discursões de texto, apresentações orais (estas em interdisciplinaridade com Metodologia Científica e História da Indumentária e da Moda I) e produção textual. As aulas de Psicossociologia da Moda foram muito similares às de Teoria da Moda, pois também houve muita leitura e discussão dos textos em sala de aula, mas houve mais aulas expositivas. Os temas tratados nessas aulas foram “Corpo e Identidade”, “Beleza e Estética” e “A Roupas e Seus Significados” – este dividido em 3 momentos.

O motivo para isso foi que, de acordo com a professora, o conteúdo de Psicossociologia da Moda requer mais explanação e o recurso de imagens, pois ela considera que o conteúdo dos textos da área da Psicologia – ou seria Antropologia? – é mais denso. Na sua opinião,

*[...] quando o aluno só lê o texto, eles vão criar coisas na cabeça deles. [...] é uma forma de deixar [o conteúdo da aula] mais claro, de ilustrar. [...] Eu acho importante ter imagens para eles fixarem as imagens durante a minha fala. De falarem “olha ali!”, e eu pergunto “o que tem aí de pudor?” para eles identificarem na imagem. “O que tem aí de posição de poder?”. Para eles começarem a codificar, na verdade, a decodificar os símbolos. Para um [aluno] vai ter uma coisa [de símbolo na imagem], para outro vai ter outra (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

Assim, mesmo o conteúdo sendo denso, a explanação da professora possibilitou maior qualidade de debates em sala de aula. Para ela,

*É porque é [um conhecimento] mais prático, é uma vivência mais prática. Para eles começarem a discutir, eles refletem mais na dinâmica deles. [Por exemplo, um aluno pode dizer] “Ah professora, pois eu me sinto assim”. A história das tatuagens, dos piercings, das transformações corporais que a gente vem moldando nossos corpos ao longo da nossa existência... (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

A familiaridade com os temas discutidos nas aulas fez com que os alunos trouxessem relatos de suas próprias vivências e experiências para o debate, “[...] e por isso eles tem mais como falar. Enquanto que a Teoria [da Moda] é uma coisa mais teórica. Eles precisam ler mais para debater sobre o assunto”. Por vezes, a professora chegou a instigar todos os alunos um a um, para haver 100% de participação. Segundo ela, o motivo foi para incentivar os alunos a pensarem em outras perspectivas, questionar padrões de beleza, de gênero e, acima de tudo, instigar a curiosidade por leitura, pela busca aos fundamentos teóricos destes questionamentos.

*Porque eu quero que eles comecem a pensar por outras perspectivas. Não [quero que eles pensem] que a mulher loura, magra, dos olhos azuis e cabelos lisos seja o formato ideal, mas [quero que perguntem que] é o formato ideal por que? Outra coisa [que quero que questionem]: por que essa coisa dos gêneros, da formação de gênero? Será se a percepção do corpo do homem é sempre maior do que a do corpo da mulher? Esses textos vão sendo construídos a partir de quais percepções? Qual a formação de base desses autores? Qual a interpretação que a autora trouxe aí? Porque eu quero que eles tenham uma formação crítica também. Que me digam “não, professora, não gostei!”. Ótimo, parabéns, é isso mesmo que eu quero ouvir! Porque que você não gostou? Não é só “eu não gostei porque eu achei...”, não! Vamos aqui [desenvolver esse raciocínio].*

*Não foi assim?* (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

Nesta fala, a professora apresentou mais uma incoerência em seu discurso, pois, num primeiro momento, disse não se prender a correntes teóricas para selecionar suas bases e referências para a unidade curricular, mas, nesta fala, argumentou que exige dos alunos o reconhecimento da base de formação dos autores com os quais trabalham para fundamentar seus argumentos.

Na opinião da professora, Psicossociologia da Moda teve como conteúdo básico e principal os processos de transformações corporais, como surgiu a noção de identidade individual e o que são as identidades de grupo.

***[...] os fatores psicológicos e sociológicos dos processos de transformações corporais ao longo do desenvolvimento humano. [...] Quais são os fatores de transformações corporais para o processo de socialização, como cada cultura foi moldando o corpo ao longo dos tempos e qual é o papel dessas formações, das concepções filosóficas, teóricas, científicas, culturais de cada período. E os sistemas econômicos, qual o poder dos sistemas econômicos e dos poderes que regiam cada período e como esses poderes intervinham na formação do corpo. Esse é o principal que eles têm que saber, dessas subjetivações, dos valores simbólicos que são aderidos [ao] corpo, que são agregados ao corpo, que o vestuário é um deles. [...] quando surgiu o conceito de formação de identidade, do indivíduo, do individual. E a partir desse indivíduo, desse individual, a concepção, [...] uma concepção do que são as identidades de grupo*** (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

Neste sentido, o vestuário foi visto como apenas um dos aspectos usados para transformar e significar cultural e socialmente o corpo humano, pois *“O principal é o corpo e como as sociedades, como os grupos sociais, como os valores vem moldando o corpo ao longo dos tempos, e onde a Moda intervém sobre o corpo”*. Transformações corporais; processo de socialização; como cada cultura foi moldando o corpo ao longo dos tempos; os valores simbólicos que são aderidos ao corpo; como as sociedades, os grupos sociais e os valores moldam o corpo. Todos esses elementos mencionados pela professora como essenciais na unidade curricular e atribuídos por ela à Psicologia e à Sociologia, a meu ver, estão relacionados à Antropologia e ao conceito de corporeidade.

Para a professora, a importância do conteúdo da disciplina na vida profissional dos que se formam em Design de Moda é que

**[...] depois que eles aprendem o que são essas concepções corporais que vão sendo transformadas ao longo do tempo e o conceito de identidade, [...] dentro desse leque de informações que [sic] eles vão ter acesso através dessa disciplina, eles têm uma capacidade de direcionar produtos para um determinado público com determinados comportamentos de consumo, através do consumo simbólico, quais são os símbolos que eles podem aderir a uma campanha publicitária, a uma marca. E compreender, ter a capacidade de observar os diferentes grupos sociais que existem. Ou seja, a Teoria [da Moda] dá uma base e a Psicossociologia [da Moda] dá esta união** (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

Ela acrescentou

**Porque aqui eles vão estudar mais essa percepção psicológica. Quais são os significados, mas dentro de... [...] Quando a gente vem para uma leitura ocidental, quais são as leituras, os códigos, os significados dos adornos, das cores, das formas. [...] Eles sabem quais são os símbolos e os códigos que podem ser trabalhados e como serem trabalhados, e saber que existem as diferenças de simbologias e de códigos em qualquer local. E quais são os locais que essas simbologias funcionam. E também poder captar essas simbologias expressas em corpos e em grupos e em campanhas publicitárias, em produção de moda. E como essas simbologias estão expostas, o que elas estão querendo comunicar, apresentar, vender** (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

Seu argumento me remeteu às ideias de McCracken apresentadas no segundo capítulo. Para ele, “Os bens de consumo têm uma significância que vai além do seu caráter utilitário e seu valor comercial” e reside, em grande medida, na capacidade que estes bens têm de “carregar e comunicar significado cultural” (MCCRACKEN, 2007 [1986], p. 100). Segundo o mesmo autor, este significado cultural está em constante trânsito, fluindo através dos esforços coletivos e individuais dos designers, produtores, publicitários e consumidores; ele é absorvido do mundo culturalmente constituído e transferido para os bens de consumo e deste para o consumidor individual. Esta perspectiva, para ele, confere grande importância aos fenômenos da publicidade, do mundo da Moda e dos rituais de consumo como instrumentos do movimento do significado cultural. Assim, para McCracken (2007 [1986]), o sistema da Moda é uma via de transmissão de significados culturais do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo, assim com a publicidade. A professora falou de elementos como símbolos, códigos e as diferenças que eles podem possuir de um local para outro – diferenças que são decorrentes de diferenças culturais. Ao atribuir este conhecimento à percepção psicológica, ela demonstrou desconhecimento de que a Antropologia também trata



desses temas e que a Psicologia só aborda os mesmos por causa da influência que recebeu de estudos antropológicos anteriores.

Ao final do semestre, conversei com um grupo de alunos a respeito do que consideraram que aprenderam em Psicossociologia da Moda. Para um deles, o conteúdo mais marcante foram as noções de transformações corporais relativas de uma cultura para outra. Ele relatou:

*Para mim também foram as transformações corpóreas, que cada cultura tem o seu jeito de transmitir isso. Por exemplo, na cultura indígena, fazer escarificações no corpo para demarcar de onde eles pertenciam enquanto tribo. Outra coisa que me marcou muito foi ver que as mulheres grávidas eram escarificadas para mostrar que estavam grávidas, que tinha um filho dentro do seu ventre. Isso me marcou porque, para elas, usam escarificações, mas a gente do Ocidente usa mais tatuagens, piercings, alargadores. Isso é interessante, ver que cada cultura tem sua simbologia, os elementos que são colocados em cima de seus corpos e que isso, às vezes, para a gente do Ocidente, o que eles fazem no Oriente é totalmente julgado de forma errada (V., aluno do primeiro período de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

O que marcou o aluno no conteúdo em questão foi a diversidade cultural exemplificada através das diferentes transformações corporais citadas. O foco da professora ao apresentar estas formas de modificação do corpo foi nos significados delas – no caso, demarcação de pertencimento a certos grupos – e isso prejudicou a compreensão do aluno sobre o que essas transformações corporais realmente representam nestes grupos sociais. Neste caso, teria sido muito interessante uma perspectiva interpretativa da cultura, que auxiliaria na compreensão dos sentidos e significados de cada um desses atos. Já uma aluna relatou que, para ela, foi relevante compreender “*A questão de as pessoas não terem uma identidade própria e sempre buscarem ter uma identidade parecida com as pessoas que elas admiram*”. Acredito que ela tenha feito referência à compreensão de algumas relações entre a vestimenta, expressão individual, identidade e identificação com grupos na contemporaneidade. Foi perceptível, entretanto, que ela não conseguiu discernir identidade de identificação.

Apesar de eles não conseguirem definir o que é uma cultura, ficou claro durante nossa conversa que, para eles, existem culturas diversas e diferentes no mundo, ou seja, houve reconhecimento às diversidades e uma propensão ao pensamento relativizador. Algumas considerações elaboradas pelos alunos sobre cultura envolveram menções à diferenciação entre cultura tradicional e cultura de

massa; ao processo educativo de socialização; às instituições sociais; aos hábitos e costumes semelhantes em um grupo de pessoas; e às técnicas do corpo:

*Eu acho que existe algumas vertentes da cultura, pois antigamente era algo mais típico, algo trazido entre aquela sociedade em si, trazido verbalmente para as outras pessoas. Mas agora, vemos também um estilo de cultura mais massificada, feita pela indústria - a cultura do pop eu acho - uma cultura imposta na sociedade para trazer o consumo, para ter mais influencia no consumo. Acho que essas duas [perspectivas] definem um pouco o que é cultura (D., aluna do primeiro período de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

*Para mim, cultura é tudo aquilo que você absorve desde quando você é criança, no âmbito familiar, e quando você cresce, é tudo aquilo que você consome e que está ao seu redor (M., aluno do primeiro período de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

*São as instituições que existem. Os primeiros passos para a pessoa ter uns traços de cultura e ter identidade através disso, são as instituições que ela tem: a família, os amigos, a escola, a igreja... (D., aluna do primeiro período de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

*Os hábitos e os costumes também. Por isso que uma cultura, num lugar, choca tanto uma cultura de outro lugar (V., aluno do primeiro período de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

*É uma coisa muito do senso comum, de você estar sendo influenciado pelo meio em que você está, mas você não perceber isso. A gente viu na aula que muda, até mesmo de regiões do Brasil, até como as pessoas andam! Elas andam diferente em cada lugar em que estão - no Norte, andam de um jeito, no Sul, de outro jeito - o jeito de caminhar mesmo. O modo dela caminhar, dela falar, o sotaque... É uma coisa de senso comum, na minha percepção (M., aluno do primeiro período de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

É importante lembrar que a professora não dedicou nenhum momento de Psicossociologia da Moda para apresentar o conceito de cultura. Segundo ela,

*Não falo o tema cultura com eles, mas deveria falar. [...] o conceito de cultura, "kultur", "culture"... eu falo de cultura, que cada cultura tem seus elementos, seus códigos, suas informações, cada cultura vai modelando o corpo de uma forma, a partir dos rituais de passagem e tal. Assim. Mas eu não entro "o conceito de cultura é isso, isso, isso", não. Não tenho essa abordagem. [...] Até porque a disciplina não é sobre isso (professora de Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

A professora argumentou que a disciplina não é sobre isso, mas minha interpretação é que muito dos temas apresentados e discutidos teriam sido melhor compreendidos se a unidade curricular tivesse uma abordagem um pouco diferenciada, mais focada nas diferenças culturais. Acredito que Psicossociologia da Moda teve muitos momentos em que houve ensino de Antropologia - ou um ensaio do mesmo - nas ocasiões em que a professora utilizou argumentos desenvolvidos

por antropólogos. Entretanto, infelizmente, ele foi feito de forma inconsciente, pois a professora atribuiu muitos desses argumentos à Psicologia, devido ao seu desconhecimento do campo antropológico.

### 3.5.3. Cultura Brasileira

Cultura Brasileira é uma unidade curricular optativa que foi ofertada três vezes entre 2016 e 2017. Ela foi ministrada pela última vez pelo professor entrevistado, que é graduado em Ciências Sociais com enfoque em Sociologia, especialista em Arte e Educação e especialista e mestre em Design e Marketing. De acordo com seu relato, sua formação em Estilismo e Moda foi realizada na Universidade Federal do Ceará, quando este ainda era um curso de extensão, com o intuito de fazer uma complementação de carga horária para a graduação quando houvesse oportunidade. Como isso não ocorreu, ele ficou com um curso de extensão de 1.500 horas em Estilismo e Moda no seu currículo e optou pela graduação em Ciências Sociais porque viu uma proximidade entre as áreas. Além da formação acadêmica, ele possui experiência de mais de 20 anos na indústria da moda cearense, no que ele denomina “chão de fábrica”<sup>52</sup>, bem como de 6 anos em docência em cursos de moda.

A ementa da unidade curricular foi “temas e problemas relacionados com as questões culturais brasileiras”. Seus objetivos, previstos no Plano de Ensino<sup>53</sup>, foram: discutir sobre conceitos e elementos fundamentais da cultura a partir da concepção contemporânea de hibridismo cultural; apresentar os conceitos de cultura popular, erudita, de massa e das mídias, verificando sua relevância para os estudos de Moda; estudar sobre a formação cultural brasileira; analisar o quadro da globalização e internacionalização da cultura na construção da identidade nacional; ampliar o universo cultural dos alunos, relacionando o conteúdo ao campo da Moda e tendo como base variados assuntos como arte, estética, antropologia, sociologia, história e filosofia; desenvolver o espírito reflexivo, crítico e criativo dos alunos com a

---

<sup>52</sup> Chão de fábrica é uma expressão que denomina setores de uma fábrica que executam tarefas técnicas e produtivas, em oposição aos setores gerenciais e administradores do processo industrial.

<sup>53</sup> Não tive acesso ao Plano de Ensino elaborado pelo professor quando ele lecionou a disciplina pela última vez, em 2017.2. No lugar dele, tive acesso a um outro Plano elaborado em 2018.1 por uma professora que ia lecionar esta disciplina, mas que pediu afastamento para cursar um doutorado em Portugal e, por isso, a disciplina acabou não sendo mais ofertada. O professor o avaliou e disse que foram poucas as alterações feitas, então, o julguei adequado para a pesquisa.

aquisição de conhecimentos sobre a realidade cultural brasileira; despertar sobre a importância da pesquisa e fomentar o interesse pelo desenvolvimento de trabalhos sobre a Moda brasileira.

O conteúdo programático foi dividido em três unidades. A primeira unidade se concentrou na compreensão da cultura e temas relacionados: conceitos de cultura; tempo histórico e tempo mítico; memória e esquecimento; civilização e cultura; relativismo cultural; etnocentrismo; função da cultura; estrutura da cultura (traços complexos, padrões, configurações e áreas culturais); subcultura; qualidades da cultura (social, seletiva, explícita e implícita); processos culturais (mudança, difusão, aculturação e endoculturação); e cultura popular, erudita, de massa e das mídias. A segunda unidade teve como foco a cultura brasileira e suas relações com a Moda: a formação do povo brasileiro (racismo e miscigenação cordiais); a diversidade cultural brasileira e seus desdobramentos no universo da Moda; admirável mundo novo (a visão do paraíso); identidade e diferença (nós e os “outros”); Estado, pátria e nação (ordem e progresso, o mito fundador do Brasil); a sociedade contra o social (democracia e república); os espaços na cultura brasileira (casa, rua, carnaval e futebol); culturas híbridas (mito, utopia, ideologia, sincretismo e exclusão); e globalização e hibridismo cultural a favor da Moda nacional. A terceira e última unidade tratou da Moda e da cultura piauienses: espaços culturais piauienses; produção artística em Teresina; e moda, artesanato e indústria cultural. Este me pareceu um conteúdo programático excessivamente longo e pouco provável ter sido executado na totalidade com a devida qualidade no ensino. Em nossa entrevista, o professor de fato demonstrou ter se preocupado mais com alguns temas em detrimento de outros, mas não ficou claro quais foram apresentados e quais não.

O referencial teórico relacionado no Plano de Ensino é bastante extenso, mas não foi completamente utilizado pelo professor na unidade curricular<sup>54</sup>, assim

---

<sup>54</sup> Não foram mencionadas pelo professor em nossas entrevistas as obras: Alfredo Bosi, “Cultura Brasileira”; Lucia Santaella, “Cultura e Artes do Pós-Humano”; Gabriel Santiago, “Três Leituras Básicas para Entender a Cultura Brasileira”; Antônio Abrantes, “O que é Cultura Popular”; Theodor Adorno, “Teoria da Cultura de Massa”; Fernando de Azevedo, “A Cultura Brasileira”; Joseph Campbell, “O Poder do Mito”; Câmara Cascudo, “Contos Tradicionais do Brasil”; Paulo Campos, “Brasil Brasileiro”; Euclides da Cunha, “Os Sertões”; Luiz Gonzaga de Mello, “Antropologia Cultural”; Edgar Morin, “Cultura de Massa no Século XX”; e José Luís Santos, “O que é Cultura”.

como ele também mencionou trabalhar com algumas outras obras que não constam no Plano. Com base em nossa conversa, inferi que os autores e obras por ele citados foram os que realmente foram utilizados em sala de aula, sendo eles: Roberto DaMatta, “O que faz do Brasil, Brasil?” e “Carnavais, Malandros e Heróis”; Sérgio Buarque de Holanda, “Raízes do Brasil”; Darcy Ribeiro, “O Povo Brasileiro”; Gilberto Freyre, “Casa Grande e Senzala”; Roque de Barros Laraia, “Cultura: um Conceito Antropológico”; Malinowski, “Uma teoria Científica da Cultura”. O professor explicou ter selecionado parte destas referências com base nas leituras que estava realizando durante seu curso de Mestrado em Design e Marketing - a outra parte, presumo ter vindo da sua bagagem da graduação em Ciências Sociais. Segundo ele,

*[...] como eu estava numa fase de estudar cultura no Mestrado, eu disse que eu poderia aproveitar e transmitir isso, fazendo algo bem interessante com eles [alunos]. Então muito daquilo que eu via no Mestrado, passava para os meninos. Foi assim, era um feedback. Eu aprendendo também e repassando tudo que eu aprendia para eles. Claro que não no nível de Mestrado porque é uma outra situação (professor de Cultura Brasileira no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí em 2017).*

Entre estes autores, predominam os antropólogos, são exceções apenas Sérgio Buarque de Holanda, historiador, e Gilberto Freyre, sociólogo. Predominam também as referências clássicas quando o assunto é cultura ou cultura brasileira, à exceção, neste caso, de “Cultura: um Conceito Antropológico”, uma obra direcionada para disciplinas introdutórias à Antropologia em outros cursos. Neste sentido, acredito que o referencial teórico do professor foi muito bem construído para a unidade curricular.

Segundo o professor, cultura foi conceituada a partir de leituras de Roque Laraia e da exibição do filme “A Guerra do Fogo”, e a cultura brasileira foi apresentada com Sérgio Buarque de Holanda e Darcy Ribeiro.

*Então eu começo dando os conceitos de cultura, pegando todos os clássicos e falando dessas definições de cultura. [...] E eu pego [olhando no plano de curso] o Sergio Buarque de Holanda, “Raízes do Brasil”, o Darcy Ribeiro, o Laraia - esse é o que eu uso mais, “Cultura: um Conceito Antropológico”, porque ele é um livro [de] base. Aqui o do José Luis dos Santos também, mas o Laraia é muito didático, muito gostosinho de ler. Então falo de cultura, de Antropologia, e passo alguns filmes. Principalmente um filme chamado “A guerra do fogo” (professor de Cultura Brasileira no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí em 2017).*

O professor explicou que usou o filme para explicar o que é cultura, relativismo cultural e etnocentrismo. Segundo ele,

*É um filme que mostra os diferentes grupos étnicos e como eles encaram a cultura vivendo num mesmo tempo. O conceito de cultura e a evolução cultural deles é bastante diversa. [...] a gente vê tudo isso do relativismo cultural no filme, então a partir do filme eu vou construindo [esses conceitos]. Ele fala do relativismo. Uma tribo tem uma coisa, outra tribo tem outra, desse relativismo. [...] retomo o filme, quando falo de globalização. Porque isso é globalização, e no filme também tenho globalização. Não chega a ser uma globalização, mas é uma difusão com uma certa apropriação cultural (professor de Cultura Brasileira no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí em 2017).*

O filme em questão retrata o período pré-histórico e a trama é decorrente de uma disputa entre grupos de seres humanos pelo fogo - uma chama que foi produzida acidentalmente e, portanto, não poderia ser facilmente replicada. Acredito que o professor se referiu ao relativismo cultural no filme com o que na verdade é diversidade, pois os grupos retratados têm algumas peculiaridades de comportamento que diferem entre si: *“[...] eles encontraram com pessoas que caçavam, eles caçavam animais para sobreviver, mas outras tribos [por exemplo] caçavam pessoas para comer”*. Já a difusão e apropriação cultural - como o próprio professor falou, *“Não chega a ser uma globalização”* – teriam sido exemplificadas no filme com as ocasiões em que os grupos se encontram e adquirem hábitos uns dos outros, modificando os seus próprios: *“Aí algumas coisas foram passando de uns para os outros, foi havendo essa difusão cultural”*. Ao analisar as falas do professor, percebo que algumas incoerências conceituais e interpretativas em relação ao filme e aos conceitos por ele trabalhados. A própria ideia de cultura por exemplo, parece ser reduzida a costumes praticadas pelos diversos povos, sem mencionar a forma equivocada de perceber a ideia de relativismo, confundido com diversidade. No que diz respeito a ideia de difusão cultural, mais um equívoco interpretativo, quando este o compara com globalização. Dessa forma, entendo que mesmo tendo um esforço para trabalhar uma visão mais antropológica, lhe faltou o domínio necessário sobre a temática em questão. Acredito que outros filmes poderiam ter sido mais interessantes.

Ele explicou que, em meio à apresentação de todos esses conceitos, ia encaixando exemplos da cultura piauiense, *“trazendo um pouco da cultura do Piauí também. [...] Então quando eu falava de cultura brasileira, eu falava de uma cultura geral, mas focava muito aqui no Piauí para despertar”*. Como forma de apresentar o

cenário da Moda piauiense, o professor realizou aulas expositivas em que mostrou trabalhos de designers e criadores locais.

*Eu mostro trabalhos da Novafapi<sup>55</sup>, exposições que a gente faz, mostro os estilistas daqui, os eventos que tem aqui, a produção da Gilvana (que é um trabalho bem autoral), do Mundoposto, da Carola (que faz as joias de prata), da Kalina. Mostro essa produção toda e onde elas se inspiram, nessa coisa da natureza. Mostro produção de joias de Pedro II, mostro também os pólos industriais, como Piripiri com lingerie e essas coisas todas. Essa confusão toda (professor de Cultura Brasileira no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí em 2017).*

Apesar disso, ele ressaltou que os métodos de ensino mais utilizados foram leitura e discussão de texto em sala de aula. Segundo ele, “[...] *na Cultura Brasileira tinha muitos vídeos, mas era muito mais discussão. [...] Tinha mais leitura*”. Além disso, o professor também realizou com a turma uma atividade de pesquisa de campo que compôs a avaliação final. A pesquisa, intitulada “Os Nomes da Moda no Piauí”, foi uma tentativa de resgatar “[...] *nomes que fizeram e fazem a Moda no Piauí. Então, onde [os] encontrar, o que faziam, onde nasceram, um breve histórico*”.

O professor defendeu que o objetivo central da disciplina, para ele, foi “*Colocar na cabeça dos alunos que a cultura é algo importantíssimo para nossa vida, para o desenvolvimento do nosso trabalho, e compreender essa cultura de forma local, é o mais importante ainda*”. Ao longo da nossa entrevista, pude perceber que o professor tomou a cultura piauiense em seus elementos concretos e observáveis: o conjunto dos costumes e hábitos piauienses, a produção artística, o artesanato, a culinária, as práticas religiosas, as festividades, entre outros. Neste sentido, ele compreendeu a cultura enquanto patrimônio, fosse ele material ou imaterial. Como forte defensor da cultura – ou seria patrimônio? - local, para ele, a relevância do conteúdo da disciplina está relacionada ao desenvolvimento da identidade dos designers piauienses. Segundo o professor,

*Então eles [alunos] precisam compreender como se dá esse processo da cultura dentro da nossa **profissão para que a gente consiga desenvolver todo esse trabalho que a gente faz, de Moda, com base nesses pressupostos da cultura, para que a gente não faça nada alheio à nossa realidade, para que a gente não saia fantasiado de outra coisa. Para que a gente seja piauiense, para que a gente seja nordestino. É claro que nós temos vários públicos, pois tem gente que gosta de roupa colorida e tem gente que não gosta, que prefere tons mais neutros, mas existe algo***

---

<sup>55</sup> Instituição hoje denominada Centro Universitário Uninovafapi.

*que engloba todo mundo. É esse “ser piauiense”, é esse “ser nordestino”. A gente tem coisas fantásticas aqui, então **entender qual a nossa natureza, em relação à cultura, esse é o mais importante. Esse despertar. De onde a gente veio? O que a gente tem? [o conhecimento acerca da cultura local é importante] Para que a gente transforme todas essas informações em roupa, em bem-estar, em serviço, essas coisas** (professor de Cultura Brasileira no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

Todo esse conhecimento afetaria o trabalho dos designers de forma que eles começariam a enxergar as potencialidades do Piauí, fossem materiais, técnicas de confecção artesanais ou mesmo temas para inspiração do processo criativo em Moda. Um exemplo citado foi o manuseio da prata e a produção regional de joias:

*[...] nós temos uma cultura muito forte de joalheria que é muito pouco explorada. Ninguém dá valor às nossas joias de prata e nós temos uns designers de joias muito fantásticos aqui. A Carola faz um trabalho maravilhoso, a Kalina Rameiro, a Carol Wakanda. Você conhece ela? Ela faz uma joalheria fantástica. Então as pessoas não sabem o potencial que se tem aqui e aqui tem muito potencial. [...] porque a gente tem que trabalhar com o que tem [aqui]. Por que a gente tem que dar valor à renda francesa? Ela é ótima, linda, maravilhosa, mas por que a gente não dá valor ao nosso croché? [...] Então, nós temos uma mão de obra fantástica que não é conhecida e nem valorizada. Na realidade, o que é valorizado são as rendas caríssimas, os tafetás de seda pura, os veludos... (professor de Cultura Brasileira no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Neste sentido, o professor acredita ter exercitado em suas aulas “*Um olhar para dentro, para nossa cultura, para resgatar o que a gente tem*”. Ele reconheceu, entretanto, que este é um trabalho que leva tempo: “*Mas esse gosto, de você utilizar todos esses elementos culturais, isso não é da noite para o dia, é um processo em construção, de valorização, de valorização da mão de obra, do que é rural*”. Isto foi algo que pude observar em outras disciplinas ministradas por ele, como Projeto de Coleção I e Montagem de Desfile e Curadoria. O professor argumentou:

*[...] porque a gente esquece muito desse estado. A gente acha que o Piauí não é nada. [...] É por isso que o Piauilismo trata de questões culturais do nosso estado. Todo mundo pergunta “ah, mas o Piauí de novo?” Sim! Enquanto eu estiver à frente [do Piauilismo], o Piauí, para mim, não vai deixar de ser mote para inspiração (professor de Cultura Brasileira no curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).*

Não pude verificar muitos dos fatos relatados pelo professor, nem mesmo o nível de compreensão dos alunos sobre cultura, diversidade, etnocentrismo, relativismo, a formação do povo brasileiro, etc., mas o que mais se destacou no discurso do professor foi o fato de que ele resumiu seu conhecimento sobre cultura



aos aspectos observáveis, fossem eles materiais ou imateriais. Concordo com o professor quando ele defendeu que conhecimento do patrimônio cultural piauiense é muito importante para os alunos de Design de Moda, pois acredito que ele que deve guiar seu processo criativo, sua escolha de materiais, de temas para suas coleções de produtos de Moda, enfim, a definição de sua identidade como criadores. Mas este me parece um objetivo mais adequado para o Piauilismo do que para Cultura Brasileira.

#### **3.5.4. O Piauilismo (Projeto de Coleção I, Projeto de Coleção II e Montagem de Desfile e Curadoria)**

Projeto de Coleção I, Projeto de Coleção II e Montagem de Desfile e Curadoria foram três unidades curriculares que andaram de mãos dadas no processo de conclusão do curso, pois as atividades nelas realizadas resultaram em um aspecto do Design de Moda que marca de forma muito significativa a formatura dos alunos: o desfile de conclusão de curso. Elas também foram ministradas pelo mesmo professor de Cultura Brasileira e, juntas, foram responsáveis pelo desenvolvimento de coleções de vestuário e pela organização e realização do evento de Moda onde elas foram exibidas, que na UFPI fora batizado de Piauilismo. O evento foi uma ideia da primeira turma de Design de Moda e Estilismo da UFPI e, segundo o professor, foram os próprios alunos que optaram por fazer do Piauilismo um evento de Moda em formato de desfile e aberto ao público, pois foi um desejo da turma exibir as coleções produzidas. O professor explicou que, para fins acadêmicos, enquanto trabalhos de conclusão de Projeto de Coleção II, as coleções poderiam ser avaliadas em uma apresentação interna ao âmbito da Universidade, dentro de uma sala de aula, inclusive; da mesma forma que o evento organizado como trabalho de conclusão de Montagem de Desfile e Curadoria não precisava constituir, necessariamente, um desfile.

*Quando eu assumi as duas disciplinas [Projeto de Coleção II e Montagem de Desfile e Curadoria], se pensou em se fazer um desfile para mostrar [as coleções]. Mas esse desfile era para atender a disciplina de [Montagem de Desfile e] Curadoria, e a coleção, à disciplina de Projeto [de Coleção II]. [...] o nome Piauilismo foi dado pela primeira turma [...] uma coisa que poderia ser interna, porque o Piauilismo é uma avaliação, o desfile é uma avaliação [e] poderia ser feito numa sala de aula. A coleção, eu não preciso do desfile para avaliar, eu só preciso da roupa. E o evento de Moda é outra coisa. A produção e a curadoria de desfile você pode fazer numa instalação, você pode fazer*

*qualquer outra coisa, não necessariamente um desfile. **Mas a turma optou por fazer o desfile** (professor de Projeto de Coleção I e II e Montagem de Desfile e Curadoria da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

Com o tempo, o evento ganhou maiores proporções, e até mesmo excedeu o objetivo de conclusão da disciplina.

*E vai sendo feito e as coisas vão crescendo. Saímos da universidade, fomos para outros espaços, [conforme] a Gizela<sup>56</sup> propôs, da cidade, o que foi bem interessante. Aqui [no campus do curso] nós temos uma passarela que é ótima, mas isso fez com que o Piauilismo fosse mostrado para a sociedade e a culminância disso foi que **o Piauilismo se transformou num evento de moda. Deixou de ser apenas uma avaliação para ser um evento de moda. As pessoas esperam pelo Piauilismo. Já tivemos brigas por convites para o Piauilismo. Alguns espaços são pequenos e as pessoas não entendem, às vezes, que é uma avaliação e não um desfile. Então dizem que é o desfile de conclusão do curso. O Piauilismo foi tomando uma outra dimensão, se transformou num organismo vivo, tem quase vida própria** (professor de Projeto de Coleção I e II e Montagem de Desfile e Curadoria da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).*

O desenvolvimento das coleções e a realização do evento partem de um tema definido semestralmente pelo professor e que sempre possui alguma relação com o Estado do Piauí. A 11ª edição do evento, por exemplo, ocorreu em junho de 2019, e teve como título “Teresina, Meu Amor!”, enquanto a 12ª terá o tema “Sabores do Piauí” e deverá ocorrer no final do ano de 2019. Para ele, a escolha do tema funciona como um desafio para os alunos e também como uma estratégia para facilitar o processo de avaliação dos trabalhos. Ele defendeu que deixa seus alunos livres em seu processo criativo, mas faz questão de definir o tema “*Porque é o desafio. Se eu deixar aberto, ficam todas as possibilidades e eu não tenho como direcionar. Então eles já sabem que [o tema] é o Piauí, mas o quê do Piauí, não*”. Neste sentido, mesmo que o evento tenha sido uma ideia dos alunos, o professor teve grande influência no seu caráter regionalista, e esta também seria uma forma de estimular o desenvolvimento de uma Moda legitimamente piauiense. Na sua fala, percebemos que ele retoma o termo cultura piauiense para fazer referência ao patrimônio cultural do Piauí:

*[...] o Piauilismo começa com a ideia de promover o estado do Piauí culturalmente, no que diz respeito à sua cultura em todos os aspectos. Então cada ano tem um aspecto da cultura piauiense. Muitas pessoas perguntam se não é cansativo trabalhar só com o Piauí. Eu não acho. Eu não acho porque acredito que o Piauí é um estado muito rico, que tem um potencial incrível, **tem muitas coisas para serem descobertas e a gente precisa ter esse olhar para o Piauí para que ele cresça e se***

---

<sup>56</sup> Gizela Falcão, uma outra professora que, por um tempo, ficou à frente da Montagem de Desfile e Curadoria, mas hoje não compõe mais o quadro docente do curso.

**desenvolva.** *É preciso mostrar para a sociedade, para a comunidade que nós podemos fazer um pouco dessa transformação* (professor de Projeto de Coleção I e II e Montagem de Desfile e Curadoria da Universidade Federal do Piauí, grifos meus).

Figuras 1 a 6 - "Teresina, meu Amor!", 11ª edição do Piauilismo, realizada no Complexo Francisco das Chagas, localizado embaixo da ponte Juscelino Kubitchsek.







Fonte: website da Universidade Federal do Piauí. Acesso em julho de 2019

Montagem de Desfile e Curadoria está presente no nono semestre do curso e diz respeito à organização e realização do Piauilismo. Esta disciplina trabalhou os conhecimentos teóricos e práticos de como montar um desfile de produção de Moda, fazendo uso da curadoria e, conforme o Plano de Ensino, possui a característica de aglutinar o conhecimento de outras disciplinas, culminando na execução de um evento de Moda - o que não se restringe ao desfile, pois inclui também seu planejamento, estrutura, divulgação e outros fatores. Em conversa informal com o professor e uma aluna do nono período do curso, eles confirmaram este aspecto ao defender que os alunos aprenderam os conteúdos em disciplinas de períodos anteriores, como Produção de Moda e Marketing de Moda, e puseram os conhecimentos na prática na realização do Piauilismo. Assim, os alunos se encarregaram de patrocínios, orçamento, definição de identidade visual, *casting*<sup>57</sup>,

---

<sup>57</sup> *Casting* é o processo de seleção dos modelos para compor um desfile, seguindo os critérios estipulados pelo diretor de criação.

seleção de *looks*<sup>58</sup>, elaboração de *briefing*<sup>59</sup>, cenografia, *styling*<sup>60</sup>, lista de convidados, *press kit*<sup>61</sup>, contratação de profissionais para os variados setores do evento, entre outras tarefas. Em Projeto de Coleção I e II, os alunos desenvolveram as coleções de vestuário exibidas no Piauilismo, sempre com o mesmo tema central de cada edição do evento. Estas duas disciplinas são bem similares, diferem apenas porque enquanto a primeira delas se dedica à elaboração dos projetos de coleção de Moda, no oitavo semestre do curso, a segunda se volta para sua execução, no nono semestre, todas sob a orientação do professor.

Os alunos tiveram o primeiro contato com o tema do Piauilismo em Projeto de Coleção I e iniciaram o processo de desenvolvimento de suas coleções. Nela, foram abordadas as “Ferramentas para a criação de coleção de Moda e estilismo” e seu objetivo foi elaborar dois projetos de coleção para a indústria do vestuário, uma comercial, em grupo e uma autoral, individualmente. Para Jones (2005, p. 167), “O projeto tem a intenção de inspirar o estudante, mas também de fazer que ele leve em consideração diversas condições e limitações, algumas relacionadas às condições da vida real no mercado da Moda e outras que têm a ver com as exigências acadêmicas”. Seguindo este mesmo raciocínio, o professor estipulou que na coleção autoral, cada aluno poderia escolher seu nicho de mercado de acordo com sua preferência (festa, praia, infantil, masculino, etc.) no intuito de mostrar suas habilidades e o que pretende desenvolver na sua vida profissional, por isso foi um trabalho individual; já a coleção comercial, desenvolvida em grupo, teve como objetivo fazê-los sentir como seria um trabalho em equipe dentro de uma empresa de Moda, seguindo alguns critérios estipulados pelo professor, como quantidade de *looks* femininos e masculinos e o uso do jeans.

Os alunos tomaram como tema para suas criações alguns aspectos culturais – patrimônio material ou imaterial - do Estado do Piauí e levaram muito em

---

<sup>58</sup> *Look* é um termo do inglês utilizado para denominar uma composição harmoniosa de artigos de vestuário num modelo humano.

<sup>59</sup> *Briefing* é um documento com o resumo de informações que serve de guia para a execução de um projeto, como informações da marca, mercado, público-alvo, entre outras.

<sup>60</sup> *Styling* é um trabalho de seleção e organização das peças de roupa, acessórios, maquiagem, penteado, cenografia e outros aspectos relacionados a um desfile, ensaio ou campanha de moda, de forma que transmita a mensagem proposta pelo criador daquela coleção e torne os produtos mais desejáveis possível.

<sup>61</sup> *Press kit* é um pacote de brindes com diversos materiais de divulgação disponibilizado em eventos aos seus convidados especiais. Geralmente contem produtos dos patrocinadores do evento ou da própria marca de moda.

consideração suas próprias vivências com o tema. Tratou-se de um trabalho de interpretação, pois foi uma leitura dos criadores sobre o tema para eles determinado para desenvolver os produtos de sua coleção que levaram ao resultado final. Este tema, muitas vezes, nem mesmo é identificado pelo público, pois não consiste em uma interpretação literal – na verdade, quanto mais sutil a exploração do tema, quanto menos óbvia, melhor. Conforme o professor argumentou, “*É uma inspiração, não é uma reprodução. A inspiração passa pela memória, passa pelos sentimentos, pelo que é sensorial, pelo cheiro, pelo que você imagina, o que você queria, enfim*”. Nesta fase do desenvolvimento da coleção, os alunos realizaram pesquisas de tendências de Moda e comportamento (*coolhunting*<sup>62</sup>), elaboraram um *book* de tendências<sup>63</sup>, um portfólio de coleção<sup>64</sup>, fichas técnicas<sup>65</sup> de produtos, *lookbook*<sup>66</sup> das coleções e catálogo<sup>67</sup> para venda, todos sob orientação contínua do professor. O Projeto de Coleção II deu continuidade, já no nono e último semestre do curso, ao trabalho feito anteriormente, pois os objetivos da disciplina foram executar os projetos de coleção de vestuário, como parte da prática profissional, mas desta vez especificando as informações necessárias para a apresentação, confecção e venda dos produtos.

Conversei com um grupo de alunas de Projeto de Coleção I que desenvolveu o projeto de sua coleção com o tema “Comidas que sustentam”, dentro do macro tema “Sabores do Piauí” para a 12ª edição do Piauilismo. Selecionei este

---

<sup>62</sup> *Coolhunting* é uma pesquisa e análise de tendências de comportamento que podem influenciar no consumo, seja de vestuário ou outros mercados.

<sup>63</sup> *Book* de tendências é uma compilação dos dados coletados em pesquisa de *coolhunting* já traduzidos para o mercado da moda em termos de estilos, cores, materiais têxteis, modelagens, etc.

<sup>64</sup> Portfólio de coleção é um documento elaborado na indústria da moda, geralmente em formato artesanal, com desenhos e recortes, contendo as tendências de moda selecionadas para compor aquela coleção específica.

<sup>65</sup> Fichas técnicas são documentos descritivos das peças de roupa, contendo um desenho técnico e dados como materiais têxteis, cores, aviamentos, tipos de costura e quaisquer detalhes relevantes para a produção daquela peça de roupa.

<sup>66</sup> *Lookbook* é um documento elaborado na indústria da moda para fins de *merchandising*, em formato impresso ou digital, com fotos de modelos vestindo as peças de roupa produzidas em uma coleção e organizadas em forma de *look*, ou seja, mostrando como as peças podem ser combinadas entre si e usadas pelos consumidores finais. É muito usado para auxiliar as lojas multimarcas no ato do pedido das peças da coleção. Para a disciplina, o professor pedirá um *lookbook* em formato de folder e com desenhos ao invés de fotografias.

<sup>67</sup> É similar ao *lookbook* em muitos aspectos, mas é mais direcionado para a venda dos produtos para o consumidor final. O catálogo de moda também contém fotografias de modelos usando as peças de uma coleção, mas inclui os valores destas peças e as fotos podem ser mais estilizadas, ou seja, podem não mostrar as roupas em sua totalidade.



grupo porque notei uma mudança drástica no tema de sua coleção em decorrência de um aprofundamento da pesquisa de tema. Segundo uma das alunas,

*No início, estávamos indo num sentido literal, fomos no mercado e tal. Como comidas que sustentam, como ficou dito no início, seriam as comidas de mercado, bem caseiras, do interior, que deixam a pessoa cheia. Mas estávamos sendo muito literais e vimos que não estávamos gostando muito do caminho que estávamos indo. Como isso foi perto da Semana Santa, cada uma de nós foi para o interior, então pegamos e dividimos o tema, destrinchamos o tema, e vimos que muitas coisas além da comida também nos sustentam: a fé, a comida em si, as nossas tradições. E foi assim que dividimos nossa coleção* (aluna do oitavo semestre de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).

No momento em que decidiram trazer suas próprias experiências de vida para a coleção, elas perceberam que deveriam ir além da comida em si para enriquecer o processo criativo. Uma aluna disse que “[...] a gente não estava conseguindo criar com as nossas pesquisas no mercado, de jeito nenhum, sem ser literal. A gente só pensava nas comidas e não conseguia criar nada”. Assim, agregaram a fé como um elemento de sustento do ser humano, e passaram a pesquisar festividades religiosas e o estilo de vida interiorano do piauiense. Segundo uma aluna,

*Quisemos trazer o aconchego do interior também. Vimos que na cidade de Teresina, muita gente tem parentes que ainda vivem no interior, então as pessoas viajam para o interior [em feriados como a Semana Santa] e têm essa vivência. E a proposta da coleção seria abraçar a pessoa, para que ela se sinta em casa* (aluna do oitavo semestre de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí).

As pesquisas sobre esses temas envolveram registros fotográficos durante o feriado da Semana Santa, conversas com familiares que também possuem experiências de vida em cidades do interior do Piauí e busca por imagens de comemorações religiosas na internet. Uma delas explicou que “[...] isso é coisa que não está em livros, é uma coisa que se vive. Cada um tem sua vivência. Não é uma coisa muito formal que está escrita num livro” e também que escolheram elementos que se repetiam nas experiências de cada uma delas, “[...] pois a coleção é de todo mundo e tinha que ter algo comum [a todos os membros do grupo]”.

Assim, o grupo organizou sua coleção em três etapas – “na rua”, “na porta de casa”, “dentro de casa”- e pegaram elementos que consideraram interessantes para transpor nas peças de roupa em cores e texturas – os espaguete de plástico brancos ou azuis das cadeiras que ficam na porta das casas, as paredes de barro rachadas, o chão batido e outros. A meu ver, ocorreu o estranhamento do familiar:

elementos que, de tão comuns para as alunas do grupo, passaram despercebidos num primeiro momento da pesquisa de tema para sua coleção. Com isso, o grupo fugiu dos elementos óbvios – a comida, os temperos, os ingredientes, o mercado municipal – e mergulhou mais fundo no tema estipulado pelo professor, considerando o sustento algo que não vem apenas da comida, adicionando a fé e o aconchego do modo de vida de pequenas cidades do Piauí.

Figura 7 - Croquis da coleção "Ô de Casa", desenvolvida com o subtema "Comidas que Sustentam" pelo grupo de alunas entrevistadas do 8º período de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí.



Fonte: aluna do 8º período de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí.



...

Teoria da Moda foi uma unidade curricular que objetivou a apresentação e discursão de teorias desenvolvidas a respeito da Moda por pensadores de diversas áreas, de forma que a Moda foi estudada em seus contextos de surgimento, desenvolvimento e consolidação na sociedade ocidental. O Plano de Ensino da disciplina previu, dentre elas, teorias antropológicas, mas a professora optou por teorias sociológicas, filosóficas, semióticas e históricas. Em alguns momentos do semestre, antropólogos foram mencionados por estarem presentes nas obras compilatórias tomadas pela professora em seu referencial teórico, mas suas ideias não foram estudadas mais a fundo. Temas como consumo, identidade e corpo, assim, foram apresentados da perspectiva antropológica, mas apenas apresentados - o destaque foi dado para as perspectivas sociológica e filosófica destes temas, principalmente. Psicossociologia da Moda, por outro lado, não previu a abordagem antropológica de certos temas, mas ela se fez presente não intencionalmente. A unidade curricular apresentou o corpo e a identidade como elementos centrais, analisados, segundo a professora, do ponto de vista da Psicologia – segundo minha concepção, do ponto de vista da Antropologia. Entretanto, o corpo foi apresentado aqui como elemento culturalmente construído e transformado e uma forte abordagem relativizadora, característica do pensamento antropológico, marcou as discursões em sala de aula.

O conceito de cultura ficou, no cerne de Cultura Brasileira. Entretanto, a cultura foi tomada em muitos momentos como sinônimo de patrimônio cultural, e o reconhecimento do patrimônio cultural, material ou imaterial, do Piauí constituiu um forte objetivo desta unidade curricular. Ainda assim, o professor afirmou ter apresentado aos alunos os conceitos de cultura, diversidade, relativismo e etnocentrismo, conceitos considerados básicos para o ensino de Antropologia em outros cursos. Por um lado, infelizmente, esta é uma disciplina optativa que não é ofertada regularmente, e este conteúdo acaba não sendo explorado da mesma forma com todas as turmas. Por outro lado, felizmente, outras unidades curriculares possibilitaram o exercício do “olhar para dentro” que o professor acreditou ser tão importante para os designers de Moda piauienses. Foi o caso de Projeto de Coleção I e II e Montagem de Desfile e Curadoria que, lecionadas pelo mesmo professor, carregam o mesmo viés reflexivo e investigativo sobre o patrimônio cultural

piauiense, trabalhados no desenvolvimento de coleção de Moda e na realização do evento Piauilismo, todos inspiradas por temas regionais. Estas unidades curriculares possibilitaram, ainda, o exercício da prática profissional dos designers de Moda, reunindo todas as competências e habilidades do perfil desejado para o egresso do curso, conforme defendido pelo seu coordenador.

## **4. O Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI)**

### **4.1. Características Gerais**

O curso superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Piauí teve início em outubro de 2016 e formará sua primeira turma apenas no início de 2020, o que faz com que muitos aspectos do seu Projeto Pedagógico se encontrem ainda em fase de implantação ou consolidação. O documento foi elaborado por uma comissão que incluiu tanto professoras que trabalham em setores pedagógicos, quanto professoras do curso de Técnico em Vestuário do próprio Instituto - que já se encontrava em funcionamento desde 2008 na cidade de Teresina. Acredito que este foi um ponto positivo, pois, desta forma, o PPC foi elaborado por profissionais com conhecimento sobre a elaboração de documentos pedagógicos, bem como profissionais que já possuíam formação superior em Design de Moda e experiência de docência num curso voltado para a indústria de confecção.

Segundo o PPC, o curso foi criado para atender às demandas do mercado e da indústria de confecção do vestuário piauiense por profissionais graduados na área, dado o crescimento do setor nas últimas décadas. Além disso, ainda conforme o documento, o curso faz parte do processo de verticalização do ensino nos Institutos Federais, “[...] a qual procura estabelecer itinerários formativos continuados do curso técnico ao doutorado” (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 23). Conforme o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) do Instituto Federal do Piauí, a oferta dos cursos no Instituto observa a verticalização dos níveis de ensino em relação aos eixos tecnológicos estratégicos ofertados por cada campi (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2014, p. 52). Assim, conforme o PPC e o PDI, seria gerada a oportunidade para os egressos do Técnico continuarem sua formação num eixo tecnológico afim, partindo do curso Técnico em Vestuário para o Tecnológico em Design de Moda e, posteriormente, para pós-graduações. Apesar de tal verticalização pretender alcançar a pós-graduação até o doutorado, este processo ocorre de gradualmente conforme os recursos de cada

campi, de forma que, hoje, existem 27 cursos de Especialização Lato-Sensu nas mais variadas áreas de concentração, um Mestrado em Engenharia de Materiais (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2014, p. 115-116).

O curso superior de Tecnologia em Design de Moda apresenta também algumas características específicas desta modalidade de formação, a tecnológica: uma abordagem específica e focada na profissão do designer de Moda<sup>68</sup>; carga horária menor do que a de um bacharelado - com 2.040 horas/aula integralizadas em seis semestres -; e perfil de conclusão focado na gestão de processos, aplicação e desenvolvimento de tecnologias (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 7). Tais características fazem o curso de formação tecnológica ser o mais procurado por profissionais que já atuam na indústria de confecção, têm pouco tempo disponível e desejam obter o diploma do Ensino Superior.

Como objetivo geral do curso, o PPC apresenta duas redações complementares. Num primeiro momento, o documento apresenta características voltadas para uma formação holística, social e cultural, desvinculada de qualquer área de graduação e alinhada à missão, visão e valores do Instituto Federal do Piauí:

O Curso Superior de Design de Moda pretende oportunizar uma sólida e ampla formação no âmbito profissional e humano, com o domínio de técnicas, autonomia intelectual, pensamento crítico, espírito empreendedor, formação cultural, artística e histórica, na perspectiva de uma formação integral, capaz de atuar como agente de transformação social e de demandas específicas, visando a emancipação, inclusão e transformação da sociedade em nível local e/ou regional (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 27).

Já em outro trecho, o PPC apresenta como objetivo geral uma formação centrada na profissão de designer de Moda, se aproximando, assim, das demandas pelo curso já apresentadas. O principal objetivo do curso é, então,

Formar designers de Moda com capacidade prática, crítica e criativa para elaborar e gerenciar projetos para os mais diversos setores do campo da moda, considerando fatores estéticos, simbólicos, ergonômicos e produtivos, bem como, formar profissionais-cidadãos empreendedores, com

---

<sup>68</sup> Fonte: portal de notícias G1 (<http://g1.globo.com/pr/norte-noroeste/especial-publicitario/faculdade-eficaz/noticia/2017/07/os-tipos-de-graduacao-no-brasil-e-importancia-delas-para-o-seu-futuro.html>). Acesso em julho de 2019.

conhecimentos técnicos, eticamente responsáveis, comprometidos com o bem-estar da coletividade e aptos a associar a teoria à prática (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 30).

Como objetivos específicos para o curso, o PPC relaciona:

- Pesquisar tendências de comportamento, cores, formas, texturas e acabamentos;
- Pesquisar e planejar produtos e coleções de moda aplicando visão histórica, sociológica, antropológica e ergonômica;
- Desenvolver produtos de Moda através de modelagem plana e tridimensional;
- Confeccionar protótipos;
- Elaborar portfólios, dossiês de forma manual e gráfica, esta última, utilizando tecnologias, softwares aplicados à Moda;
- Analisar e gerenciar a viabilidade técnica de projetos de produtos de Moda;
- Diagnosticar problemas e gerar soluções durante o processo de desenvolvimento do produto, considerando fatores ergonômicos, estéticos, simbólicos e produtivos;
- Considerar os impactos ambientais gerados no desenvolvimento dos produtos de Moda;
- Estruturar e exercitar as diversas fases do produto, desde a interpretação de tendências até sua execução final;
- Formar um pensamento empreendedor levando em consideração a ética e a responsabilidade social (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 30-31).

O perfil de egresso previsto para o curso no seu Projeto Pedagógico é de um profissional capacitado para: propor soluções criativas e inovadoras em projetos; utilizar conteúdos teóricos, técnicas e processos de criação de produtos para atender à indústria de confecção do vestuário; atuar no setor produtivo da moda com visão sistêmica do mercado, materiais, pesquisa de tendências de comportamentos, acabamentos, processos produtivos e novas tecnologias; e conceber produtos de Moda com base no entendimento e na interpretação dos aspectos culturais, socioambientais, antropológicos, econômicos, políticos, históricos, educacionais, estéticos, ergonômicos, inclusivos e éticos (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 31). É um perfil bastante extenso, mas que se alinha aos objetivos do curso e às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Design.

As competências e habilidades relacionadas no PPC, da mesma forma, sugerem continuidade entre as demandas para o curso, seus objetivos gerais e específicos e, ainda seu perfil de egresso. Elas parecem, ainda, terem sido redigidas com base nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Design e especificadas para o Design de Moda. São elas:



- I. Analisar aspectos estéticos, artísticos, históricos e culturais do Design e da Moda, bem como seus signos e significados (semiótica);
- II. Refletir criticamente a respeito dos processos sociais e comunicacionais (tendências de comportamento e consumo de Moda) nacionais e globais aplicados à criação de produtos de Moda;
- III. Planejar, desenvolver plano de negócios, empreender, gerenciar e aplicar estratégias de marketing para soluções criativas do mercado de Moda, considerando questões econômicas, socioambientais e éticas;
- IV. Conhecer de forma técnica e operacional o fluxo de processo produtivo do vestuário: modelagem, peça piloto, gradação, risco/encaixe/corte, confecção, *layout*, ficha técnica, cálculo de consumo e lançamento dos produtos no mercado;
- V. Pesquisar, elaborar, desenvolver coleções de acordo com a metodologia projetual e criar produtos de Moda que tenham viabilidade estética, sustentável e ergonômica (vestuário profissional, comercial e inclusivo);
- VI. Identificar tipos físicos (biótipos) considerando os elementos e princípios do Design;
- VII. Conhecer matérias-primas (fibras têxteis, fiação e tecelagem/padronagem), processos de beneficiamento (técnicas de lavanderia e de estamparias), design de superfície e novas tecnologias aplicadas aos produtos de Moda;
- VIII. Conhecer técnicas e processos da costura industrial assim como máquinas e equipamentos utilizados na confecção e noções básicas de sua manutenção preventiva;
- IX. Aprender e aplicar técnicas e métodos de modelagem industrial (plana, tridimensional e computadorizada) com a utilização de softwares, materiais e equipamentos específicos;
- X. Interpretar e representar graficamente as criações de Moda (desenho de Moda e desenho técnico);
- XI. Aplicar conhecimentos de computação gráfica e softwares específicos para a elaboração de portfólios (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 27).

## 4.2. Organização Curricular

Para atender o perfil do egresso, bem como as competências e habilidades do futuro profissional de Design de Moda, o curso apresenta os seguintes componentes obrigatórios e optativos organizados de forma a atender aos objetivos. Segue abaixo a organização curricular completa do curso:

Tabela 5 – Organização curricular completa do curso de Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí.

Semestre	Componente Curricular	Carga Horária
1º Semestre	Modelagem Plana	60 horas/aula
	Antropologia e Sociologia	30 horas/aula
	Laboratório de Pesquisa e Criação	30 horas/aula

	Modelagem Tridimensional	60 horas/aula
	Fundamentos do Design	30 horas/aula
	Laboratório de Confeção I	30 horas/aula
	Matemática Aplicada	30 horas/aula
	Produção Textual	30 horas/aula
<b>2º Semestre</b>	Metodologia Científica	30 horas/aula
	Informática Básica	30 horas/aula
	História da Indumentária	30 horas/aula
	Desenho da Figura Humana	30 horas/aula
	História da Arte	30 horas/aula
	Modelagem Plana Feminina	60 horas/aula
	Laboratório de Confeção II	60 horas/aula
<b>3º Semestre</b>	Projeto Integrador I	30 horas/aula
	Desenho Técnico	30 horas/aula
	Modelagem Plana Masculina e Infantil	60 horas/aula
	Laboratório de Confeção III	60 horas/aula
	Informática Aplicada à Moda	60 horas/aula
	Tecnologia Têxtil	30 horas/aula
	Marketing de Moda	30 horas/aula
<b>4º Semestre</b>	História da Moda	30 horas/aula
	Modelagem Plana Avançada Feminina	60 horas/aula
	Laboratório de Confeção IV	60 horas/aula
	Produção Gráfica I	30 horas/aula
	Empreendedorismo	30 horas/aula
	Planejamento de Coleção	30 horas/aula
	Desenho Técnico Avançado	30 horas/aula
	Desenho de Moda	30 horas/aula
<b>5º Semestre</b>	Projeto Integrador II	30 horas/aula
	Projeto de Coleção de Moda	30 horas/aula
	PCP (Planejamento e Controle da Produção)	30 horas/aula
	Atelier Experimental	60 horas/aula
	Modelagem Tridimensional Avançada	30 horas/aula
	TCC I	30 horas/aula
	Modelagem Informatizada	30 horas/aula
Gestão de Custos	30 horas/aula	

	Produção Gráfica II	30 horas/aula
<b>6º Semestre</b>	Optativa	60 horas/aula
	Produção de Moda	30 horas/aula
	Ecodesign	30 horas/aula
	Desenvolvimento de Protótipo	90 horas/aula
	Produção de Portfolio Digital	60 horas/aula
	TCC II	30 horas/aula
<b>Rol de Disciplinas Optativas</b>	Libras	60 horas/aula
	Cultura Afro-Brasileira e Indígena	60 horas/aula
	Noções de Direitos Humanos	60 horas/aula
	Ergonomia do Produto	60 horas/aula
	Design de Superfície	60 horas/aula

Fonte: Projeto Pedagógico do Curso de Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí.

Com base na leitura das ementas das unidades curriculares no Projeto Pedagógico e nos meus conhecimentos em Design de Moda, realizei a seguinte divisão das disciplinas de acordo com os eixos interligados de formação exigidos nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Design:

- I. Eixo de formação de conteúdos básicos: Antropologia e Sociologia; Fundamentos do Design; Matemática Aplicada; Produção Textual; Metodologia Científica; Informática Básica; História da Indumentária; História da Arte; Tecnologia Têxtil; Marketing de Moda; História da Moda; Empreendedorismo; Planejamento de Coleção; PCP (Planejamento e Controle de Produção); Gestão de Custos; Ecodesign; Produção de Portfolio Digital; Cultura Afro-Brasileira e Indígena; Noções de Direitos Humanos; Ergonomia do Produto.
- II. Eixo de formação de conteúdos específicos: Modelagem Plana; Laboratório de Pesquisa e Criação; Modelagem Tridimensional; Laboratório de Confecção I a IV; Desenho da Figura Humana; Modelagem Plana Feminina; Desenho Técnico; Modelagem Plana Masculina e Infantil; Modelagem Plana Avançada Feminina; Produção Gráfica I e II; Desenho Técnico Avançado; Desenho de Moda; Atelier Experimental; Modelagem Tridimensional Avançada;

Modelagem Informatizada; Produção de Moda; Libras; Design de Superfície.

- III. Eixo de formação de conteúdos teórico-práticos: Projeto Integrador I e II; Projeto de Coleção de Moda; TCC I e II; Desenvolvimento de Protótipo.

As unidades curriculares optativas, infelizmente, não puderam ser contempladas neste estudo. Isto porque a organização curricular exige que seja cumprida apenas uma disciplina optativa no sexto e último semestre do curso, mas a primeira turma a ingressar no mesmo ainda não atingiu o este período. Assim, já que nenhuma destas unidades curriculares foi ofertada no curso, conseqüentemente, nenhuma delas pôde ser estudada. Isto foi uma infelicidade, pois Cultura Afro-Brasileira e Indígena, caso ofertada, teria sido ao mesmo tempo uma boa possibilidade para o ensino de Antropologia e uma forma de atender às Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena.

Ao concentrar-me nas unidades curriculares obrigatórias, observei mais atentamente aquelas pertencentes a dois eixos de formação: ao eixo de conteúdos básicos, por prever o estudo das teorias do Design – no caso, Design de Moda – em seu contexto antropológico, e ao eixo de conteúdos teórico-práticos, por integrar o conhecimento teórico ao exercício da prática profissional e este ser um aspecto levantado pela coordenadora do curso em diversos momentos da nossa entrevista. Assim, as unidades curriculares que me mostraram a possibilidade do ensino de Antropologia foram Antropologia e Sociologia, Projeto Integrador, Projeto de Coleção de Moda e Desenvolvimento de Protótipo. Dentre elas, tive ainda que excluir a última, por encontrar-se no último semestre do curso, um período que só será ofertado em 2020. Por outro lado, acrescentei Laboratório de Pesquisa e Criação, por fazer parte, segundo o PPC, de um grupo de disciplinas que aborda conteúdos com enfoque em responsabilidade social e relações étnico-raciais<sup>69</sup> com o objetivo de atender às Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 84). Em

---

<sup>69</sup> São elas Laboratório de Pesquisa e Criação, Antropologia e Sociologia e Cultura Afro-Brasileira e Indígena.

resumo, as unidades curriculares escolhidas para estudo mais detalhado, leitura do Plano de Ensino, observação das aulas, entrevistas com professores e alunos foram: Antropologia e Sociologia, Projeto Integrador I, Projeto de Coleção de Moda e Laboratório de Pesquisa e Criação.

Não encontrei barreiras do corpo docente em acompanhar suas aulas ou mesmo realizar nossas entrevistas, entretanto, houve uma limitação de tempo no estudo das unidades curriculares do semestre 2019.1 do IFPI, pois o calendário acadêmico da instituição vai até o mês de setembro, e eu só pude acompanhar as atividades realizadas até meados de julho. Assim, infelizmente, não pude ver o resultado de algumas atividades empíricas realizadas ao longo do semestre, como o desenvolvimento das coleções de vestuário em Projeto de Coleção de Moda. Da mesma forma, não pude assistir a todas as aulas de Antropologia e Sociologia, apenas cerca de metade delas, e não pude observar como o professor apresentou todo o conteúdo previsto. Também devido à limitação de tempo da pesquisa, julguei desnecessário e pouco eficaz estudar as duas disciplinas de Projeto Integrador I e II. Assim, optei pela primeira delas, presente no segundo semestre do curso e ofertada no período 2018.2, de forma que não foi prejudicada pelo limite de tempo como as demais.

O campo, por vezes, nos apresenta algumas surpresas. No Design de Moda do IFPI, Laboratório de Pesquisa e Criação foi uma disciplina estudada em decorrência da leitura do PPC, onde ela é descrita como um componente curricular que aborda conteúdos específicos enfocando responsabilidade social e as relações étnico-raciais (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 84). Isto demonstrou uma preocupação em seguir as orientações das Leis nº 10.639, de 09 de janeiro de 2003 e nº 11.645, de 10 de março de 2008 e também das Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena, seguindo uma perspectiva de educação multicultural. Entretanto, ao longo do andamento da pesquisa no âmbito do curso, percebi que o foco da disciplina foram processos criativos, estudos sobre cor e exercícios da criatividade, não havendo absolutamente nenhuma relação com a educação das relações étnico-raciais, ensino da história e cultura afro-brasileira, africana e indígena, nem mesmo com a educação multicultural. A própria professora da unidade curricular, em nossa

conversa, se mostrou alheia ao fato de que o PPC estipula que Laboratório de Pesquisa e Criação deveria abordar tais temas. O que se percebe com isso, é que, mesmo que o PPC afirmasse que esta unidade curricular deveria abordar tais conteúdos e temáticas, a prática não evidenciou tal situação, pois durante o tempo em que observei às aulas, bem como na conversa com a professora, não foi evidenciado qualquer perspectiva do ensino de Antropologia. Isso foi, ainda, um fato preocupante, pois demonstrou que um requisito legal relevante previsto no PPC foi deixado de lado.

### 4.3. Corpo docente

O corpo docente que atua no processo de formação dos futuros designers de Moda do Instituto Federal do Piauí, possui formação técnica e acadêmica muito variada, além de alta qualificação. Dos dezesseis (16) docentes do curso, há um (01) doutor, onze (11) mestres e quatro (04) especialistas. A formação do corpo docente é 43% em Design de Moda ou Estilismo e Moda, sendo que aqueles docentes com formação diversa (Administração, Educação Artística, Ciências Sociais, História, Engenharia de Produção, Matemática, Letras, Gestão de Recursos Humanos e Educação Física) ministram disciplinas relacionadas às suas áreas de graduação ou pós-graduação. Estes dados estão sintetizados na tabela abaixo.

Tabela 6 – Membros do corpo docente de 2018.2 e 2019.1 do curso de Design de Moda do campus Teresina Zona Sul do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia com respectiva formação.

Nome	Formação	Unidades curriculares ministradas em 2018.2 e 2019.1
<b>Adailson Aragão dos Santos</b>	Graduação Bacharelado em Filosofia (Universidade Estadual Vale do Acaraú); Graduação Licenciatura Plena em Filosofia (Instituto Católico de Estudos Superiores do Piauí); Especialização em Saúde Mental (Centro Universitário UNINTA); Especialização em Educação a Distância e Tecnologia (Instituto de Ensino Superior Múltiplo); Mestrado em Ética e Epistemologia (Universidade Federal do Piauí).	Metodologia Científica.

<b>Aline Kely Vieira Chaves</b>	<p>Graduação em Direito (Faculdade São Gabriel);</p> <p>Graduação em Design de Moda (Centro Universitário Uninovafapi);</p> <p>Especialização em Gestão de Negócios de Moda Centro Universitário Uninovafapi).</p>	<p>Desenho Técnico;</p> <p>História da Moda;</p> <p>Desenho de Moda.</p>
<b>Caroline Pinto Guedes Ferreira</b>	<p>Graduação em Administração (Universidade Estadual do Piauí);</p> <p>Especialização em Gestão Estratégia de Pessoas (Universidade Federal do Piauí).</p>	<p>Marketing de Moda;</p> <p>Gestão de Custos;</p> <p>Projeto Integrador I;</p> <p>Projeto Integrador II;</p> <p>Empreendedorismo.</p>
<b>Edna Maria dos Santos Silva</b>	<p>Graduação em Design de Moda (Centro Universitário Uninovafapi);</p> <p>Especialização em Negócios e Stylist de Moda (Centro Universitário Uninovafapi);</p> <p>Mestrado Profissional em Gestão e Tecnologia em Educação a Distância (Universidade Federal Rural de Pernambuco).</p>	<p>Modelagem Plana;</p> <p>Modelagem Plana Masculina e Infantil;</p> <p>Modelagem Plana Feminina;</p> <p>Modelagem Plana Avançada Feminina.</p>
<b>Elenilce Soares Mourão</b>	<p>Graduação em Licenciatura Plena em Educação Artística (Universidade Federal do Piauí);</p> <p>Especialização em História da Arte e da Arquitetura (Instituto Camillo Filho);</p> <p>Especialização em PROEJA (Centro Federal de Educação Tecnológica do Piauí);</p> <p>Mestrado Profissional em Artes, Patrimônio e Museologia (Universidade Federal do Piauí).</p>	<p>Laboratório de Pesquisa e Criação;</p> <p>Tecnologia Têxtil;</p> <p>Desenho da Figura Humana;</p> <p>História da Arte.</p>
<b>Francisca Elcilena Oliveira da Silva</b>	<p>Graduação em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Especialização em Gestão de Negócios de Moda (Centro Universitário Uninovafapi).</p>	<p>Modelagem Tridimensional;</p> <p>Projeto de Coleção de Moda;</p> <p>Laboratório de Confecção III.</p>
<b>Jeanne de Souza Silva Leite</b>	<p>Graduação em Ciências da Computação (Universidade Federal do Piauí);</p> <p>Especialização em Redes de Computadores (Faculdade Piauiense);</p> <p>Mestrado em Ciências da Computação (Universidade Federal Fluminense).</p>	<p>Informática Básica.</p>

<b>Joana Áurea Medeiros Lima Poeta</b>	<p>Graduação em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará);</p> <p>Especialização em Moda e Marketing (Faculdade Católica do Ceará);</p> <p>Mestrado em Design (Universidade Anhembi Morumbi).</p>	<p>Informática Aplicada à Moda;</p> <p>Modelagem Informatizada;</p> <p>Produção Gráfica II;</p> <p>Produção Gráfica I;</p> <p>Desenho Técnico Avançado.</p>
<b>José Marcílio de Sá</b>	<p>Graduação em Licenciatura Plena em História (Universidade Federal do Piauí);</p> <p>Graduação em Ciências Sociais (Universidade Federal do Piauí);</p> <p>Mestrado em Ciência Política (Universidade Federal do Piauí).</p>	<p>Antropologia e Sociologia.</p>
<b>Karen Cristina de Barros Santos</b>	<p>Graduação em Engenharia de Produção (Universidade Regional do Cariri);</p> <p>Graduação em Administração (Universidade Estadual do Piauí);</p> <p>Especialização em MBA em Gestão de Qualidade (Faculdade Paraíso do Ceará);</p> <p>Especialização em Engenharia da Segurança do Trabalho (Centro de Ensino Superior do Vale do Parnaíba).</p>	<p>PCP (Planejamento e Controle da Produção).</p>
<b>L'hosana Céres de Miranda Tavares</b>	<p>Graduação em Licenciatura Plena em Matemática (Centro de Ensino Unificado de Brasília);</p> <p>Graduação em Design de Moda (Centro Universitário Uninovafapi);</p> <p>Especialização em Oficinas Pedagógicas (Centro de Ensino Unificado de Brasília);</p> <p>Especialização em Matemática Superior (Centro de Ensino Unificado de Brasília);</p> <p>Especialização em Gestão de Negócios de Moda (Centro Universitário Uninovafapi);</p> <p>Especialização em Docência da Educação Profissional (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí);</p> <p>Mestrado em Antropologia e Arqueologia (Universidade Federal do Piauí).</p>	<p>Laboratório de Confecção III;</p> <p>Atelier Experimental;</p> <p>Modelagem Tridimensional Avançada;</p> <p>Laboratório de Confecção IV.</p>
<b>Márcio Miranda de Carvalho</b>	<p>Graduação em Licenciatura Plena em Matemática (Universidade Federal do Piauí);</p>	<p>Matemática Aplicada.</p>



	Mestrado Profissional em Profmat (Universidade Federal do Vale do São Francisco).	
<b>Nara Neide Lucas dos Santos</b>	Graduação em Letras Português (Universidade Federal do Piauí); Graduação em Direito (Faculdade São Gabriel); Mestrado em Educação (Universidade Federal do Piauí).	Produção Textual.
<b>Nelymar Gonçalves do Nascimento</b>	Graduação em Estilismo e Moda (Universidade Federal do Ceará); Especialização em Arte e Educação (Faculdade Sete de Setembro); Mestrado em Educação (Universidade do Vale do Rio dos Sinos).	Laboratório de Confecção I.
<b>Tatiana Barros de Oliveira Nunes</b>	Graduação em Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos (Centro Federal de Educação Tecnológica do Piauí); Especialização em Gestão Educacional (Centro Federal de Educação Tecnológica do Piauí); Especialização em Moda e Marketing (Faculdade Católica do Ceará); Mestrado em Design (Universidade Federal do Maranhão).	Fundamentos do Design; História da Indumentária; Planejamento de Coleção.
<b>Valdênia Pinto de Sampaio Araújo</b>	Graduação em Licenciatura Plena em Educação Física (Universidade Federal do Piauí); Especialização em Gestão Pública (Universidade Federal do Piauí); Mestrado em Educação (Universidade Federal do Piauí); Doutorado em Educação (Universidade Federal do Piauí).	TCC I.

Fontes: website do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, quadros de horários dos períodos 2018.2 e 2019.1 do curso e Plataforma Lattes – CNPq. Acesso em julho de 2019.

No que diz respeito ao ensino de Antropologia, percebemos que o quadro docente do IFPI apresenta uma professora que é antropóloga e designer de Moda. Esta seria, na minha opinião, a formação ideal para um docente do curso de Design de Moda que leciona conteúdos relacionados à Antropologia, pois une as duas áreas do conhecimento de forma que o ensino de Antropologia é devidamente

contextualizado para o campo do Design de Moda, diminuindo as dificuldades metodológicas apresentadas no primeiro capítulo - dificuldades acerca da definição do conteúdo programático mais relevante para ser ensinado aos alunos que não são das Ciências Sociais; da caracterização da disciplina como eminentemente teórica ou teórico-prática, com inclusão ou não da prática do trabalho de campo; e da escolha da metodologia de ensino mais adequada para prender a atenção dos alunos. Entretanto, ela ministra apenas disciplinas práticas relacionadas às habilidades de costura e modelagem<sup>70</sup>, e o fato de ela nunca ter lecionado a unidade curricular Antropologia e Sociologia me chamou a atenção. Segundo ela, isto se deve primordialmente à escassez de professores que dominem as habilidades de modelagem e costura:

*[...] eu sou uma professora das áreas técnicas, algo que é muito necessário [no curso]. O grupo de professores que tem o domínio da modelagem e da costura é muito pequeno. Então, como eu sou dessa área - e eu me garanto nessa área, eu costuro muito bem, eu sei fazer qualquer peça, de fio a pavio, eu domino essa habilidade da costura - eu acho que o outro motivo foi esse: como tirar uma professora da área técnica, que é deficitária? Você sabe a deficiência que tem aqui [na UFPI], e no Instituto Federal não é diferente, tem também essa carência. [...] Pouquíssimos professores que têm o domínio de costurar dentro dos cursos de moda. Porque quem tem o domínio, não tem a formação acadêmica para dar aula no curso superior. Nem a graduação nem a pós-graduação. então acho que um dos motivos é esse (professora no curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Desta forma, sua carga horária é semestralmente distribuída entre as unidades curriculares relacionadas à costura e à modelagem, que não são poucas – *“[...] a quantidade de horas/aula, no curso, é muito grande, nas áreas técnicas. No curso superior de Moda, tem costura e modelagem do primeiro ao último ano, e quatro aulas semanais”* -, pois ela é uma das poucas docentes capacitadas para lecioná-las. Por este mesmo motivo, a disciplina optativa Cultura Afro-Brasileira e Indígena, ofertada pela primeira vez em 2020.1, também não será lecionada por ela:

*Agora, por exemplo, sou uma estudiosa das africanidades. Quando estudei Antropologia estudei as religiões afro brasileiras. Estou no doutorado, estou fazendo um desfile de moda afro, tendo como referência os estudos do curso superior de Moda, trabalhando com africanistas. No doutorado continuo na mesma temática. E a disciplina que seria para mim, que é a de Relações Étnico-Raciais [o nome correto é Cultura Afro-Brasileira e Indígena], foi para um outro professor, que é da [formado em] História. Vai*

---

<sup>70</sup> Em nossa conversa, ela relatou que em apenas duas ocasiões lecionou disciplinas diferentes das de modelagem e costura, que foram Laboratório de Pesquisa e Criação e Produção de Moda, substituindo uma professora que se afastou antes do semestre acabar.

*ser ofertada este semestre e foi para outro professor, porque eles não podem ficar sem mim nas áreas técnicas. Para quem vão entregar o desfile final dos alunos? [aqui a professora refere-se à disciplina de Desenvolvimento de Protótipo, do sexto semestre] (professora no curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Assim, a única professora antropóloga do quadro docente de Design de Moda do IFPI apresenta sua carga horária completamente tomada pelas disciplinas de costura e modelagem, devido ao fato de ela ser uma das poucas opções de docente que o curso dispõe para tais unidades curriculares.

#### **4.4. O Discurso da Coordenadora**

A coordenadora do curso de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Piauí é graduada em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará (assim como muitos dos professores que atuam em Teresina), possui especialização em Arte e Educação e mestrado em Educação. Segundo ela, o Projeto Pedagógico do Curso foi elaborado por uma comissão de professoras cuja maioria é formada em Tecnologia em Design de Moda e faz parte do corpo docente do curso de Técnico em Vestuário do próprio Instituto Federal do Piauí. Como já defendi anteriormente, acredito que isto tenha tido influência positiva na elaboração do documento, uma vez que o perfil de egresso e as competências e habilidades foram redigidas de forma que atendem ao Catálogo Nacional de Cursos Superiores em Tecnologia, às Diretrizes Curriculares Nacionais para Design e para os Cursos Superiores em Tecnologia, o que demonstra que estes documentos foram tidos como parâmetro para o planejamento do curso. Além disso, ela também mencionou que os dois Projetos Pedagógicos dos Cursos de Design de Moda de Teresina e de Piri-piri foram elaborados em conjunto, por duas equipes com alguns membros em comum.

Ao tecer comentários sobre os objetivos do curso, a coordenadora ao mesmo tempo descreveu um perfil de egresso desejado. Este seria, para ela,

*Um profissional engajado, proativo, antenado com as tendências de mercado, que saiba agir nas situações que pedem, para desenvolver coleções, trabalhar com projetos, e para trabalhar não apenas no desenvolvimento do produto – porque aqui não [se] foca só na criação – mas também para trabalhar dentro do processo produtivo da fábrica. [...] Engajado para atuar em todos os setores, para ir na produção ver o que está dando errado e resolver... (coordenadora de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Apesar de focar no engajamento e proatividade, o perfil descrito pela coordenadora me pareceu consistente tanto com os objetivos do curso quanto com o perfil de egresso descritos no PPC. Entretanto, ela confessou que, como o curso está em fase de consolidação, não tem ainda estratégias bem definidas para atingir o perfil de egresso pretendido. Em suas palavras: *“É difícil saber, por enquanto, vou ser sincera. Mas a gente está se articulando”*.

A respeito de alguns objetivos pretendidos, ela argumentou que as visões histórica, sociológica e antropológica – mencionadas no objetivo específico “Pesquisar e planejar produtos e coleções de moda aplicando visão histórica, sociológica, antropológica e ergonômica” - seriam trabalhadas em disciplinas como História da Moda e Antropologia e Sociologia. Inferi que a História da Moda atuaria no desenvolvimento da visão histórica, enquanto que a Antropologia e Sociologia, no das visões sociológica e antropológica. Ela ainda apontou que o desenvolvimento da habilidade de reflexão crítica a respeito dos processos sociais e comunicacionais, tendências de comportamento e consumo de moda prevista para o egresso também seria desenvolvida através dos conteúdos de Antropologia e Sociologia. Segundo ela: *“Para ‘refletir criticamente’ seria a disciplina de Sociologia e Antropologia, supondo que dê tempo de ver tudo isso numa disciplina dessas em duas horas”*. Com isso, percebemos que sua opinião a respeito de Antropologia e Sociologia é que esta é uma unidade curricular importante no curso, mas que foi elaborada inadequadamente.

*[...] em uma disciplina só colocaram as duas [áreas do conhecimento] e conteúdo pouco até para [apenas] uma, porque em duas horas de aula você não consegue ver nem Sociologia nem Antropologia. [...] vê muito pouco e deveria ver mais (coordenadora de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

O professor que lecionou Antropologia e Sociologia durante o período da minha pesquisa de campo também concordou com a incompatibilidade entre conteúdo e carga horária deste componente curricular. Em nossa conversa, ele relatou que, ao ser convidado para ministrá-la, considerou questionáveis o título, o conteúdo e a carga horária da unidade curricular, de apenas 30 horas/aula. De acordo com ele,

*Eu até já coloquei isso lá, pois a ementa tem um problema de origem. Na época, ela foi feita um pouco apressada. Alias, não só a ementa, mas o projeto do curso como um todo foi feito de uma forma um pouco apressada por causa dos prazos do MEC. Acabou que não foi consultado um professor*

da área [das Ciências Sociais]. [...] **“Antropologia e Sociologia”, isso é uma graduação! É muita coisa! Claro que o que define a disciplina, de fato, não é o nome, é a ementa, evidentemente. Mas até a ementa, achei muito abrangente quando você associa à sua carga horária: uma disciplina de 30 horas. O que tem aí é conteúdo para uma disciplina de 60 horas e ainda bastante acelerado** (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).

A coordenadora também defendeu que o curso tem foco na parte técnica:

*Olha, o diferencial desse curso é que ele tem foco na parte técnica, acho que o diferencial é esse. Seria a parte técnica, pois ele é voltado para a modelagem, costura também... **Tem muita parte prática. Os IFPIs [sic] focam muito nisso e tem estrutura para isso. Tanto a formação dos professores quanto a parte prática. A gente tem essa formação: quase todos aqui somos mestres, temos essa formação superior e também temos a parte prática aprendida no mercado mesmo de trabalho e não só visto na universidade e vindo direto para cá para fazer. E os alunos realmente praticam nos laboratórios. E o curso, quando foi pensado, foi focado nessa parte técnica*** (coordenadora de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).

O relato acima, só confirma que a missão do Instituto Federal é ofertar cursos de nível de formação técnica e talvez por isso, no processo de verticalização do ensino descrito anteriormente, a instituição tenha continuado nessa mesma lógica, de ofertar cursos de graduação em nível tecnológico. A coordenadora ressaltou, entretanto, que, apesar do enfoque técnico descrito, não há prioridade ou maioria de carga horária de atividades práticas em relação às teóricas. O que o curso procura desenvolver enquanto estratégia metodológica são atividades empíricas frequentes e variadas para exercitar o conhecimento constantemente.

*Digamos que a distribuição é equiparada, mas, na prática, [o conhecimento] realmente é aplicado e cobrado. [...] **Dentro de algumas disciplinas tem atividades teóricas e atividades práticas. Em outras, não, são só atividades teóricas e é feita a articulação com outra disciplina, geralmente do mesmo semestre, mas pode ser de um semestre para o outro.** [...] Um exemplo deste semestre são as três disciplinas de Modelagem, Costura e a professora Caroline, que está dando Marketing. Elas estão agora com um projeto - é chamado de projeto, mas é um trabalho interdisciplinar – que no fim vai culminar num pequeno desfile<sup>71</sup>. [...] E em outros semestres acontecem trabalhos similares. Às vezes é uma exposição, às vezes é um evento (coordenadora de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).*

Para a coordenadora, alguns elementos presentes nos objetivos do curso - o desenvolvimento do pensamento crítico, a formação cultural, a capacidade de atuar como agente de transformação social – e também elementos do perfil de

<sup>71</sup> Conforme relato da professora Caroline, o trabalho interdisciplinar em questão consistia na elaboração de um plano de negócios na disciplina de Marketing, e na confecção de peças de roupas nas disciplinas de Modelagem e Costura.

egresso - o entendimento e a interpretação dos aspectos “culturais, socioambientais, antropológicos, econômicos, políticos, históricos, educacionais, estéticos, ergonômicos, inclusivos e éticos” - se realizariam, para ela, através dos variados projetos executados ao longo do curso. Isto porque há uma carga horária específica a ser cumprida apenas com atividades interdisciplinares, as denominadas Práticas Curriculares em Comunidade e em Sociedade (PCCS), à qual se dedicam os Projetos Integradores e, através destas atividades, os alunos têm contato com a realidade cultural e social que os cerca, trabalhando com a comunidade e instituições. De acordo com Jones (2005, p. 166), “Uma das formas mais eficazes de ensinar Moda é por meio da elaboração de projetos”, visto que estes são trabalhos sistemáticos que envolvem pesquisa e atividades práticas e cujo campo de atuação varia de acordo com o conteúdo que estiver sendo estudado em cada período do curso. Ainda conforme a autora,

O objetivo do projeto é desenvolver sua criatividade para responder a determinadas exigências. Quase sempre é uma simulação do que os diferentes setores do mercado exigem do criador de Moda. O projeto é uma oportunidade de treinar as habilidades que lhe serão requisitadas quando você acabar a faculdade e entrar no mercado de trabalho (JONES, 2005, p. 166).

Nesta mesma linha, o PPC descreve os Projetos Integradores como

[...] estratégias metodológicas que possibilitam melhorar o processo de aprendizagem do aluno à medida que oportunizam a integração da teoria com a prática [...] aproxima [sic] o corpo docente, e os discentes, oportuniza o trabalho coletivo, a melhoria das relações interpessoais (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 100).

Já as PCCS, enquanto atividades de extensão, unem-se aos Projetos Integradores, já que, conforme a organização curricular do curso, os componentes curriculares devem possuir enfoque investigativo e estabelecer

[...] articulação entre as atividades teóricas e práticas, com o objetivo de promover o desenvolvimento crítico-reflexivo dos estudantes, a produção de conhecimento na área e articulação do curso com as demandas sociais possibilitada pelas Práticas Curriculares em Comunidade e em Sociedade (PCCS) (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 35).

Conforme a coordenadora, os Projetos Integradores teriam ainda mais um papel importante no curso. O PPC explicita que “conteúdos concernentes a questões ambientais, étnico-raciais, inclusivas e aos direitos humanos” são contemplados de forma ampla, transversal e contínua na estrutura curricular (INSTITUTO FEDERAL

DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 35). Desta forma, o Instituto Federal do Piauí, em observância às Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana, instituiu em seu âmbito acadêmico um Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas (NEABIs), que deve nortear ações de ensino, pesquisa e extensão com temáticas relacionadas a relações étnico-raciais, identidades e populações afrodescendentes e indígenas (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 94). As atividades orientadas pelo Núcleo podem acontecer dentro ou fora dos campi do IFPI, atingindo a comunidade externa, estimulando a produção científica e promovendo o conhecimento e a valorização da história dos povos africanos e indígenas, destacando suas influências na formação cultural brasileira (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 94-95). São objetivos dessas ações a promoção da “educação de cidadãos atuantes e conscientes, no seio da sociedade multicultural e pluriétnica do Brasil, buscando relações étnico-sociais positivas, rumo à construção de uma nação democrática” (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 84).

O Núcleo deveria atuar no curso de Design de Moda incentivando e promovendo atividades de extensão e pesquisa que tratem de questões e temáticas afrodescendentes e indígenas (INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ, 2015, p. 84), entretanto, a coordenadora informou que ele ainda não foi ativado. Mesmo assim, segundo ela, as temáticas inclusivas, de Direitos Humanos, ambientais e étnico-raciais são abordadas em todas as disciplinas, principalmente nos Projetos Integradores: *“Eles são abordados dessa forma, mas diretamente, a questão de a disciplina abordar isso, como tem disciplina que é voltada para isso, não [há no curso]. [...] Ela [disciplina Projeto Integrador] aborda e vai continuamente por semestre”*.

A articulação entre teoria e prática apareceu novamente no discurso da coordenadora quando ela argumentou que os aspectos estéticos, artísticos, históricos e culturais do Design e da Moda, seus signos e significados – competência descrita anteriormente - seriam apreendidos pelos alunos em componentes curriculares que a coordenadora denominou *“disciplinas teórico-práticas”*. Ainda na concepção da coordenadora, o objetivo específico de

“Diagnosticar problemas e gerar soluções durante o processo de desenvolvimento do produto, considerando fatores ergonômicos, estéticos, simbólicos e produtivos” também seria alcançado nessas unidades curriculares, pois nelas são realizadas atividades que envolvem o planejamento e desenvolvimento de coleções e produtos de Moda. Para a coordenadora,

*[Quando] você vai trabalhar o desenvolvimento do produto, que é a criação, você vê um pouco de teoria. Tem que ver, [pois] se o aluno não ver um pouco de teoria, ele não vai... Teoria da cor [por exemplo]: como você usa essa cor, o que fica melhor com essa [cor]; os elementos do design, os princípios do design, o que ele vai criar; o franzido, onde fica bem; uma prega, como cai bem... Ele tem que conhecer isso para poder aplicar e aplicar! Praticar também, desenvolver a coleção [...] **Aí ele vai aplicar tudo isso, muitas vezes desenvolvendo uma coleção.** Mas ele desenvolve coleção em algumas disciplinas. É dessa forma: teórico-prática (coordenadora de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).*

Como já falei anteriormente, elas fazem parte do eixo de formação de conteúdos teórico-práticos que, segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, envolvem “[...] domínios que integram a abordagem teórica e a prática profissional” (BRASIL, 2004a). São elas: Projeto de Coleção de Moda, no quinto semestre, e Desenvolvimento de Protótipo, no sexto. Segundo a coordenadora, essas duas disciplinas “[...] foram direcionadas aqui para que fosse [realizado] um trabalho de conclusão que culminasse em uma apresentação”. Desta forma, no penúltimo semestre do curso, os alunos devem desenvolver um projeto de coleção de Moda para, no último semestre, executá-lo e apresentá-lo como um trabalho de conclusão de disciplina. Isso não exclui, porém, o Trabalho de Conclusão de Curso propriamente dito, em forma de monografia ou artigo.

Após conversa com a coordenadora, pude compreender que o corpo docente de Design de Moda do IFPI em Teresina tem algumas particularidades que o diferencia do da UFPI. Um primeiro ponto é que o mesmo corpo docente atua no curso tecnológico, de nível superior, e no curso de nível médio, de forma que todos os docentes estão vinculados a ambas as coordenações e as duas coordenadoras mantêm uma relação de proximidade na distribuição dos professores entre as disciplinas todo início de semestre.

*Nós tentamos entrar em consenso de acordo com o que as duas áreas [os dois cursos] vão precisar. Por exemplo, a professora Raquel vai se afastar agora para fazer um mestrado ou doutorado. Aí nós vamos ver quais as disciplinas que a Raquel ministra. Ela não dá aula aqui no superior, mas*



*vamos ter que ver [isso] [...] porque as disciplinas que ela dá lá [no técnico], são disciplinas que nós vamos precisar de professor aqui também (coordenadora de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Segundo a coordenadora do curso tecnológico de nível médio, são 10 membros efetivos ao todo, mas duas professoras não podem atuar no curso superior por não possuírem nenhuma pós-graduação; os demais são substitutos ou pertencentes a outras coordenações. Um segundo ponto é que há alguns professores que não estão vinculados a nenhum curso específico, mas sim a uma coordenação de áreas básicas do Instituto Federal, a Coordenação de Ciências Humanas, Ciências da Natureza e Letras<sup>72</sup>. Eles lecionam disciplinas como Português, Matemática, Informática, Antropologia e Sociologia em todos os cursos do Instituto, e são direcionados por esta coordenação para os cursos conforme solicitação do seu respectivo coordenador. Segundo a coordenadora, o processo ocorre via ofício:

*Voltando à questão das disciplinas básicas, quando se inicia o [semestre] [...] já vai ser definida a grade com o que elas [professoras] vão dar [de] aula lá no outro semestre. Então a gente se reúne [e] se aqui a gente precisar de algum professor de disciplina básica no próximo semestre, eu faço um ofício e envio para o [a Coordenação de Ciências Humanas, Ciências da Natureza e Letras]. Por exemplo, [...] numa disciplina de Informática Básica, eu solicito à coordenadora daqui um professor de Informática Básica para ministrar aula no curso. De Antropologia também. [...] Eu pedi um professor de Português, um de Matemática e um de Antropologia [para este semestre]. [...] eu já envio o ofício dizendo qual o período, a carga horária, quantas horas são, e que horários seriam [as aulas]. [...] E eles lá é que vão dizer [indicar os professores], quando receberem os ofícios de todos os cursos, eles vão encaixar e ver isso (coordenadora de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Um terceiro ponto é que, na opinião da coordenadora, a formação ideal dos membros do corpo docente é aquela diretamente relacionada ao Design de Moda, para diminuir as limitações de áreas de atuação na docência nos dois cursos do IFPI. Em suas palavras: “[...] *você tem que abrir [o edital] para formação na área. Porque aí [senão] entram alguns professores que não têm aquela prática e que fica meio assim, só dá determinada disciplina, e isso amarra muito*”. Acredito que isso se deva também a mais dois fatores: primeiro, há aqueles professores das áreas básicas disponíveis para todo o Instituto, aos quais a coordenação de Design de

<sup>72</sup> Esta coordenação foi extinta pelo Instituto em meados de 2019, na fase final da minha pesquisa de campo, e as coordenadoras do curso tecnológico em Design de Moda e do curso técnico de Vestuário não sabiam ainda, à época, como ficaria a nova organização desses professores de áreas afins. Entretanto, isso não modificou os dados da minha pesquisa, pois a mudança só foi implementada no segundo semestre de 2019.

Moda pode recorrer se necessário, como foi o caso do professor que lecionou Antropologia e Sociologia; segundo, conforme relatado pela coordenadora do curso técnico em Vestuário, é muito complexo fazer uma seleção de novos professores no IFPI, pois há uma proporção de docentes por discentes ao qual o Governo Federal atende em cada campus que, por vezes, impede novas contratações.

*Na verdade, o que acontece [é que] precisar, a gente precisa [de mais professores]. Mas, no nosso campus, alguns eixos acabam tendo mais professores do que outros e, pela proporção de alunos que a gente tem aqui no campus inteiro, a gente está acima da quantidade de professores que deveria ter. Há uma proporção de mais ou menos um professor para 20 alunos, algo assim. Há uma proporção, um cálculo que o Governo faz e, no nosso caso, alguns eixos estão inchados e outros estão “aperreados”. Mas, quando se faz o cálculo total, o Governo analisa a quantidade total de alunos [e] acaba que não podemos mais [contratar ninguém]* (coordenadora do curso técnico em Vestuário do Instituto Federal do Piauí).

Quando há seleção, as duas coordenadoras também decidem em diálogo o perfil desejado para o professor, de forma similar ao que ocorre no processo de distribuição das disciplinas. Segundo a coordenadora do curso superior, a aprovação do Colegiado para essas decisões é necessária, mas nem sempre há tempo hábil para haver reuniões e, por isso, no dia-a-dia, quem toma tais decisões são as duas coordenadoras.

*É aqui na coordenação. Não vou dizer que não [consulto o Colegiado ou o NDE], você pode juntar o NDE ou o Colegiado, e o próprio Colegiado aprova [essas decisões]. A gente pode conversar e entrar em consenso lá [nas reuniões] sobre o perfil do professor que estamos querendo. [Mas] Se não tiver reunião [prevista] e não pudermos marcar, como aqui é tudo feito de última hora, eu não vou deixar de fazer [o edital]. Então sento com a outra coordenadora e defino as áreas* (coordenadora de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).

Vimos que o processo de seleção de um docente para determinada disciplina no IFPI é, de certa forma, pouco burocrático, pois são as coordenadoras do curso superior de Tecnologia em Design de Moda e do curso de Técnico em Vestuário as responsáveis por esta escolha, feita em conjunto através da distribuição da carga horária do corpo docente disponível para ambos os cursos. O professor que lecionou Antropologia e Sociologia durante a realização da pesquisa no curso foi indicado pela Coordenação de Ciências Humanas, Ciências da Natureza e Letras, via solicitação da coordenadora do curso superior, para ministrar a disciplina; sua formação é relacionada indiretamente à Antropologia, pois ele relatou em nossa conversa que suas maiores afinidades nas Ciências Sociais são a Ciência Política e a Sociologia; entretanto, ele vem lecionando esta unidade

curricular desde o início do curso. A professora de Projeto Integrador I faz parte do corpo efetivo dos cursos de Design de Moda e Técnico em Vestuário e lecionou e orientou os projetos dos alunos de Design de Moda na unidade curricular; ela é responsável por ministrar diversas disciplinas relacionadas à sua área de formação, a Administração, como apontado na tabela acima. A professora de Projeto de Coleção de Moda foi escolhida pelas coordenadoras para lecionar a disciplina tanto com base em sua formação, Estilismo e Moda, como com base na sua experiência profissional, de atuação na indústria de confecção.

## **4.5. Unidades Curriculares Etnografadas**

### **4.5.1. Antropologia e Sociologia**

Antropologia e Sociologia foi uma unidade curricular obrigatória presente no primeiro semestre de Tecnologia em Design de Moda do IFPI. Sua ementa envolveu: Antropologia e Sociologia como campo de conhecimento; a concepção de sociedade e cultura; diversidade cultural e etnocentrismo; a construção do conhecimento sociológico; as grandes correntes clássicas da sociologia; objeto de estudo e método em Sociologia e Antropologia; indivíduo e sociedade; consumo e prática cultural; cultura de massa e indústria cultural; gênero, sexualidade e diferença; direitos humanos, cidadania e Estado; e relações étnico-raciais. Os objetivos da unidade curricular, conforme seu Plano de Ensino, são: discutir as teorias socioantropológicas clássicas; conhecer as bases do pensamento social e as estruturas sociais; compreender as transformações culturais e a diversidade comportamental; e identificar a efemeridade comportamental na sociedade capitalista global. O conteúdo programático, por sua vez, previu: o campo do conhecimento socioantropológico; a diversidade cultural; a indústria cultural e o consumo como práticas sociais; e a efemeridade do comportamento social contemporâneo. Ao meu ver, a ementa foi redigida de forma excessivamente extensa, enquanto que o conteúdo programático ficou demasiado resumido. Além disso, a ementa previu a apresentação de conteúdo incompatível com uma unidade curricular de apenas 30 horas/aula, fazendo desta uma tarefa impossível.

O professor<sup>73</sup> que a lecionou desde o início da oferta do curso tem duas graduações, História e Ciências Sociais, e é mestre em Ciência Política. Como já dito anteriormente, ele encontrou alguns problemas em relação à compatibilidade do conteúdo e a carga horária da unidade curricular. Neste sentido, a ementa incluiu alguns elementos que o professor julgou não ter tempo hábil para apresentar em sala de aula: a construção do conhecimento sociológico, as grandes correntes clássicas da sociologia, o objeto de estudo e metodologia da sociologia e da antropologia, gênero, sexualidade e diferença, direitos humanos, cidadania e Estado e, por último, relações étnico-raciais. Como não foi possível fazer alterações nela antes do início do curso, pois o PPC já havia sido aprovado pelos conselhos superiores do IFPI, só lhe restou fazer recomendações ao NDE e, enquanto aguardava pelas atualizações na ementa, ele disse que fez as adaptações que julgou necessárias para aproximar o conteúdo daquilo que achou interessante e adequado para o curso de Design de Moda. Para o professor, *“Como a ementa está atualmente, ela fala muito pouco ou quase nada de Moda. E eu entendo que é preciso abrir um pouco mais de espaço na carga horária para discutir efetivamente a Sociologia da Moda”*. Foi curioso como ele sugeriu que a disciplina se concentrasse apenas em Sociologia, em detrimento da Antropologia, e ficou claro para mim que o motivo disso foi a própria trajetória acadêmica do professor, pois, segundo ele,

*[...] na minha trajetória de formação acadêmica, se você pegar nas três áreas das Ciências Sociais - tradicionalmente Antropologia, Sociologia e Ciência Política – a Antropologia foi, até um certo momento, a que eu tinha maior distanciamento. **Eu sempre tive mais afinidade com Sociologia e Política. Chegou um momento que eu tive que começar a adentrar na Antropologia por necessidade de trabalhar melhor os conteúdos em sala de aula e eu tenho tentado fazer isso ultimamente** (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).*

Uma segunda dificuldade que sentiu ao ministrar a disciplina foi o contexto específico do curso, algo que também está relacionado com sua trajetória acadêmica. Segundo ele,

*[...] eu não tenho conhecimento de Moda, eu tenho conhecimento de Sociologia, de Antropologia e Política e tenho leitura na área. Mas não tenho conhecimento de Moda. **Essa é uma certa barreira. Não só pelo fato de eu não ter o conhecimento teórico, de ter estudado alguma coisa sobre Moda, mas também porque é uma coisa que eu nunca tive***

---

<sup>73</sup> Ele leciona também outras disciplinas relacionadas à Sociologia e à Antropologia em diversos cursos do IFPI, tanto técnicos quanto tecnológicos.

**tanto interesse.** [...] Mas são desafios que vão aparecendo e, na medida em que eles vão aparecendo, você começa a rever conceitos e começa a aceitar mais determinadas questões. Não é aceitar, mas procurar ser mais curioso sobre algo que até então você não tinha curiosidade (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).

O professor explicou que a bibliografia que consta no Plano de Ensino<sup>74</sup> não correspondeu completamente ao que foi utilizado ao longo do semestre, pois foi uma recomendação da instituição que se colocasse no Plano apenas referências do acervo da biblioteca do campus, caso contrário, isso seria negativo para a avaliação do curso pelo MEC. Desta forma, ele disponibilizou para seus alunos as obras que ele realmente trabalhou em sala de aula em formato digitalizado ou fotocopiado. O referencial teórico que o professor me detalhou em nossa entrevista incluiu: Franz Boas, “A Mente do Ser Humano Primitivo”; Roque Laraia, “Cultura: um Conceito Antropológico”; Karl Marx, “O Fetiche da Mercadoria”; Zygmunt Bauman, “Vida para o Consumo”; Gilles Lipovetsky, “O Império do Efêmero”; Raymond Aaron, “As Etapas do Pensamento Sociológico”; Theodor Adorno e Max Horkheimer, “A Dialética do Esclarecimento”; e Anthony Giddens, “As Consequências da Modernidade”. Entretanto, observei que os autores realmente trabalhados em sala de aula foram Franz Boas, Roque Laraia, Karl Marx, Emille Durkheim, Max Weber (ambos através de Raymond Aaron), Zygmunt Bauman e Gilles Lipovetsky.

No referencial teórico utilizado em sala de aula, percebemos uma clara predominância da Sociologia e apenas duas fontes da Antropologia, sendo uma fonte clássica e outra contemporânea, voltada para disciplinas introdutórias à Antropologia em outros cursos. O Professor explicou trabalhar com Franz Boas logo no início do semestre, para inserir uma discussão sobre o culturalismo e relacionar Moda com cultura. Segundo ele,

**É exatamente para fazer uma discussão no sentido do culturalismo,** porque o Boas foi o grande teórico que trouxe uma ruptura no pensamento na virada do século XIX para o século XX, no sentido de fazer a crítica ao racismo e às teorias raciais. [...] ele dá uma guinada para a cultura, “a questão não é a raça, a questão é a cultura”. Então o primeiro texto que discuto é esse, **exatamente para a gente já tentar de alguma forma ir**

---

<sup>74</sup> Bibliografia básica: Renato Nunes Bittencourt, “Moda e Filosofia”; Diana Crane, “A Moda e seu papel social”; Guilherme Galliano, “Introdução à Sociologia”; Frederic Godart, “Sociologia da Moda”; Lars Svendsen, “Moda: uma Filosofia”. Bibliografia complementar: Cristina Costa, “Sociologia: introdução à ciência da sociedade”; Gilles Lipovetsky, “O império do efêmero”; Paolo Sorcinelli, “Estudar a Moda”.

*inserindo alguma questão que se relaciona à Moda em decorrência de que a Moda faz parte da cultura* (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).

Há ainda a obra de Gilles Lipovetsky, filósofo, quase sempre presente em disciplinas teóricas nos cursos de Design de Moda. Um ponto que merece especial atenção sobre autor nesta disciplina é que, segundo o professor, quando se trata da efemeridade e do comportamento social contemporâneo, “[...] o Lipovetsky é o carro-chefe” e “[...] é aqui onde eu faço uma discussão mais do campo da Sociologia da Moda”. Sobre o processo de seleção das referências para a disciplina, o professor relatou que,

*[...] nessa minha pouca experiência docente, eu já compreendi que você discutir Sociologia e Antropologia, seja onde for e em que área for, é importante você dar uma pincelada nos clássicos. Não adianta querer fugir disso. Quando você sai dos clássicos e vai direto para os contemporâneos, a coisa fica meio solta. Para quem tem uma leitura anterior, tranquilo. Mas para quem não tem, fica solto. Então eu sempre gosto de partir dos clássicos. A minha ideia inicial, antes de ministrar a disciplina, era começar com os clássicos da Sociologia – Marx, Durkheim e Weber. Mas observei e pensei um pouco sobre a questão específica do curso, Design de Moda, e percebi que seria interessante uma discussão inicial mais focada na questão cultural. Por isso que eu começo com o texto do Boas. Mas, em seguida, vem a discussão do Marx, que é um pouquinho mais complicada. O texto é “O Fetiche da Mercadoria”, um texto bem complicado, e faço uma discussão pegando também a concepção do Marx de ideologia* (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).

Ele explicou também que, por vezes, fez a leitura de comentadores de certos autores cujas ideias considera complexas, para facilitar a compreensão da turma, ao invés de trabalhar o texto original: “[...] geralmente eu não pego um texto do próprio clássico, eu pego um comentador do clássico, porque facilita um pouco a leitura”.

As principais metodologias de ensino em Antropologia e Sociologia foram aulas expositivas e dialogadas, leituras e debates. O professor relatou que, em outras turmas, exigiu também apresentações orais em grupo, mais ou menos na segunda metade do semestre. Nessas ocasiões:

*[...] eu procuro colocar eles para estar um pouco do outro lado também, ou seja, para falar. [...] Não faço seminários por causa do tempo, são só 30 horas, é muito pequeno [...], mas faço algo que se assemelhe a isso no final. Tem um texto, inclusive uma dissertação de mestrado de uma professora colega nossa, apesar de ela não ser professora de Sociologia e nem de Moda, a dissertação dela tem uma relação forte com isso. [...] Eu não me lembro exatamente o título da dissertação, mas é mais ou menos na tentativa de compreender como o cinema hollywoodiano coloca o posicionamento das mulheres gordas. A questão das mulheres gordas*

*atuando no cinema hollywoodiano, como é construída essa visibilidade. Eu boto eles para discutir esse texto, porque é um texto um pouco mais leve. Na turma do ano passado, eles gostaram bastante de fazer essa leitura e discussão, até porque é uma discussão que tem como pano de fundo o cinema e eles conhecem um pouco disso, assistem. Muitos dos filmes que ela discute lá, eles já conhecem, então eles acharam bem interessante fazer essa discussão. Essa leitura e essa discussão. Eu pego a dissertação e divido em três partes e divido a turma em três partes também e boto eles para discutir (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Entretanto, como não pude acompanhar todo o semestre estudado, não tenho como afirmar se essa estratégia também foi utilizada este período. Além disso, ele mencionou que já pensou em realizar uma atividade de pesquisa de campo, algo que se aproximasse de uma etnografia, mas que não encontrou tempo hábil para realizar mais atividades práticas, pois *“É um encontro por semana de duas horas. Muito pequeno, eu acho. Se fossem 60h, haveria a possibilidade. [...] Já pensei um pouco nisso, apesar da dificuldade do tempo extremamente limitado, [...] quem tem uma experiência nisso é a professora L’hosana”*.

Na verdade, conforme observei nas aulas de Antropologia e Sociologia, a sua maioria foi expositiva e houve abertura para participação dos alunos, para discussão e diálogo, mas estes não foram tão acalorados quanto ele me levou a entender em seu discurso, pois alguns poucos alunos se fizeram ouvir em quase todas as aulas, enquanto a maioria da turma permaneceu acanhada. O professor explicou que, nestas aulas, não deixou de contextualizar as ideias dos autores apresentados com a realidade do curso de Design de Moda e que, para isso, procurou usar exemplos do cotidiano.

*Os exemplos do cotidiano sempre chamam mais atenção. Quando você está lá só jogando teoria, muitos dos alunos ficam tentando entender onde aquilo se encaixa, onde aquilo é útil. “Para que que eu preciso disso? Porque que eu tenho que estudar isso?”. Você percebe claramente que a concepção de boa parte deles é essa. Mas quando você vai dialogando [com] a teoria e buscando alguns exemplos do cotidiano, você vê que desperta um pouco mais de interesse. Eles começam a questionar e participar (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Além disso, ele argumentou que procurou proporcionar discussões de forma reflexiva em sala de aula buscando um pano de fundo histórico e uma contextualização com acontecimentos atuais. Segue um exemplo:

*[...] se você pegar fotografias, principalmente das metrópoles como o Rio de Janeiro na primeira metade do século XX, quase todo mundo usava chapéu, era a moda usar chapéu. Mas eu saber disso ainda não é suficiente, é importante também eu saber de onde veio isso. Porque que o povo carioca*

*era muito adepto do chapéu nas décadas de 1910 e 1920? Qual a referência? É a França. Por isso que vem toda a questão do pano de fundo histórico, para você perceber que em todo o século XIX e entrando um pouco no XX, tivemos um domínio econômico dos ingleses e domínio cultural dos franceses. [...] Se a gente olhar para hoje, a gente continua olhando lá para fora. E a gente precisa buscar essa relação com o passado, com a História, mas não se prender só ao passado e à História, trazer isso para o cotidiano. Quando você traz isso para o cotidiano, você precisa observar, no nosso caso, brasileiro, para onde nós mais olhamos hoje [...] para os EUA. É impressionante como a gente é aficionado nos valores do velho modo de vida americano - que nem para eles existe mais, a gente acredita que ainda existe. Aí entra a própria discussão que eu faço com a dissertação da minha colega: a influência do cinema de Hollywood, muito forte na formação da nossa concepção de mundo (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Pude observar durante minha pesquisa que o conteúdo foi contextualizado com exemplos do cotidiano e acontecimentos atuais, mas não muito direcionados para o Design de Moda, como defendeu o professor. Ele explicou que acredita ser muito importante provocar questionamentos do que respondê-los diretamente.

*Eu entendo que a discussão sociológica, filosófica, antropológica, política é mais importante no sentido de instigar do que mesmo de dizer o que é que é. [...] Eu prefiro que o aluno saia cheio de dúvidas, mas instigado, do que sair cheio de certezas e não instigado. Porque são certezas que não te dizem nada. [...] Aí não cabe mais a mim tirar todas as suas dúvidas, você tem que ir atrás, senão vai ficar o tempo todo no mesmo lugar e não vai sair do lugar. Eu acho que o nosso papel principal é provocar, abrir caminhos para você se sentir incomodado (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Entretanto, ao avaliar o grau de participação dos alunos nos debates presenciados, talvez a turma não tenha sido suficientemente instigada a ponto de ir buscar mais informações sobre os temas apresentados. Como defendido por Peirano (2006a; 2006b), é necessário “seduzir” os alunos usando textos diversificados e baseados na sua realidade profissional, algo que não ocorreu com frequência.

Sobre a disciplina como um todo e sua importância na formação do designer de Moda, a opinião do professor foi de que, para quem vai atuar neste ramo, não se pode estar alheio ao conhecimento das relações sociais. Isto porque

***A Moda está profundamente inserida nas relações sociais, principalmente do ponto de vista simbólico. Eu vejo que é uma discussão que, apesar de uma certa rejeição de uma parte significativa dos alunos, mas ela te dá um embasamento importante para você compreender um pouco das relações sociais, para você compreender a questão, principalmente, da diversidade cultural. E até um pouco, quando faço a discussão do Marx sobre o fetiche da mercadoria, até um***



**pouco a questão da lógica de mercado, já que o texto do Marx é uma crítica feroz ao consumismo, à questão mercadológica. [...] Mas se você tem essa leitura, ela te ajuda a compreender uma série de outras coisas que você vai encontrar na realidade do mercado e do dia-a-dia** (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).

De acordo com sua concepção, as situações na vida profissional do designer em que ele aplicaria o conhecimento antropológico na prática, seriam

*[...] por exemplo, alguém que se forme e vá ter um atelier. Ele vai trabalhar, apensar de ser uma atividade que se trabalha sob encomenda, onde o cliente vai lá e diz “eu quero isso, eu quero isso, eu quero isso”, mas essas encomendas não estão isoladas do contexto em que esse indivíduo que foi lá fazer a encomenda, esse indivíduo faz isso porque está num contexto social, sociológico, antropológico e político, em que o contexto de alguma forma te cobra isso. Aí você recorre ao Durkheim, à questão da coerção social. Porque que nós nos vestimos de forma X e não Y? Porque nos vestimos de forma X em momento tal e de forma Y em momento tal? [...] Se você monta um negócio nesse sentido, um atelier, você vai precisar não só ter o conhecimento técnico para fazer aquilo ali, mas é importante também você ter alguma leitura de mundo, do que está em torno daquela condição técnica que você vai exercer. É importante você saber, a cada momento, que na Moda isso muda a todo momento. E por isso a leitura sociológica e antropologia é importante, porque, quando você tem essa leitura, você percebe essa dinâmica, essa mudança constante. [...] É a dinâmica da sociedade. A dinâmica da sociedade não é Moda em si, mas a Moda é um reflexo disso, é o reflexo dessa dinâmica da sociedade. Onde você vai buscar compreender isso melhor? Não é na Moda, mas na Sociologia, na Antropologia, na Filosofia. [...] Tanto que, a cada momento, se você pegar os momentos históricos, as pessoas se vestiram e ainda se vestem de forma muito diferente em cada momento da história, e você precisa ter essa leitura. [...] Você precisa ter essa leitura não só do campo da Moda, mas do campo sociológico* (professor de Antropologia e Sociologia no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).

Em conversa com duas alunas do primeiro período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí sobre a disciplina de Antropologia e Sociologia, procurei investigar seu nível de compreensão do conteúdo. Para uma delas, do conteúdo abordado até o momento de nossa entrevista, o que mais lhe chamou a atenção foi a ideia do fetiche da mercadoria, de Marx. Segundo ela,

*[...] eu me encontrei muito no que ele [professor] disse. Eu nunca parei para imaginar, mas ele falou muito que não é a gente que controla a gente, mas sim a mercadoria que controla a gente - ela que acaba fazendo com que a gente queira ela, mesmo a gente não podendo. Eu me identifiquei com isso* (L., aluna do primeiro período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).

Já a outra aluna entrevistada, mencionou relativismo cultural de Boas e possíveis relações entre Moda e cultura:

*[...] nessa parte de fetiche e mercadoria, era algo que eu já refletia muito sobre isso, sobre a questão do consumismo e tudo, de como isso realmente era bastante expressivo dentro da Moda. Como as pessoas, por diversas*

*razoes, consumiam muito, muito, muito, e como, dentro da Moda, eu poderia causar alguma diferenca. Mas também sobre cultura, que foi algo que ele falou nas primeiras aulas, sobre Franz Boas e tudo. Porque querendo ou não, a gente que estuda Moda, a gente sabe que a Moda influencia bastante a cultura dos povos, e nossas roupas meio que refletem a cultura do meio onde a gente vive. Por isso gostei bastante das aulas sobre cultura* (R., aluna do primeiro período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).

Perguntei a ela, então, o que ela entendeu por cultura. Sua resposta foi:

*Num aspecto geral, eu entendi que cultura são valores, são características, modos de viver que identificam uma cultura. São crenças, são hábitos, tudo isso são... [interrupção] Os modos de vestir, o vestuário daquela determinada região, são características de uma cultura* (R., aluna do primeiro período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).

O conceito de cultura apresentado pelo professor em sala de aula foi extraído de “Cultura: um Conceito Antropológico”, onde Laraia faz referência, por sua vez, a Ruth Benedict: “a cultura é como uma lente através da qual o homem vê o mundo” (LARAIA, 2007, p. 67). Entretanto, a aluna compreendeu cultura como o conjunto de todos os elementos observáveis do comportamento de um grupo social, uma compreensão que eu considero parcial do que é uma cultura. Já a respeito do etnocentrismo e do relativismo, sua resposta demonstrou melhor compreensão dos temas:

*O etnocentrismo é você supervalorizar a sua cultura, você achar que sua cultura é superior às demais. E o relativismo cultural, que se não me engano foi o Franz Boas que defendeu, é que não existe essa de uma cultura ser superior à outra. Cada cultura tem sua [inaudível] e de acordo com suas necessidades, suas regiões, e você não pode comparar uma cultura com outra porque a vivência daquele povo não é igual à vivência de outro povo. Não dá para fazer essas comparações. É mais ou menos como se cada cultura estivesse correta, não existe uma cultura certa e nem uma cultura errada, de acordo com esses autores* (R., aluna do primeiro período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).

Como observei que o professor teve certa dificuldade em contextualizar o conteúdo das aulas no campo do Design de Moda, indaguei o que as alunas acharam da sua didática. Para uma delas,

*Eu acho que a didática do professor é um pouco complicada. Eu sei que o assunto em si já é bem complexo. Ao ler os autores mesmo, a gente tem uma certa dificuldade de compreender a súmula do assunto e tudo mais. Mas as vezes o professor, na aula, se perde muito, ele é muito prolixo* (R., aluna do primeiro período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).

Segundo ela, os fatores mais prejudiciais e que atrapalham o andamento das explicações do professor são as interrupções que levam a debates intermináveis e que fogem ao assunto; e os exemplos pouco relacionados à Moda. Para a aluna:

*É porque quando as pessoas interferem na explicação, meio que tentando entender, ele se perde na explicação. Ela começa explicando ok, mas à medida em que as pessoas vão interferindo, tentando dialogar com ele, ele foge do assunto. É tanto que ele demora um ano para passar os slides porque ele sempre fica naquilo, tentando dar exemplos, e às vezes coloca assuntos que não tem muito a ver com a aula ao tentar explicar, e que a gente acaba se perdendo no raciocínio. Um exemplo foi naquele dia, eu sei que ele quis dar a reforma da previdência como um exemplo de ideologia, só que tomou uma proporção tão grande que ficou só falando sobre a reforma da previdência como um debate interminável dentro da sala de aula e acabou que se perdeu do que realmente era para ser ensinado (R., aluna do primeiro período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Sobre as ocasiões em que o professor proporcionou relações entre o conteúdo da unidade curricular e o campo da Moda, ela relatou:

*Poucas vezes. O assunto de fetiche foi o que ele mais conseguiu fazer uma relação com a Moda, mas nos outros, não tanto. Mas, como ele explicou na sua primeira aula, a matéria em si já não é favorável em questão desse “link”. Pelo menos ele explicou dessa forma. Eles deram muito conteúdo para ele, mas a carga horária é pequena. E os assuntos que eles pedem no Plano de Ensino, ele não vê muita ligação, ele queria que a matéria fosse só Sociologia da Moda. Aí ele pegaria autores que realmente tratam diretamente da Moda e tudo mais. Mas eu acho que esses assuntos que ele ministrou dão sim para relacionar com a Moda. Mas ele, dentro de sala, não consegue fazer isso. É tanto que eu consegui “linkar” muitas coisas com a Moda (R., aluna do primeiro período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

O depoimento da aluna caiu como uma luva em minhas considerações sobre a didática do professor em Antropologia e Sociologia. Primeiro, ele enfrentou o problema da incompatibilidade entre conteúdo e carga horária para a unidade curricular; segundo, sua afinidade acadêmica com a Sociologia o levou a detalhar melhor os assuntos desta área do conhecimento previstas na ementa da disciplina, em detrimento da Antropologia; e terceiro, sua pouca familiaridade com o Design de Moda fez com que ele tivesse dificuldade de enxergar as relações e proximidades existentes entre Antropologia e Moda e Sociologia e Moda.

#### **4.5.2. Projeto de Coleção de Moda**

No momento da pesquisa, a primeira turma a ingressar em Design de Moda no Instituto Federal do Piauí se encontrava cursando o quinto e penúltimo semestre do curso, onde pude encontrar a disciplina Projeto de Coleção de Moda. A professora que a lecionou enquanto realizei a pesquisa no curso é graduada em Estilismo e Moda pela UFC e especialista em Gestão de Negócios de Moda pelo Uninovafapi. Ela possui cerca de 11 anos de experiência em docência no curso de Design de Moda, na qual lecionou muitas disciplinas relacionadas com a criação e

produção de coleções de produtos do vestuário, pois sua experiência profissional se concentra nesta área - ela possui muita experiência profissional de “chão de fábrica” na indústria de confecção. No IFPI, ela já lecionou muitas disciplinas nos cursos de nível superior e técnico, todas relacionadas ao desenvolvimento de produto: Tecnologia Têxtil, Laboratórios de Confecção de I a IV, Planejamento de Coleção e Projeto de Coleção de Moda no nível superior; Materiais Têxteis, Estamparia e Desenvolvimento de Produto no nível técnico.

Projeto de Coleção de Moda visou a elaboração de um projeto e de um portfólio de coleção de artigos de vestuário, contendo: introdução, metodologia, fundamentação teórica, pesquisa de público-alvo, conceito e identidade visual de marca, pesquisa de tendências de Moda, tema de coleção, *briefing*, *release*<sup>75</sup>, cartela de cores e materiais, *mix* de produtos<sup>76</sup>, cronograma da coleção, croquis dos *looks*, fichas técnicas, exemplo de campanha publicitária, exemplo de vitrine e referências. Segundo a professora, “[...] eles vão começar desde o início, desde o desenvolvimento da marca até o desenvolvimento dos produtos, mas não fabricando[-os], só [apresentando] o projeto”. O portfólio é a materialização do projeto de uma coleção de Moda e, para a professora, ele constituirá uma importante ferramenta para o recém-formado em Design de Moda, pois funcionará como parte de seu currículo ou, nas palavras dela, “cartão de visitas”:

*Eu acho que a construção do portfólio é importante porque ele vai funcionar como se fosse o cartão de visitas de cada um. Hoje, as indústrias, as empresas – e por isso a gente quer o digital também – querem que vocês mandem o portfólio. Então, se eles tiverem esse material, já vai ser um “plus” para mostrar o trabalho deles. Então eu acho que dentro da escola é importante [a elaboração do portfólio] porque eles vão ter orientação. [...] É tanto que eu acho que todas as faculdades estão pedindo isso. Pelo menos as que eu conheço. A Novafapi<sup>77</sup> [por exemplo] pede (professora de Projeto de Coleção de Moda no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Para a professora, o objetivo principal da disciplina foi fazer com que os alunos construíssem este portfólio individualmente, de forma organizada e

---

<sup>75</sup> *Release* é um documento destinado aos meios de comunicação com informações acerca de uma coleção, no caso do Design de Moda, para fins de seu lançamento ao público e à imprensa especializada.

<sup>76</sup> *Mix* de produtos é uma variedade de itens definida no planejamento da coleção com o objetivo de torná-la o mais vendável possível. No *mix* de produtos, as peças de roupa são geralmente classificadas conforme suas características e suas possibilidades de uso, por exemplo: peças básicas são fabricadas em maior quantidade, enquanto que peças de vanguarda (aquelas com muitos elementos de estilo), em menor quantidade.

<sup>77</sup> Denominação do Centro Universitário Uninovafapi quando ainda era apenas faculdade.

profissional, com técnica e estética apropriadas, tendo como base todo o conhecimento apresentado ao longo do curso. Desta forma, enquanto experiência acadêmica, a relevância do projeto de coleção reside no exercício das habilidades básicas necessárias para a prática profissional dos designers de Moda.

*É como se eles estivessem fazendo uma “pré-prática” da vida real. Porque quando eles chegarem na indústria, eles vão ter que mostrar o trabalho deles. Aí eles já têm essa “pré-experiência”. Caso seja necessário desenvolver uma logomarca, como eles vão fazer, quais são os critérios; se for preciso fazer uma coleção, eles vão saber o que são as famílias, como se faz isso, os caminhos para fazer tudo isso. É um conhecimento importante e necessário. [...] É como se fosse uma pessoa da Arquitetura que vai fazer um projeto de uma casa ou de um espaço qualquer [no final da graduação]. [...] É o momento certo para colocar em prática o que eles aprenderam no decorrer do curso: criação, noção de cor, materiais, costura, desenho... [...] Então eu acho que pega tudo, um apanhado geral do que eles viram no decorrer do curso (professora de Projeto de Coleção de Moda no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).*

Assim, por Projeto de Coleção de Moda se tratar de uma unidade curricular de caráter teórico-prático, o conhecimento teórico de História da Arte, da indumentária, da Moda, Antropologia e Sociologia entraram no processo de criação, segundo a professora, para fundamentar a pesquisa.

*Porque para criar algo, tem que saber de onde você vai tirar [a fundamentação]. Ninguém cria nada do nada. Para criar, tem que fundamentar. O papel do Design é importante porque vai fundamentar o que se está projetando. Essas referências de História vão ser importantes por causa das inspirações. Com relação à Antropologia, por causa das pessoas, da sociedade, da cultura. São coisas diferentes e ele tem que fazer um “link”. Se ele não tiver esse conhecimento, como vai fundamentar? (professora de Projeto de Coleção de Moda no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).*

Como a professora não elaborou seu argumento, inferi que, para ela, a Antropologia é uma área do conhecimento cuja aplicação na elaboração dos projetos de Moda está na fase da fundamentação teórica sobre o comportamento humano. Ela ainda acrescentou que, sem esse conhecimento teórico, a coleção e os projetos não teriam coesão.

*A coleção não ia ter coesão. Tecnicamente falando, não ia ser feita por um designer, ia ser feita por uma pessoa que não tem conhecimento científico, mas que tem conhecimento mais empírico. Não poderia ser uma coisa que fosse [desenvolvida] só pela intuição. A intuição entra para você poder intuir ali, desenvolver, abstrair um pouco da realidade, mas o conhecimento teórico é fundamental para que você possa desenvolver algo que tenha coerência, que alguém olhe e veja que tem coerência. Se ele usou referências da década de 1920 [por exemplo], eu vou lá e faço a pesquisa. Até para fazer a pesquisa, é interessante ter o conhecimento teórico, porque senão, você só vê figuras (professora de Projeto de Coleção*

de Moda no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).

A opção por um trabalho individual foi uma escolha da própria professora, pois ela desejou que os alunos tivessem total liberdade para mostrar suas próprias identidades enquanto criadores e que os portfólios resultantes dos projetos de coleção se tornassem cartões de visitas de cada aluno. No caso dos que já trabalham em confecções ou dos que desejam iniciar suas próprias marcas de Moda, um projeto bem elaborado poderia até mesmo ser totalmente executado e comercializado.

*Se ele quiser desenvolver aquilo dali ele pode desenvolver. Como tem alunos que vão fazer isso. Isso foi uma oportunidade que eu vi de dar uma possibilidade para que eles pudessem desenvolver uma coisa que tivesse a cara e o estilo deles, que [o tema da coleção] não fosse uma coisa imposta por mim. [A coleção deveria ser] Uma coisa que eles fossem entrar no universo da pesquisa de cada um, do tema que quisessem (professora de Projeto de Coleção de Moda no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Além disso, ela relatou que não extraiu boas experiências de trabalhos anteriores realizados em grupos. Segundo a professora, “[...] *geralmente* esses grupos, nem sempre trabalham todo mundo junto. Sempre há alguém que faz mais do que os outros”. Em relação à definição de tema, ela também relatou uma experiência malsucedida que a fez deixar o tema mais livre no Projeto de Coleção de Moda. Em sua opinião,

*Porque eu acho que fica mais limitado. E eu já fiz isso algumas vezes e é incrível a semelhança [entre os trabalhos]. Parece que elas não entram em outros universos, fica muito parecido [os trabalhos com o mesmo tema]. Eu acho que eles não conseguem ainda desmembrar isso, pelo menos nas turmas que eu tive essa experiência, pelo que eu já fiz. Não no Design de Moda [superior], mas no técnico. Uma vez eu dei um tema sobre o México, aquelas caveirinhas, o Dia dos Mortos, e ficou tudo igual. O tema era “los muertos”, alguma coisa assim (professora de Projeto de Coleção de Moda no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Mesmo sem estipular um tema específico, ela solicitou que os alunos trabalhassem com elementos de sustentabilidade ambiental em suas coleções ou em suas marcas fictícias:

*Agora, um ponto relevante que eu pedi em comum a todos, é que tivesse algum vínculo com produtos direcionados à sustentabilidade. Então, o que eu pedi foi isso, um apelo em comum a questões regionais e questões que fossem relacionadas ou direcionadas para a sustentabilidade. Mas teve alguns [alunos] que, até agora, ainda não levaram para esse lado. Aí eu vou pedir para que tenha alguma coisa, algum apelo, na embalagem [por exemplo] (professora de Projeto de Coleção de Moda no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Durante as aulas acompanhadas, houve alguns momentos de revisão de algum conteúdo necessário para a elaboração do projeto, com acréscimo de outros elementos ainda não trabalhados por eles, como marca e identidade visual; depois, houve momentos de orientação dos projetos à medida em que iam sendo elaborados. Segundo a professora,

*Então, como são só 2h de aula, nessa aula aqui eu falo da parte teórica, como por exemplo, na aula passada que você estava, que falei sobre Moda e coleção. **Então falo toda a parte teórica e passo uma atividade para eu ver na aula agora dessa quarta [aula seguinte]. É uma tarefa de casa. Eu já começo a aula dizendo para eles o que eu quero [de atividade]. Então eles devem trazer aquela atividade que eu passei. E eu faço as correções e tal** (professora de Projeto de Coleção de Moda no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).*

No semestre seguinte, haverá a disciplina de Desenvolvimento de Protótipo, na qual os alunos terão a possibilidade de executar alguns dos *looks* projetados no semestre anterior e apresentá-los. Ainda não foram definidos os detalhes desta apresentação - se haverá um evento interno ou aberto ao público, se haverá um desfile ou uma exposição - mas ele certamente seguirá os moldes de muitos cursos de Design de Moda espalhados pelo Brasil. Conforme a professora,

*É, ainda não ficou definido o que eles vão fazer, mas a intenção da disciplina é preparar eles e preparar todo o projeto para que eles possam escolher entre as famílias<sup>78</sup> que eles vão produzir, e que dê certo para fazer [produzir], quer dizer, que tenha viabilidade técnica também. Por isso que essa parte da disciplina agora é de acompanhamento (professora de Projeto de Coleção de Moda no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).*

Achei pertinente colher o depoimento de uma aluna sobre o processo de elaboração do seu projeto de coleção para ilustrar a articulação entre teoria e prática e tentar identificar a influência de conhecimentos previamente construídos em Antropologia e Sociologia. A aluna em questão, na ocasião da nossa entrevista, ainda não havia definido um título para sua coleção, mas disse que estava trabalhando dentro da temática da sustentabilidade socioambiental e, por isso, buscou inspirações na natureza local, onde encontrou o coco babaçu. Segundo ela, sua preocupação inicial foi tanto com a produção em larga escala da indústria de Moda quanto com o consumo desenfreado, pois ambos produzem muito lixo no meio ambiente.

---

<sup>78</sup> Denomina-se família de produtos um grupo de produtos que apresentam certas características semelhantes de forma harmoniosa, que constituem uma unidade e são intercambiáveis entre si, de forma que facilita a comercialização dos artigos de vestuário de uma coleção.

*Minha preocupação é fazer algo que possa durar. Então comecei a pensar na questão da produção exagerada que o mundo está vivendo, e como a gente, por seguir o mercado, tem que produzir e produzir, pois o consumidor está pedindo e querendo. Nisso há um descarte absurdo. [...] Isso eu já vinha trazendo desde o [curso] Técnico de Vestuário. [...] Isso foi uma preocupação minha, sobre o descarte, os usos exagerados, de se jogar sempre coisas no meio ambiente, essas foram minhas preocupações. Eu sempre tive isso. [...] Porque eu vivo isso dentro da indústria (T., aluna do quinto período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Assim, procurou desenvolver produtos que não fossem descartáveis pelas suas características de estilo, mas que fossem clássicos e versáteis. A partir dessas definições, ela passou para uma pesquisa por materiais ecologicamente sustentáveis a partir de trabalhos que já foram feitos em cima do tema. Ela argumentou ter se preocupado também com a sustentabilidade social através do uso de trabalhos manuais e inspirações regionais:

*Pensei em trabalhar também algo autoral para utilizar recursos como bordados, aquela coisa do feito à mão, que valorize o produto e valorize o que a gente tem na nossa região. Por isso eu escolhi o babaçu como inspiração para minhas cores, minhas texturas. É um diferencial do que a gente vê hoje [o regionalismo]. Minha inspiração vai ser mais no uso das cores, de fazer um bordado inspirado no formato [do coco, por exemplo]. Você viu que quando a gente corta ele no meio, tem um miolinho? Ali me permite fazer um bordado em cima daquela imagem. Dele, o que vou utilizar é isso (T., aluna do quinto período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Ela explicou que a escolha pelo coco babaçu veio de sua trajetória pessoal, de suas memórias da infância:

*O babaçu, além de ser uma planta resistente, é local. Não é específica do Piauí, tem em outros Estados, mas eu vejo que tem aqui. Ele me dá uma visão de ser forte, durável, me dá uma cartela de cores boa para trabalhar, você não fica fora do tempo com ele. E ele é um produto que dá outras vidas, como por exemplo, para o alimento, dá o óleo, você usa em cosméticos, em tudo. Ele também é um produto que as pessoas trabalham com ele, como as quebradeiras de coco. Mas o que eu especifiquei dele, para meu uso, foram as possibilidades do olhar que eu tenho para ele, do que se faz de artesanato com ele, de transformar isso em texturas, em pinturas, em bordados. [...] Já conhecia da minha infância. Eu nasci no interior, minha mãe era quebradeira de coco. A gente vivia da roça. Eu convivi com ele (T., aluna do quinto período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Ela relatou ter trabalhado com fotografias e pesquisas realizadas na internet, mas confessou que ainda precisava aprofundar sua pesquisa sobre a importância do coco babaçu no sustento das famílias que com ele trabalham. Ela reconheceu que o processo criativo “[...] não é só pegar as fotos e aplicar o que sentiu vontade de fazer”, pois seu objetivo, ao final do trabalho, foi desenvolver uma coleção que evidenciasse esse resgate e que valorizasse a cultura local. Para ela:



*Quando fechar o trabalho, quero um conteúdo bom, bacana, e que as pessoas consigam olhar para o meu trabalho e ver que, além do resgate de memória, ele é um produto que sustenta pessoas, que as pessoas vivem dele. Por isso acho que ainda tenho que aprofundar minha pesquisa, pois acho que o que eu tenho ainda é pouco (T., aluna do quinto período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Figura 8 - Croquis da coleção "Memórias", desenvolvida pela aluna entrevistada do 5º período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, em Projeto de Coleção de Moda.



#### 4.5.3. Projeto Integrador I

Os Projetos Integradores são elementos curriculares previstos no PPC

Fonte: aluna do 5º período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí.

para promover a interdisciplinaridade através da articulação de diversas disciplinas de um mesmo semestre em um projeto orientado por professores do curso. Estes projetos devem ter cunho investigativo e prático e partir de situações-problemas ou temas estipulados pelo professor da unidade curricular. Ao todo, há dois Projetos Integradores presentes no currículo do curso, no segundo e no quarto semestre, e eu pude acompanhar os projetos elaborados e executados pelos alunos no segundo período do curso, em Projeto Integrador I. A professora que lecionou a disciplina à época da pesquisa é graduada em Administração e especialista em Recursos

Humanos e ministra disciplinas de Administração no curso de Design de Moda, bem como em muitos outros do Instituto Federal do Piauí. Apesar da formação não diretamente relacionada com o Design de Moda, seu envolvimento com o curso é intenso: ela conversa com professores, participa de reuniões e busca estudar sobre os temas do curso.

O objetivo principal do Projeto Integrador I, para a professora, foi fazer com que os alunos entendessem de forma objetiva a importância dos diversos conhecimentos na formação de um produto final, evidenciando seu objetivo de articular a teoria à prática no curso de Design de Moda. Segundo ela,

*Por exemplo, para eles desenvolverem [os projetos], eles precisaram passar por diversos conhecimentos que foram complementares para ele ter uma finalidade. **Então os conhecimentos, embora sejam divididos e seccionados para facilitar o aprendizado, eles são interdisciplinares. Eles são necessários, todos eles, na construção de um conhecimento mais macro.** O objetivo foi esse (professora de Projeto Integrador I no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).*

Sobre a interdisciplinaridade enquanto estratégia metodológica do curso de Design de Moda, a professora atribuiu uma importância que fez eco à fala da coordenadora:

*A gente, pelo menos nesse campus, [...] a gente está sempre em contato, fazemos projetos juntos. A gente tem essa maior proximidade. Por exemplo, estou agora com a disciplina de Marketing de Moda e estava me reunindo com as professoras para fazer [uma atividade] integrado[a] [de] Marketing com Modelagem [Plana Masculina e Infantil] e Costura [Laboratório de Confecção III], para que elas [alunos] elaborem um plano de Marketing para uma coleção. **Então a gente sempre tenta fazer essa interdisciplinaridade. Até para os alunos terem maior eficiência no trabalho deles e no aprendizado. Eu acredito que, dividindo, muitas vezes o aluno não consegue perceber onde está a ligação entre uma e outra [disciplina], e quando a gente faz isso, ele consegue perceber essa ligação e ele tem até maior eficiência** (professora de Projeto Integrador I no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, grifos meus).*

Em Projeto Integrador I, ela estipulou que os alunos formassem grupos e que envolvessem conteúdo de pelo menos três unidades curriculares do semestre em seus trabalhos. Como a professora não possui formação em Design de Moda, ela explicou que solicitou que os grupos selecionassem um outro professor do curso para ser seu orientador nos elementos técnicos e específicos do projeto, enquanto ela fez inferências na parte metodológica e estrutural do trabalho.

*Eles teriam que fazer o projeto, elas [alunos] desenvolveram esse projeto e apresentaram para uma banca. Essa banca fez suas as sugestões e inferências, uma banca que tinha tanto professores de metodologia quanto*

*tinha também professores da área, para poder [abranger] tanto da parte do projeto em si, cientificamente falando, em termos de metodologia, quanto a parte mesmo teórica do conteúdo. Eles fizeram esse projeto, depois desenvolveram todo o projeto com as adaptações, refizeram os projetos com as inferências [da banca], elaboraram, desenvolveram e executaram o projeto e ao final, fizeram a apresentação e um relatório, para justamente relatar como foi o desenvolvimento, quais foram as dificuldades, qual foi o resultado, se os resultados esperados de fato foram alcançados. Com o desenrolar, foi decidido, ao final, de se fazer uma mostra. Foi feito aqui no próprio Instituto uma mostra dos trabalhos que eles desenvolveram. Com o tema central, eles desenvolveram os temas específicos deles (professora de Projeto Integrador I no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Sua proposta foi que o projeto culminasse na materialização de um produto que pudesse ser apresentado ao final das atividades do semestre, num desfile ou exibição, obedecendo a um tema definido pela professora: “Design de Moda: cores, texturas, tramas e estampas”. Segundo ela, este foi um tema abrangente para que os grupos tivessem maior liberdade criativa. O andamento das aulas envolveu exposição teórica e orientação dos projetos:

*Sim, a gente sempre alia a teoria e a prática. A gente passava todo o conteúdo teórico: o que é projeto, o que é o projeto integrador, como a gente vai querer o projeto. Depois eles faziam e a gente fazia as interferências de como estava o projeto e [ia] direcionando. Esse exercício, eles faziam e a gente ia ajustando até a apresentação da [para a] banca. Depois da banca, eles refizeram [o projeto], não mais com as minhas inferências enquanto professora da disciplina, mas com a inferência da banca, que eram outros profissionais. E aí eles fizeram a modificação. E no desenvolver dos projetos, também eles iam desenvolvendo, trazendo, e a gente ia fazendo esse... sempre aliando a teoria e a prática para, ao final, eles conseguirem fazer a mostra, a exposição (professora de Projeto Integrador I no curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Colhi o depoimento acerca da elaboração do projeto dos alunos de um grupo intitulado “O Feminino e o Homem”, que consistiu numa pequena coleção com seis looks criados pelos alunos utilizando elementos culturalmente atribuídos ao universo do vestuário feminino em peças de roupas para o público masculino. Nele, os alunos realizaram uma rápida pesquisa que envolveu hábitos de consumo ao investigarem de que tipos de elementos considerados femininos seriam comercialmente aceitados em peças de roupa para o público masculino. As características denominadas femininas não foram selecionadas com base no senso comum, mas foram observadas nas peças de roupas femininas em lojas físicas e online de marcas selecionadas pelo grupo de alunos. Segundo eles,

*A gente pesquisou e pegou a moda - matematicamente falando -, o que mais se repetiu no feminino, o que mais se tinha no vestuário feminino. E também pegamos coleções mais “menininha” mesmo, não as que tentaram*

*integrar um pouco do feminismo, ou o que fosse de vanguarda. [...] Pesquisamos pela internet, nos sites, as [marcas] mais “povão” como Riachuelo e C&A, as que a gente mais conhecia [...] visitamos também o centro. Fomos caminhando e passamos por dentro da Pintos e por fora das lojas de rua mesmo (O., aluno de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

Através da pesquisa de campo foram identificadas características como cores, estampas, bordados, transparências, aplicações e modelagens. Um exemplo marcante foi a presença do cor-de-rosa que, segundo um membro do grupo:

*O rosa [sic.] veio bastante nas coleções infantis. O [segmento] infantil é literalmente tudo rosa e azul. Na hora que vimos que tinha rosa [nas roupas femininas infantis], [decidimos que] tem que ter [rosa na nossa coleção]. [...] Pois quando a gente vê a coleção infantil que é rosa, [concluimos que] normalmente quando uma mulher é criada vendo só aquilo, então ela vai crescer e vai consumir daquilo. Então achamos justo nos basear um pouco [nas roupas infantis] e pegar um pouco daquilo (O., aluno de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí).*

A fala do aluno evidenciou a compreensão de significados culturalmente construídos através da educação, como a relação entre o cor-de-rosa e o universo feminino. Após a identificação das características mais frequentes em peças de roupa femininas, eles aplicaram um questionário a alguns alunos de outros cursos do Instituto Federal para saber qual a aceitação dessas características em peças de

Figura 9 - Croquis da coleção "O Feminino e o Homem", projeto do grupo de alunos entrevistado do 2o período de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí, em Projeto Integrador I.

roupas masculinas para conferir viabilidade comercial à coleção. Ao final do semestre, os alunos exibiram sua coleção em croquis no campus do Instituto



Federal do Piauí, juntamente com os projetos dos demais grupos.

Antropologia e Sociologia, no IFPI, foi uma disciplina na qual apostei encontrar o ensino do conteúdo antropológico no curso de Design de Moda em sua forma mais tradicional. Entretanto, o observado foi um enfoque forte na Sociologia e estudos sociológicos sobre a Moda - tanto que o professor fez uma sugestão ao NDE do curso para modificar a ementa e o título da disciplina de forma que esta se denominasse Sociologia da Moda. Em conversa informal, o professor me informou que, na prática, trabalha com os seguintes autores em sala de aula, exatamente nesta ordem: Franz Boas, Roque Laraia, Karl Marx, Emille Durkheim, Max Weber, Zygmunt Bauman e Gilles Lipovetsky. Eu pude assistir até às aulas que apresentaram as teorias de Durkheim - de Weber em diante, já não havia mais possibilidade de acompanhar às aulas de Antropologia e Sociologia. No final das contas, percebi que o início do semestre foi dedicado à Antropologia, com Franz Boas e Roque Laraia, onde o professor apresentou conceitos de relativismo cultural, cultura e etnocentrismo, essencialmente. Depois deles, o professor se dedicou mais à Sociologia: tomou Karl Marx para falar do fetichismo da mercadoria e de ideologia; apresentou as teorias de Durkheim sobre solidariedade mecânica e orgânica e coerção social; apresentou as ideias de Weber sobre ação social; tomou Bauman para proporcionar discussões sobre o consumo na modernidade; e, por último, tomou Gilles Lipovetsky para apresentar o que ele mesmo denominou como Sociologia da Moda.

Em Projeto de Coleção de Moda, pelo depoimento da aluna entrevistada, percebi que a articulação entre teoria e prática foi realizada na medida em que o projeto de coleção de Moda envolveu um apanhado geral do conhecimento construído ao longo de todo o curso de Design de Moda. Também ficou evidente que foram muito influentes em seu processo criativo sua trajetória de vida - na relação com o coco babaçu - e profissional - seu incômodo com o desperdício gerado pela indústria de confecção de Moda. A contribuição que a Antropologia teve em seu projeto, na minha interpretação, foi seu entendimento de que o processo criativo em Moda não é apenas desenhar o que se deseja ou o que se acha bonito, mas que há uma série de aspectos socioculturais envolvidos nos desejos e necessidades de consumo das pessoas.

Em Projeto Integrador I, considerei o caráter interdisciplinar dos projetos elaborados pelos alunos e, partindo deste pressuposto, observei que os projetos não

tiveram tantos itens nem foram tão complexos quanto os desenvolvidos em Projeto de Coleção de Moda, mas também envolveram diversas habilidades para sua elaboração. Como a unidade curricular ocorreu no segundo semestre do curso, acredito que o aprendizado de Antropologia e Sociologia ainda estava “fresco” na memória dos alunos entrevistados, o que foi demonstrado na visão de que as práticas de consumo são imbricadas de influências socioculturais, o que faz com que certos elementos do universo feminino sejam mais ou menos aceitos pelos homens em suas peças de roupa.

## Considerações Finais

No decorrer do desenvolvimento desta pesquisa de Mestrado, analisei as formas do ensino de Antropologia nos cursos de Design de Moda da Universidade Federal do Piauí e do Instituto Federal do Piauí sob três perspectivas. A primeira, foi do ponto de vista dos documentos institucionais, onde procurei dentre os Projetos Pedagógicos dos Cursos e os Planos de Ensino das unidades curriculares fatores que levassem à obediência de certos requisitos legais presentes nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e para a Educação das Relações Étnico-Raciais que levassem ao ensino de Antropologia. A segunda, foi do ponto de vista dos coordenadores e professores, através da análise dos seus discursos, da forma como eles defendem suas organizações curriculares e suas disciplinas e como eles acreditam estar gerenciando-os ou ministrando-as. Por último, a realidade observada, o dia-a-dia em sala de aula, a execução completa ou incompleta, fiel ou ajustada do Plano de Ensino, e a compreensão dos alunos sobre o conteúdo abordado. Ao colocar esses três pontos de vista lado a lado, percebi que há uma certa dissociação entre eles - entre o constante dos documentos institucionais e o discurso, entre o disposto nos documentos e a aplicabilidade na realidade e, principalmente, entre o discurso e a realidade. Com base nesse entendimento, teço algumas considerações a respeito do ensino de Antropologia nos cursos de Design de Moda da UFPI e IFPI em Teresina – PI.

Conforme apontado no segundo capítulo deste trabalho, as diretrizes curriculares utilizadas para guiar a elaboração da organização curricular dos cursos de Design de Moda apresentam algumas exigências que levam ao ensino de Antropologia, seja por se aproximarem dos seus objetivos deste tipo ou do seu conteúdo. As Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, por exemplo, levam ao ensino de Antropologia pela exigência de um egresso com pensamento reflexivo, apto a produzir objetos que envolvem sistemas de informações culturais e consciente das características dos usuários e seu contexto socioeconômico e cultural. Estas mesmas diretrizes preveem nos cursos a inclusão de conteúdos básicos que envolvem o estudo das teorias do Design em seu contexto antropológico. Já as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana tem por meta promover a educação multicultural em todos os níveis de

formação, o que envolve o ensino de Antropologia na graduação em Design de Moda na medida em que a educação sobre a multiculturalidade e pluriétnicidade da sociedade brasileira passa pelo ensino e reconhecimento da nossa diversidade cultural, tema caro à Antropologia.

Retomando trechos do primeiro capítulo, defendi que o ensino de Antropologia em outros cursos, muito longe de pretender formar antropólogos, tem como objetivos: ensinar um *ethos* antropológico de reconhecimento do *outro* através da apresentação de mitos e ritos de povos estranhos aos alunos (PEIRANO, 2006b); oferecer informações sobre a diversidade cultural no Brasil, as classes sociais, a pobreza e a violência (DURHAM, 2006), contribuindo para a educação multicultural; “converter” os alunos à visão de mundo antropológica através de leituras diversificadas e baseadas na realidade profissional da sua graduação (FONSECA, 2006a; 2006b); ou, ainda, proporcionar a incorporação de uma perspectiva relativizadora em sua atuação profissional ou acadêmica, construída a partir da compreensão daquilo que antropólogos produziram sobre sua área de formação (MULLER, 2006). Ainda conforme apresentado no primeiro capítulo, o ensino de Antropologia em outros cursos se dá, na maioria dos casos, com o ensino de conceitos antropológicos essenciais, dos quais foram citados cultura, relativismo, diversidade e etnocentrismo (GROISMAN, 2006). Acredito que muitos outros possam ser acrescentados a eles, e isso guiou minha seleção de unidades curriculares para estudo detalhado, leitura dos seus Planos de Ensino, as entrevistas com os interlocutores e a observação das aulas nos cursos de Design de Moda estudados. Com isso, percebi que o ensino de Antropologia se apresentou de quatro formas: reunido em uma unidade curricular obrigatória dedicada especificamente para ele, reunido em uma unidade curricular optativa dedicada também especificamente para este fim, diluído em unidades curriculares diversas, ou, ainda, de forma interdisciplinar.

No curso do Instituto Federal do Piauí, a organização curricular contemplou o ensino de Antropologia com a disciplina obrigatória Antropologia e Sociologia, uma disciplina na qual apostei encontrar o ensino do conteúdo antropológico no curso de Design de Moda em sua forma mais tradicional. Entretanto, ela se apresentou uma unidade curricular com certas fragilidades, pois previu um conteúdo demasiado extenso para sua carga horária. Além disso, seu



professor teve dificuldade para contextualizar os assuntos dentro do campo da graduação em Design de Moda e foi observado, ainda uma predominância de conteúdo sociológico em detrimento do antropológico - fato decorrente das afinidades acadêmicas do professor. Ao longo do semestre, apenas algumas das primeiras aulas da unidade curricular abordaram conteúdo da Antropologia, enquanto praticamente todo o restante do período se concentrou na Sociologia. Desta forma, o ensino de Antropologia proporcionado por esta unidade curricular foi breve e pontual.

Já o currículo do curso de Design de Moda e Estilismo da Universidade Federal do Piauí, contemplou o ensino de Antropologia em algumas unidades curriculares optativas, das quais as únicas já ofertadas desde a implantação do curso, há 10 anos, foram Cultura e Consumo e Cultura Brasileira, o que prejudicou a sua continuidade. Em contraponto, ele também foi contemplado em duas unidades curriculares obrigatórias de forma sutil e indireta: Teoria da Moda e Psicossociologia da Moda. O conceito de cultura, debates sobre a cultura brasileira, a cultura piauiense e suas relações com a Moda foram os temas centrais de Cultura Brasileira. Nesta disciplina, o professor afirmou ter apresentado os conceitos de cultura, diversidade, relativismo e etnocentrismo, conceitos considerados básicos para o ensino de Antropologia em outros cursos. Contudo, cultura foi tomada em muitos momentos como sinônimo de patrimônio cultural, e o reconhecimento do patrimônio cultural, material ou imaterial, do Piauí constituiu um forte objetivo desta unidade curricular. Mesmo com estas limitações, esta foi a única unidade curricular estudada que, ao meu ver, apresentou exclusivamente ensino de Antropologia nos dois cursos de Design de Moda.

Teoria da Moda foi uma unidade curricular que objetivou apresentar os contextos de nascimento, desenvolvimento e consolidação do fenômeno sociocultural da Moda, através da apresentação e discussão de teorias desenvolvidas a respeito da Moda por pensadores de diversas áreas do conhecimento. Dentre estas teorias, foram previstas algumas de cunho antropológico, conforme Plano de Ensino, mas a professora, em sua seleção de referencial teórico, optou por teorias sociológicas, filosóficas, semióticas e históricas. Ela tomou como principais referências obras compilatórias que, em alguns momentos, levaram à menção de antropólogos e suas reflexões sobre o corpo, a

identidade e o consumo, mas suas ideias não foram estudadas mais a fundo, descartando o ensino de Antropologia desta unidade curricular. Na verdade, o destaque foi dado para as perspectivas sociológica e filosófica destes temas, principalmente. Psicossociologia da Moda, por outro lado, não previu a abordagem antropológica sobre o corpo e a identidade no seu Plano de Ensino, os elementos centrais desta disciplina. Eles foram apresentados e discutidos, segundo a professora, do ponto de vista da Psicologia e da Sociologia. Entretanto, a presença de referências da Antropologia em diversos momentos do semestre me fez inferir que o corpo foi apresentado como elemento culturalmente construído. Inclusive, em alguns momentos da nossa conversa, a professora atribuiu à Psicologia argumentos que, na verdade, são claramente antropológicos. Além disso, uma perspectiva relativizadora, característica do pensamento antropológico, marcou as discussões em sala de aula. Desta forma, creio que o ensino de Antropologia se fez presente nesta unidade curricular de forma não intencional.

Não pretendo desmerecer a contribuição de uma ou outra ciência aos estudos sobre a Moda, afinal, no segundo capítulo deste trabalho, me dediquei a um apanhado de pensamentos voltados para a Moda que envolveu autores antropólogos, sociólogos e filósofos. Reconheço, ainda, que estes estudos são frequentemente atribuídos a diversas áreas do conhecimento, como Filosofia, Psicologia, Sociologia, Antropologia, Economia, entre outras. Minha intenção com esta separação epistemológica entre áreas de conhecimento é meramente metodológica, pois esta pesquisa tem como objetivo identificar especificamente elementos que remetam ao ensino de Antropologia nas unidades curriculares dos dois cursos estudados.

A interdisciplinaridade foi um aspecto não previsto na minha investigação pelo ensino de Antropologia nos cursos de Design de Moda, mas que apareceu nos dois Projetos Pedagógicos e, com frequência, nas falas de vários interlocutores. Ambos os cursos apresentam propostas metodológicas amparadas na articulação entre teoria e prática, seja ela realizada dentro de uma única unidade curricular de caráter teórico-prático, ou entre várias disciplinas do curso. Este aspecto parece atender, mais uma vez, às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, que exigem um eixo de conteúdos teórico-práticos que integram o conhecimento teórico ao exercício da prática profissional. Nos discursos dos dois

coordenadores, a articulação entre teoria e prática apareceu relacionada à vocação técnica dos cursos de Design de Moda - em maior ou menor medida, dependendo do tipo de formação pretendido, o bacharelado ou a tecnológica -, pois ambos trataram com mais frequência dos aspectos técnicos e processuais do Design de Moda, em detrimento dos seus aspectos culturais e sociais. Também nas falas dos dois coordenadores estiveram presentes e foram valorizadas as atividades acadêmicas empíricas no processo de formação dos alunos. Neste sentido, ganharam espaço na pesquisa as unidades curriculares teórico-práticas, principalmente aquelas que envolveram atividades de desenvolvimento de coleções de produtos de Moda, por aglutinarem conhecimentos construídos pelos alunos ao longo de todo o curso: Projeto de Coleção I, Projeto de Coleção II e Montagem de Desfile e Curadoria na UFPI; e Projeto de Coleção de Moda e Projeto Integrador I no IFPI. A possibilidade por elas apresentada foi de encontrar formas interdisciplinares do ensino de Antropologia, através da aplicação do conhecimento construído sobre Antropologia na prática profissional do Design de Moda, com base na articulação entre o conhecimento teórico e o prático.

Inicialmente, procurei nos projetos de coleção de produtos de Moda dos alunos concluintes e dos alunos de Projeto Integrador I, aspectos que remeteriam aos conceitos vistos nas unidades curriculares de cunho teórico, conforme já apresentei anteriormente: de cultura, diversidade, relativismo, etnocentrismo, transformações corporais e identidade. Como eles não ficaram claros para mim, recorri ao que os professores defenderam sobre a relevância e aplicação do conhecimento de suas unidades curriculares para a atuação profissional do designer de Moda. A professora argumentou que Teoria da Moda trouxe base teórica para os alunos, proporcionou a eles respaldo intelectual sobre aquilo com o que vão trabalhar, e aguçou sua percepção sobre comportamentos de consumo – mesmo não havendo ensino de Antropologia em Teoria da Moda, não descarto a influência da disciplina na formação teórica dos alunos. Sobre Psicossociologia da Moda, ela defendeu que depois que os alunos aprendem sobre as transformações corporais e a concepção de identidade, seja ela individual ou de grupo, eles terão a capacidade de fazer leituras simbólicas, saber diferenciar grupos sociais e poderão direcionar produtos para determinados públicos. O professor defendeu que Cultura Brasileira teve como objetivo principal despertar o olhar dos seus alunos para a cultura

piauiense, e isso propicia o desenvolvimento da identidade legitimamente piauiense na Moda local. O conhecimento de Antropologia e Sociologia, para o professor, foi importante para seus alunos compreenderem a diversidade cultural, a dinâmica das relações sociais e a lógica do mercado, principalmente do ponto de vista simbólico.

Em Projeto Integrador I, o projeto “O Feminino e o Homem” demonstrou a visão dos alunos de que as práticas de consumo são imbricadas de influências socioculturais, o que faz com que certos elementos do universo feminino sejam mais ou menos aceitos pelos homens em suas peças de roupa – visão decorrente do aprendizado de Antropologia e Sociologia. Em Projeto de Coleção de Moda, pelo depoimento da aluna entrevistada, minha interpretação foi que a contribuição que a Antropologia teve em seu projeto foi seu entendimento de que o processo criativo em Moda não é apenas desenhar o que se deseja ou o que se acha bonito, mas que há uma série de aspectos socioculturais envolvidos nos desejos e necessidades de consumo das pessoas. Já Projeto de Coleção I e II e Montagem de Desfile e Curadoria, através do Piauilismo, proporcionaram um processo investigativo dos alunos sobre a cultura piauiense, um exercício de “olhar para dentro”, trabalhados no desenvolvimento de coleções de Moda e na realização do evento inspirados, ambos, por temas regionais.

Gusmão (2006) apontou que um problema recorrente do ensino de Antropologia em outros cursos é que ele frequentemente se encontra restrito ao tempo de um semestre, em uma unidade curricular introdutória. Para ela, isto faz com que os alunos alcancem apenas um patamar de conhecimento superficial, a partir do qual seria possível aprofundar o diálogo da Antropologia com o seu respectivo campo de graduação. Mas, com o encerramento da unidade curricular, encerram-se também as possibilidades deste aprofundamento, a não ser que esta disciplina introdutória seja utilizada como abertura para novas formas de olhar o campo de atuação do graduando e se façam presentes outras formas de se estabelecer esta conexão no decorrer do curso, seja por iniciativa do próprio aluno ou através de outras estratégias. A interdisciplinaridade explorada nos cursos de Design de Moda constituiu, então, em maior ou menor medida, uma estratégia que deu continuidade ao contato com conhecimentos advindos do estudo da Antropologia.

Como demonstrado no primeiro capítulo, as preocupações da ABA com o ensino de Antropologia em outros cursos se originaram, dentre outros fatores, da reconfiguração do mercado de trabalho dos egressos dos programas de pós-graduação em Antropologia, cuja maioria, diferente da geração de seus professores, estaria “destinada a ensinar antropologia para não antropólogos” (FONSECA, 2006b, p. 210). A presença da Antropologia em muitos cursos de diferentes graduações trouxe consigo a preocupação de demonstrar a relevância do pensamento antropológico para não-antropólogos (FONSECA, 2006b). Entretanto, enquanto a ABA festejou a inserção de antropólogos nos mais variados cursos de graduação pelo país, fosse nas instituições privadas ou nas públicas, os dois cursos estudados nesta pesquisa revelaram um cenário um tanto diferente, pois, conforme apontado em capítulos anteriores, não há professores antropólogos atuando no ensino de Antropologia dos cursos de Design de Moda da UFPI nem IFPI em Teresina. Os docentes responsáveis pelas unidades curriculares com conteúdo antropológico são designers de Moda ou cientistas sociais com ênfase em Sociologia ou Ciência Política, mas nenhum deles possui é antropólogo. Eles são profissionais que estão trabalhando com um conhecimento muito específico, mas com formação genérica – ou mesmo alheia.

Os motivos apontados para que disciplinas propedêuticas, como aquelas que tratam do conhecimento introdutório à Antropologia, em outros cursos sejam frequentemente lecionadas por profissionais com formação alheia são, geralmente, de duas naturezas: primeiro, motivos econômicos levam coordenadores de curso ao aproveitamento do quadro docente existente; segundo, por desconhecimento sobre a área, professores possuem a ilusão de que algumas leituras dentro da área de conhecimento os habilitam para lecionar certos conceitos (SARTORI, 2010). Os critérios apontados pelos coordenadores dos dois cursos para contratação de docentes e divisão de professores pelas unidades curriculares revelaram que, para eles, a formação em Antropologia não é necessária para lecionar uma disciplina com conteúdos antropológicos – uma graduação em Design de Moda ou Ciências Sociais já se faz suficiente. Em relação a isso, meu argumento é exatamente o contrário: um docente antropólogo foi o elemento ausente nas estratégias utilizadas pelos cursos para o ensino da Antropologia, uma vez que, para serem bem executadas, tais estratégias necessitam de um professor com formação adequada, capaz de seduzir

os alunos e fazê-los compreender a pertinência do estudo da Antropologia no Design de Moda.

Proponho, por fim, uma alternativa. Foi apontado no primeiro capítulo que é preciso considerar abordagens diferenciadas para alunos diferenciados, adequando os conteúdos programáticos das disciplinas introdutórias à Antropologia ao perfil dos alunos de cada curso (ALMEIDA; et. al, 2006). Pensando nisso, é preciso fugir um pouco do ensino tradicional das teorias antropológicas, filtrar e direcionar informações, bem como contextualizar o assunto. Acredito que a estratégia mais acertada - tirada da experiência de Gusmão em cursos de Pedagogia (2006) - poderia ser a de apresentar as relações entre a Antropologia e a Moda a partir da produção antropológica, de forma que seria realizado um inventário teórico que viabilizaria um debate aprofundado e facilitaria a compreensão dos conceitos de cultura, diversidade, relativismo, etnocentrismo e outros. Ganha importância, para isso, o estabelecimento do diálogo entre os professores de Antropologia e os demais docentes do curso, bem como seus coordenadores e profissionais da área do ensino a ser atendida (ALMEIDA; et. al, 2006). O mesmo ocorre na mão contrária: caso não haja docentes antropólogos responsáveis pelo ensino de Antropologia no curso, é necessário que os professores responsáveis por este ensino consultem especialistas neste conhecimento, seja na fase de elaboração de ementas, de Planos de Ensino, na busca por referencial teórico ou metodologias de ensino. Neste sentido, com a ajuda desses recursos, acredito que as estratégias utilizadas nos cursos para o ensino de Antropologia poderiam ter sido melhor aplicadas.

## Referências bibliográficas

- ABE, P. Gilda, Moda, Filosofia e Feminismo. In: **Revista Ártemis**, João Pessoa, vol. 22, nº 1, jul./dez. 2016, pp. 135-140.
- AGUIAR, G. C. O. de. Cursos superiores de moda no Brasil: regulamentações, evoluções e perspectivas. In: Colóquio de Moda, 11., 2015, Curitiba. **Anais Colóquio de Moda**. 2015. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/edicoes/11-coloquio-de-moda-organizacao.php>. Acesso em agosto de 2018.
- ALBUQUERQUE, S. F. de. **Entre poses e imagens**: a moda da elite feminina em Teresina na primeira metade do século XX. Teresina: UFPI, 2016. Dissertação de Mestrado em História.
- ALMEIDA, P. C. de; BRITES, J.; MULLER, L. H. A.; VICTORIA, C. Jornada de reflexões sobre o ensino da antropologia social no Rio Grande do Sul. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil**: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras. Blumenau: Nova Letra, 2006. p. 415-423
- ALVES, E. M.; ARAÚJO, F. M. de B.; CRUZ, M. P. Algumas reflexões em torno dos conceitos de campo e de habitus da obra de Pierre Bourdieu. In: **Revista Perspectivas da Ciência e Tecnologia**, Rio de Janeiro, vol. 1, nº 1, jan./jun. 2009. P. 31-40.
- ALVES, E. R. Pierre Bourdieu: a distinção de um legado de práticas e valores culturais. In: **Sociedade e Estado**, Brasília, vol. 23, nº 1, jan./abr. 2008. p. 179-184.
- ARAGÃO, C. M. A. A Moda como um negocio no Piauí: dos primeiros passos à industrialização. In: Colóquio de Moda, 11., 2015, Curitiba. **Anais Colóquio de Moda**. 2015. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/edicoes/11-coloquio-de-moda-organizacao.php>
- ARAGÃO, C. M. A.; FERREIRA, C. M. Relatos de memórias da moda no Piauí: cenário da moda piauiense no período de 1930 a 1980. In: MODA DOCUMENTA: MUSEU, MEMÓRIA E DESIGN, 2015. **Anais**. Ano II, nº 1, maio de 2015.
- BADIA, D. D; VIEIRA, K. A. L. O ensino de antropologia nos cursos de pedagogia: caminhos para a diversidade. In: **Práxis Educacional**, Vitória da Conquista, vol. 11, n. 20, set./dez., 2015. pp. 247-269.
- BARBOSA, T. P. Ensino e aprendizagem de antropologia: um estudo de caso no curso de Ciências Sociais da UNESP-Marília. In: **Revista de Iniciação Científica da FFC**, Marília, vol. 8, n. 3, 2008. p. 338-350.
- BASTIAN, W.; NEIRA, L. G.; SOUSA, C. S. M. de. Regulação do ensino do design de moda – para quem? In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9., 2010, São Paulo. **Anais**. São Paulo: Anhembi-Morumbi, 2010.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BERGAMO, A. Elegância e atitude: diferenças sociais e de gênero no mundo da Moda. In: **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 22, 2004. p. 83-113.

BERGAMO, A. O campo da Moda. In: **Revista de Antropologia**, São Paulo, vol. 41, n. 2, 1998. p. 137-184.

BORGES, M.; LIMA, R. Representações sociais e design de moda: reflexões sobre o ensino superior de moda. In: Colóquio de Moda, 11., 2015, Curitiba. **Anais Colóquio de Moda**. 2015. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/edicoes/11-coloquio-de-moda-organizacao.php>

BOURDIEU, P; DELSAUT, Y. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. In: **Educação em Revista**, Belo Horizonte, nº 34, dez., 2001, p. 7-66. Tradução de Maria da Graça Jacintho Setton e revisão de Guilherme João de Freitas Teixeira.

BOURDIEU, P. Alta Costura e Alta Cultura. In: BOURDIEU, P. **Questões de Sociologia**. Lisboa: Fim de Século, 2003. Tradução de Miguel Serras Pereira

CEREJEIRA, T. L. T. A Moda e o vestuário como objetos de estudo da Antropologia na compreensão das relações sociais, identidade e imaginário da sociedade contemporânea brasileira. In: **Vivência**, Natal, n. 40, 2012. p. 27-35.

CHRISTO, D. C.; SABRÁ, F. G. C. Moda como um campo próprio de produção de conhecimento. In: Colóquio de Moda, 11., 2015, Curitiba. **Anais Colóquio de Moda**. 2015. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/edicoes/11-coloquio-de-moda-organizacao.php>

CRANE, Diana. Fashion and art: unravelling a complex relationship. In: CONVEGNO INTERNAZIONALE MODA E ARTE, 2008, Milão. Conferência. Tradução minha.

D'ALMEIDA, T. Por um mapa antropológico da moda. In: **Cienc. Cult.**, São Paulo, vol. 62, n. 2, 2010, p. 24-25. Disponível em [http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0009-67252010000200011&lng=en&nrm=iso](http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252010000200011&lng=en&nrm=iso). Acesso em 12 de novembro de 2018.

DEBERT, G. G. Formação e ensino. In: RIBEIRO, G. L.; TRAJANO FILHO, W. (orgs.). **O campo da antropologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Contra-Capa Livraria/Associação Brasileira de Antropologia (ABA), 2004.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. 1ª edição. 2ª reimpressão. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009 [1979].

DURHAM, E. Ensino de Antropologia. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil**: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras. Blumenau: Nova Letra, 2006.

FERREIRA, V. S. **Elogio (sociológico) à carne**: a partir da reedição do texto “as técnicas do corpo” de Marcel Mauss. Porto: Instituto de Sociologia, Faculdade de Letras da Fundação Universidade do Porto, 2009 (working paper).

FONSECA, C. Antropólogos para que? O campo de atuação profissional na virada do milênio. In: RIBEIRO, G. L.; TRAJANO FILHO, W. (orgs.). **O campo da antropologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Contra-Capa Livraria/Associação Brasileira de Antropologia (ABA), 2004.

FONSECA, C. O exercício da antropologia: enfrentando os desafios da atualidade. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil**: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras. Blumenau: Nova Letra, 2006. p. 209-229



FONSECA, C. Totens e xamãs na pós-graduação. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras**. Blumenau: Nova Letra, 2006. p. 147-163

GONTIJO, F.; MAGGIE, Y. Apresentação. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras**. Blumenau: Nova Letra, 2006. p. 363-366

GROISMAN, A. Ensino de Antropologia em “outros cursos”. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras**. Blumenau: Nova Letra, 2006.

GROSSI, M. P. Os egressos dos programas de pós-graduação em antropologia. In: RIBEIRO, G. L.; TRAJANO FILHO, W. (orgs.). **O campo da antropologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria/Associação Brasileira de Antropologia (ABA), 2004.

GROSSI, M. P. Ensino de antropologia: uma “velha” história na ABA. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras**. Blumenau: Nova Letra, 2006. p. 07-11

GROSSI, Miriam Pillar. Pós-graduação, graduação e especialização: novas demandas de formação em antropologia. In: GROSSI, Miriam Pillar; RIAL, Carmen; TARRINARI, Antonella (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras**. Blumenau: Nova Letra. 2006. Pp. 249-258

GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. O encontro sobre ensino de antropologia. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras**. Blumenau: Nova Letra, 2006. p. 199-206

GUSMÃO, N. M. M. de. Antropologia e educação: história e trajetos/FE-Unicamp. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras**. Blumenau: Nova Letra, 2006. p. 299-331.

INGOLD, T. Epoligue: Anthropology is not ethnography. In: INGOLD, T. **Being Alive**, London and New York: Routledge, 2011, p. 229-243. Tradução de Caio Fernando Flores Coelho e Rodrigo Ciconet Dornelles.

JOCHIMS, B.; TEDESCO, R.; VISONÁ, P. Novos hábitos de difusão e de deslocamento do poder no sistema da moda. In: **Colóquio de Moda**, 11., 2015, Curitiba. Anais Colóquio de Moda. 2015. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/edicoes/11-coloquio-de-moda-organizacao.php>. Acesso em agosto de 2018.

JONES, Sue Jenkys. **Fashion Design: Manual do Estilista**. São Paulo: Cosas Naify, 2005.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 21ª edição. Zahar: Rio de Janeiro, 2007.

LEAL, O. F. Por uma antropologia não sitiada: o campo de atuação do antropólogo no mundo. In: TAVARES, F.; GUEDES, S. L.; CAROSO, C. **Experiências de ensino e prática em antropologia no Brasil**. Brasília: Ícone Gráfica e Editora, 2010.

LEITÃO, D. K. Anatomia Cultural da Moda Brasileira: apontamentos sobre corpo, nudez e erotismo. In: **Vivência**, Natal, n. 37, 2011, p. 59-72.

LEITÃO, D. K. **Brasil à moda da casa**: imagens da nação na moda brasileira contemporânea. Porto Alegre: UFSC, 2007. Tese de Doutorado em Antropologia Social.

LIMA, A. C. De S.; RIBEIRO, G. L. O campo da antropologia no Brasil. In: RIBEIRO, G. L.; TRAJANO FILHO, W. (orgs.). **O campo da antropologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria/Associação Brasileira de Antropologia (ABA), 2004.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero**: a Moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009 [1987].

MACEDO, K. B. de; et. al. "Conceito e tema de coleção": uma experiência de ensino no curso de design de moda. In: Colóquio de Moda, 11., 2015, Curitiba. **Anais Colóquio de Moda**. 2015. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/edicoes/11-coloquio-de-moda-organizacao.php>

MARTINS, C. B.; TRAJANO FILHO, W. Introdução. In: RIBEIRO, G. L.; TRAJANO FILHO, W. (orgs.). **O campo da antropologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria/Associação Brasileira de Antropologia (ABA), 2004.

MASSAROTTO, L. P. Consumo e comunicação de moda: a construção dos estilos de vida na cultura contemporânea. In: COLÓQUIO DE MODA, 3., 2007, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** São Paulo: ABEPEN, 2007. Comunicação oral. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202007/>. Acesso em: 23 de abril de 2019.

MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MCCRACKEN, G. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. In: **RAE – Revista de Administração de Empresas**, vol. 47, n. 1, jan./mar. 2007. Tradução do original: MCCracken, G. *Culture and consumption: a theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods*. In: *Journal of Consumer Research*, vol. 3, n. 1, p. 71-84, 1986.

MULLER, L. H. A. Reflexões sobre o ensino de Antropologia em cursos de pós-graduação interdisciplinares. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil**: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras. Blumenau: Nova Letra, 2006.

NASCIMENTO, Raimundo Nonato Ferreira do. Da multiculturalidade à educação intercultural: processos de interculturalização da educação escolar. In: NASCIMENTO, Raimundo Nonato Ferreira do. **Antropologia, Interculturalidade e educação escolar indígena em Roraima**. 1ª ed. Curitiba: Appris, 2017, pp. 49-104.

NUNES, L. L. **Sistema de moda e papéis femininos na primeira metade do século XX**. Teresina: UFPI, 2003. Monografia de Licenciatura em História.

OLIVEIRA, R. C. de. O trabalho do antropólogo: Olhar, ouvir, escrever. In: **Revista de Antropologia**, São Paulo, vol. 39, nº 1, 1996

ORTIZ, R. Imagens do Brasil. In: **Revista Sociedade e Estado**, vol. 18, nº 3, set./dez., 2003.

- ORTIZ, R. Introdução: a procura de uma sociologia da prática. In: ORTIZ, R. (org.) **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.
- PEIRANO, M. G. S. **A Favor da Etnografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará. 1995
- PEIRANO, M. G. S. Antropologia no Brasil (Alteridade Contextualizada). In: MICELI, S. (org.). **O que ler na Ciência Social brasileira (1970-1995)**: Antropologia (volume I). São Paulo: Editora Sumaré. 1999
- PEIRANO, M. Um ponto de vista sobre o ensino da Antropologia. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil**: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras. Blumenau: Nova Letra, 2006.
- PEIRANO, M. Há dez anos. In: GROSSI, M. P.; RIAL, C.; TARRINARI, A. (orgs.). **Ensino de antropologia no Brasil**: formação, práticas disciplinares e além-fronteiras. Blumenau: Nova Letra, 2006. p. 15-16
- PIRES, D. B. A história dos cursos de design de moda no Brasil. In: **Revista Nexus: Estudos em Comunicação e Educação**. Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi. Ano VI, nº 9, 2002.
- PIRES, D. B. Design de moda: uma nova cultura. In: **Dobra[s]**. vol. 1, nº 1, 2007. Estação das Letras. P. 66-73
- PONTES, H. Modas e modos: uma leitura enviesada de “O espírito das roupas”. In: **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 22, 2004, p. 13-46.
- PONTES, H. A paixão pelas formas: Gilda de Mello e Souza. In: **Novos Estudos CEBRAP**, n. 74, mar. 2006.
- SAHLINS, M. La pensée bourgeoise: a sociedade ocidental como cultura. In: SAHLINS, M. **Cultura na prática**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004. pp. 179-219. Originalmente publicado em *Culture and Practical Reason*. Chicago: University of Chicago Press, 1976.
- SANABRIA, G. V. **O Ensino de Antropologia no Brasil: um estudo sobre as formas institucionalizadas de transmissão da cultura**. Florianópolis, SC. 2005. Dissertação de Mestrado.
- SANSONE, Livio. Apresentação: que multiculturalismo se quer para o Brasil? In: **Ciência e Cultura**, São Paulo, vol. 59, n. 2, p. 24-28, junho 2007. Disponível em [http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0009-67252007000200013&lng=en&nrm=iso](http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252007000200013&lng=en&nrm=iso). Acesso em 26 de junho de 2019.
- SARTORI, A. J. **A “experiência” como mediadora no ensino da antropologia para quem não vai ser antropólogo**. Florianópolis, SC. 2010. Tese de Doutorado.
- SIMMEL, G. **Filosofia da Moda e outros escritos**. Tradução: Artur Morão. Ed. Texto e Grafia. Lisboa, 2008 [1905].
- SIQUEIRA, P. “Ser afetado”, de Jeanne Favret-Saada. In: **Cadernos de Campo (São Paulo 1991)**, São Paulo, vol. 13, n. 13, p. 155-161, 30 mar. 2005. Francês. Tradução de: FAVRET-SAADA. “Être affecté”. In: *Gradhiva: Revue d’Histoire et d’Archives de l’Anthropologie*, 8, pp. 3-9, 1990. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/50263>. Acesso em: 13 de setembro de 2019.
- TAKADA, T. A.; ZACARIAS, L. C. Identidade efêmera e o consumo do novo na sociedade contemporânea. In: **COLÓQUIO DE MODA**, 11., 2015, Curitiba. **Anais**

**eletrônicos...** São Paulo: ABEPEM, 2015. Comunicação oral. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-3-IDENTIDADE-EFEMERA-E-O-CONSUMO-DO-NOVO.pdf>. Acesso em: 8 de setembro de 2018.

WAIZBORT, L. Georg Simmel Sobre a Moda: Uma Aula. In: **IARA, Revista de Moda, Cultura e Arte**. São Paulo. Vol. 1, n. 1, abr./ago. 2008.

## Outras fontes

### Mídia consultada

THE DEVIL WEARS PRADA. Direção de David Frankel. Produção de Wendy Finerman. Los Angeles: Fox 2000 Pictures, 2006. 1 DVD (109 min). Baseado no livro “The Devil Wears Prada” de Lauren Weisberger.

### Documentos consultados

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. **Resolução nº 5, de 8 de março de 2004**. Diário Oficial da União, Brasília, 15 de março de 2004a, Seção 1, p. 24.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Conselho Pleno. **Resolução nº 1, de 17 de junho de 2004**. Diário Oficial da União, Brasília, 22 de junho de 2004b, Seção 1, p. 11.

BRASIL. Decreto nº 2.306, de 19 de agosto de 1997. **Regulamenta, para o Sistema Federal de Ensino, as disposições contidas no art. 10 da Medida Provisória nº 1.447-39, de 8 de agosto de 1997, e nos arts. 16, 19, 20, 45, 46 e § 1º, 52, paragrafo único, 54 e 88 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, e dá outras providencias**. Brasília, 2005 [1997].

BRASIL. Decreto nº 5.154, de 23 de julho de 2004. **Regulamenta o § 2º do art. 36 e os arts. 39 a 41 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e dá outras providencias**. Diário Oficial da União, Brasília, 26 de julho de 2004.

BRASIL. Decreto nº 9.235, de 15 de dezembro de 2017. **Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação das instituições de educação superior e dos cursos superiores de graduação e de pós-graduação no sistema federal de ensino**. Diário Oficial da União, Brasília, 18 de dezembro de 2017, Seção 1, p. 2-9.

BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. **Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional**. Brasília, 2005 [1996].

BRASIL. Ministério da Educação. Instituto Nacional de Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). Diretoria de Avaliação da Educação Superior (DAES). **Instrumento de Avaliação de Cursos de Graduação: Presencial e a Distância**. Brasília, 2015.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ.  
**Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda:** Projeto Pedagógico.  
Teresina: IFPI, 2015.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ.  
**Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2015-2019.** Teresina: IFPI, 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ. **Projeto pedagógico:** Curso de Bacharelado em Design da Moda e Estilismo. Teresina, Piauí.