

CARACTERÍSTICAS E INFLUÊNCIAS DE UM CURRÍCULO DE MODA DE UMA UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

Emanuella Scoz

Resumo

Este artigo aborda as características de um currículo de Moda de 1997 de uma universidade de Santa Catarina, observando possíveis influências dos contextos educacionais e da Moda brasileira da década de 1990, o mundo do trabalho (ANTUNES, 2015), e a globalização (SANTOS, 2000). Objetiva analisar as características curriculares de um Bacharelado em Moda de Santa Catarina, com a metodologia de análise temática e discursiva (BARDIN, 2016). Os resultados demonstram um currículo técnico desalinhado às transformações do mundo do trabalho, mas pertinente à LDB/1996. Observaram-se escolhas culturais do curso superior para auxílio no desenvolvimento econômico, pautado na indústria e empregabilidade fabril.

Palavras-chave: currículo; ensino superior; moda.

CHARACTERISTICS AND INFLUENCES OF A FASHION CURRICULUM OF A SANTA CATARINA UNIVERSITY

Abstract

This paper discusses the characteristics of a 1997 Fashion curriculum in A University of Santa Catarina, looking at possible influences of the educational and brazilian fashion contexts of the 1990s, the world of work (ANTUNES, 2015), and globalization (SANTOS, 2000). It aims to analyze the curricular characteristics of a Bachelor of Fashion, using the thematic and discursive analysis methodology (BARDIN, 2016). The results show a technical curriculum, not aligned with the transformations of the world of work, but pertinent to LDB/1996. Higher education cultural choices were observed to aid economic development, based on industry and factory employability.

Keywords: curriculum; fashion; higher education.

CARACTERÍSTICAS E INFLUENCIAS DE UN CURRÍCULO DE MODA DE UNA UNIVERSIDAD DE SANTA CATARINA

Resumen

Este artículo analiza las características de un plan de estudios de Moda (1997) de una Universidad en Santa Catarina, y analiza las posibles influencias de los contextos educativos y de la moda brasileña de los años noventa, el mundo del trabajo (ANTUNES, 2015) y la globalización (SANTOS, 2000). Su objetivo es analizar las características curriculares de una licenciatura en Moda, utilizando la metodología de análisis temático y discursivo (BARDIN, 2016). Los resultados muestran un plan de estudios técnico, no alineado con las transformaciones del mundo del trabajo, pero pertinente con la LDB / 1996. Se observaron opciones culturales para ayudar al desarrollo económico, basado en la empleabilidad de la industria y la fábrica.

Palabras clave: currículum; enseñanza superior; moda.

INTRODUÇÃO

A Moda enquanto cultura passou a vigorar no Brasil a partir da década de 1980 (GUIMARÃES, 2008) e foi decisiva na construção de identidades¹ e no consumo. Compreendida como cultura, surgiram novas dinâmicas para o setor, sobretudo, ao considerarmos que “[...] a Moda [...] gera cultura” (CIDREIRA, 2010, p. 245).

Até a década de 1980, no Brasil, o conceito de Moda estava restrito aos hábitos de vestir. Nos cursos de Moda aplicava-se conhecimento técnico para aprender a fazer roupas e o estilista usava do bom gosto para criar. Este foi um conceito aceito e difundido, mas, com Lipovetsky (1989), incorpora-se o termo “moda” às construções simbólicas dos hábitos de vestir, de comprar e de representar-se. Além disso, há também o estudo do consumo apresentado por Baudrillard (1995), o qual abordava o esgotamento de recursos materiais e financeiros, a poluição e prejuízos culturais da produção em massa e a pressão pelo novo, pertinentes aos campos da Moda.

De forma sintética, a Moda era tratada e estudada no campo da Economia pelas perspectivas sociológica e semiológica, como “signo da sociedade”. Já no campo da Filosofia, segundo Baudrillard (1995), Moda era pensada como “[...] forma universal, como um fato social total”. Moda também foi foco de análise nos campos da psicanálise e da psiquiatria, pelas relações “[...] inconscientes que os sujeitos estabelecem com o vestir” (SANT’ANNA, 2016, p. 82). Para Sant’Anna (2016, p. 63), a Moda impõe-se também sobre os objetos, que são “[...] tanto expressão como construtores dos espaços, da temporalidade e conjuntamente dos sujeitos”. A sociedade do consumo² gerou a impressão do tempo acelerado e movimentou também o conceito de Moda no Brasil e em Santa Catarina, afetando o sistema produtivo.

O vestuário esteve inserido no desenvolvimento econômico do Brasil, concentrando-se em polos produtivos, em especial em São Paulo e em Santa Catarina, no Vale do Itajaí, e absorveu e influenciou os cursos técnicos, assim como necessitou adequar-se à sociedade do consumo. O modelo educacional para o ensino técnico e superior de Moda recebeu influência do modelo econômico pautado na industrialização, já as especializações em Moda, durante o século XX, traziam o conhecimento “[...] fundamentado nos valores estrangeiros” (PIRES, 2007, p. 68), o que não cabia por não ter valores nacionais.

Este contexto era analisado por dois vieses: um ao ver o profissional e os cursos de Moda com relação ao perfil industrial, próprio à realidade da Moda no Brasil; e outro com perfil *fashion*³, que trazia informações do exterior. A formulação curricular de um curso de Moda durante a década de 1990 poderia considerar a Moda em sua ligação com o vestuário ou como um fenômeno, tal como indica Trevisol Neto (2015).

Mesmo apresentando uma estreita ligação com o vestuário, a Moda no contexto teórico não se confunde com o vestuário, pois ele “[...] proporciona o exercício da Moda, e esta atua no campo do imaginário, dos significantes; é parte integrante da cultura” (SANT’ANNA, 2016, p. 75). Para Sacristán (2013, p. 32), “[...] o interesse pela utilização técnica do saber é inerente à produção industrial” e sobre esse campo prático, a informação é parte da produção.

¹ Sobre o conceito de identidade recomendam-se os estudos de Stuart Hall (2016) em “Cultura e representação” e sobre a relação da sociedade com os objetos recomenda-se o estudo de Baudrillard (1995) intitulado A sociedade do consumo. O artigo de Bonadio, Marinho e Wajnman (2010) compila alguns conceitos existentes sobre identidade para o indivíduo na concepção de estilo e, também, sobre identidade coletiva.

² O estudo do consumo permitiu a autores como Stuart Hall e Tomaz Tadeu da Silva identificar que há construção identitária por meio de signos atribuídos a objetos.

³ Apropriando-se do termo utilizado no Projeto de criação do curso de Moda (1996), este termo indica conceitos contrários a produção em grande escala, incorporando mais o estilo e menos o conhecimento produtivo.

No Brasil, foi durante o século XX que a confecção do vestuário representou a quarta produção mais importante, enquanto a tessitura representava a primeira (MATTOS, 2015). Em Santa Catarina, a tecelagem e a produção do vestuário eram as principais ocupações industriais e a política de desenvolvimento do estado permitiu que, especialmente a região de Blumenau, durante a década de 1990, fosse um polo industrial têxtil, disseminando não só a cultura da industrialização, mas também a da produção têxtil e do empreendedorismo.

Santa Catarina se constituiu de uma política de colonização a partir do século XIX, sendo repovoada por diversas culturas europeias já industrializadas. Gerd Kohlhepp (2008) explica que a imigração alemã no Sul do Brasil ocorreu como um projeto da monarquia para independência política do país. Em 1875, buscando terra e liberdade, entraram em Santa Catarina colonos alemães e italianos e, em 1880, foi quando se concentrou a vinda de tecelões. A política de substituição das importações do Brasil entre as duas Grandes Guerras Mundiais “[...] fez a produção industrial brasileira alcançar o auge” (KOHLHEPP, 2008, p. 208) e nesse movimento integrava-se a indústria têxtil catarinense, com polos em Blumenau, Joinville e Brusque.

A Revolução Industrial legitimou, aos olhos do povo, a ideia de progresso como desenvolvimento econômico (LENZI, 2000) e uma das consequências disso seria o foco em mão de obra para indústria. Além disso, em função do aumento populacional, em 1909, surgem os cursos técnicos em Santa Catarina com a Escola de Aprendizes Artífices, em Florianópolis. Em 1937, por nova legislação, esses cursos transformam-se em Liceus para propagar o ensino profissional e atender as necessidades das indústrias em expansão (BRASIL, 1909).

Em 1942 é criado o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) “[...] com a missão de formar profissionais para a incipiente indústria nacional” (SENAI, 2018), mantida com recursos dos empresários e administrada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). Em 1967, meninas são autorizadas pelo conselho de professores (SENAI, 2018) a estudar em escolas técnicas, o que fez surgir cursos como o de “Costura e Artes Aplicadas” no 1º e 2º anos do ginásio industrial. Em 1968, as profissões técnicas são regulamentadas em Santa Catarina e os cursos adquirem caráter de formação secundária.

Havia se estabelecido, em Santa Catarina, um comércio urbano e suburbano de mão de obra qualificada nas artes do corte e costura e, assim, os cursos técnicos e o surgimento dos ateliês alteraram a constituição do trabalho feminino (MATTOS, 2015), uma vez que, pelo trabalho de bordado e confecção, a mulher se libertava financeiramente (SANCHES, 2006).

Quando surgiram os primeiros cursos superiores de Moda⁴ havia uma concepção de cursos de Moda no Brasil estruturados em escolas técnicas, num modelo formal de sala de aula e com aulas práticas em laboratório, entendendo a Moda em sua relação com o vestuário e vinculando um conceito de Moda de “fora”, que não se aplicava à demanda industrial nacional, e uma Moda de “dentro”, que necessitava seguir certos padrões produtivos. Além disso, o ofício do modelista e estilista foi, por muito tempo, reconhecido como um ofício essencialmente feminino (MATTOS, 2015), proferindo um currículo de influência fabril, têxtil e do vestuário no qual prevalecia a característica administrativa e o formato do ensino técnico para empregabilidade (SACRISTÁN, 2000).

Observando o contexto de trabalho têxtil no Brasil, em Santa Catarina e as orientações da LDB/1996, a qual indicava que as universidades deveriam organizar seus currículos com base nas demandas de empregabilidade regionais, esta pesquisa buscou caracterizar um currículo de um

⁴ Há abordagem sobre o surgimento dos cursos de Moda nas pesquisas de Bonadio, Marinho e Wajnman (2010) e Sanches (2006) traz um apanhado teórico do surgimento dos cursos de Moda no Brasil, dos contextos formativos e da inserção da Moda nos cursos superiores pela necessidade da indústria têxtil e indústria cultural.

Bacharelado em Moda, que foi implantado em 1997, de uma universidade de Santa Catarina, a fim de perceber nas suas características possíveis influências dos contextos regionais além das escolhas culturais do currículo, as quais determinam a formação profissional para o mundo do trabalho.

A pesquisa foi composta por análise de dados gerados a partir de um questionário de questões abertas e fechadas aplicado aos egressos do curso de um curso de Bacharelado em Moda de uma universidade do Vale do Itajaí, em Santa Catarina. Outro meio de compor o corpo desta pesquisa foi por meio da análise dos documentos curriculares que compõem o Projeto de Viabilidade do Curso de Moda da instituição.

Assim, aplicou-se sobre os dados gerados pelo questionário e dos documentos curriculares, a análise discursiva e temática de Bardin (2016). Como instrumento de geração de dados, além dos documentos curriculares, foi utilizada a entrevista semiestruturada, aplicada ao então coordenador do curso, que foi proponente do Projeto do curso e quem presidiu a equipe de criação.

Deste modo, serão apresentados os contextos do mundo do trabalho do sistema de Moda brasileiro, com ênfase em Santa Catarina, e dados educacionais que sucederam a implantação do curso de Moda, ambientando a pesquisa num recorte histórico que vai do fim da década de 1990 até o início da década de 2010.

Além disso, o currículo observado pode ser caracterizado como técnico, alinhado às demandas regionais, conforme determinava a LDB/1996, mas que não acompanhou as transformações do mundo do trabalho e a reorganização do setor de Moda no Brasil. Num campo de conhecimento como a Moda, esta orientação pode ser questionada, assim, é esperado que essas discussões auxiliem a orientação crítica que permita outra organização curricular dos cursos superiores em Moda que esteja mais alinhada às transformações do mundo do trabalho.

CONTEXTOS EDUCACIONAIS PARA O TRABALHO

Até a década de 1980, os interessados em trabalhar com Moda faziam seus estudos como autodidatas ou em escolas no exterior (AGUIAR, 2015), uma vez que o primeiro curso superior de Moda do Brasil foi criado na Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo, no ano de 1987, e implantado em 1988. Em Santa Catarina, os primeiros cursos superiores em Moda foram o Bacharelado em Moda da UDESC, em 1996, e o Bacharelado em Moda com habilitação em Estilismo Industrial da FURB, em 1997.

Para Lima e Moraes (2013), o surgimento dos cursos superiores em Moda deu-se pelo aquecido do mercado têxtil. Borges (2017), por sua vez, identifica o crescimento industrial e a abertura dos mercados do Brasil para o mercado externo como impulso para a proliferação de cursos de Moda⁵. Já para Baltar (1990), o lento aumento produtivo, o desemprego e o pouco investimento fizeram surgir novas oportunidades de emprego durante a década de 1990 e, em igual número, a eliminação dos postos de trabalho.

As transformações no mundo do trabalho (ANTUNES, 2015) no Brasil repercutiram na profissionalização para o trabalho intelectualizado. Assim, o Bacharelado em Moda foi uma tentativa de atender a demanda industrial, conforme indica o Coordenador (2019) ao salientar que o curso técnico não tinha uma formação para “[...] o lado humano, que abrange a intelectualidade do trabalho em equipe e multifuncionais”. Sant’Anna (2018, p. 231) indica que, no caso o da UDESC, o impulsionador foi a “[...] expectativa de criação do MERCOSUL” e o interesse de um setor empresarial que vinha se estruturando em Santa Catarina, que buscava no ensino Superior de

⁵ Para Borges (2017), a formação superior em Moda tem dificuldades para solidificar a área com um campo do conhecimento.

Moda profissionais aptos a auxiliar o setor empresarial para uma Moda autoral (SANT'ANNA, 2018).

Na década de 1990, o setor de Moda reinventou-se, adentrando na esfera comunicativa e midiática, internacionalizando-se na tentativa de minimizar os danos causados pela reestruturação produtiva da década anterior. Em 1994, a “[...] liberalização das regras de credenciamento de cursos superiores, somada ao engessamento do setor público, permitiu uma expansão sem precedentes de cursos, faculdades e universidades particulares por todo o país” (BONADIO, MARINHO, WAJNMAN, 2010, p. 3).

Havia no Brasil, em 1996, segundo o Censo do INEP (1997), 8 cursos de Moda, 3 deles em universidades públicas. Em 2003 esse número cresce para 175 cursos superiores de Estilismo e Design, 27 nomeados como Moda (INEP, 2004). Em 2004, o Conselho Nacional de Educação (CNE) aprova a Resolução CNE/CES n. 05, de 8 de março de 2004, estabelecendo que os “[...] os cursos de Moda do Brasil passariam a obedecer às diretrizes curriculares do Design” (QUEIROZ; MORAES, 2015, p. 69).

Em 2004, havia 201 cursos de Design e Estilismo, 38 de Moda, a maior parte ofertada por escolas privadas e nenhum deles em Centros de Ensino Tecnológico e, a partir de então, os números saltam. Em 2017, o censo do INEP (2018) registrou 619 cursos, 54 em Moda, o que demonstra que houve um aumento de cursos de Design de Moda depois da Resolução em 2004 e uma estagnação dos cursos de Moda.

Observa-se, deste modo, que as transformações nos panoramas educacionais para a Moda no Brasil acompanharam as metamorfoses do mundo do trabalho. Em Santa Catarina, estas transformações buscavam auxiliar o desenvolvimento industrial e a competitividade da globalização.

AS METAMORFOSES NO MUNDO DO TRABALHO

A partir das transformações mundiais da Moda da década de 1960 e no Brasil em 1980, além das peças feitas em ateliês e sob medida, passou a existir uma indústria cultural mais digital e virtual com a produção de peças prontas com informação de Moda, o chamado *prêt-à-porter* e o *fast fashion*⁶.

De todas as transformações ocorridas nos campos de atuação de Moda, talvez a mais marcante tenha sido a impressão da suspensão do tempo (SANT'ANNA, 2016), característico da atual sociedade do consumo. O conceito de modernidade líquida, de Zygmunt Bauman, ou ainda as contínuas transformações da globalização, como a mobilidade, encurtamento das fronteiras, velocidade das trocas globais, ampliação dos espaços culturais, têm criado uma sociedade individual sem dimensão espacial, cujos indivíduos experimentam vivenciar um tempo singular, difuso, e instantâneo (BAUMAN, 1999).

Deste modo, a globalização⁷ afetou profundamente as questões econômicas, obrigando a flexibilização do trabalho e novos modelos para a geração de renda, mostrando-se mais complexa

⁶ Martins (2019, p. 161) argumenta que, em 1957, com o primeiro salão de *Prêt-à-porter*, em Paris, a Moda traz valor estético a produtos prontos, numa Moda aberta e que “[...] na década de 1990 surge novo conceito de Moda, o *Fast Fashion* [...] criado por grandes marcas como uma estratégia comercial [...] permite a rápida disseminação de tendências e estilos a partir de vários meios de comunicação, encurtando a sua sazonalidade e dando assim acesso a seus produtos aos consumidores à um preço muito mais módico”.

⁷ Bonadio, Marinho e Wajnman (2010) trazem a relação da Moda com a globalização no texto de Maria Lúcia, que aponta a Moda como um espaço multidisciplinar, podendo ser um dos primeiros agentes da globalização.

em sociedades semiperiféricas como o Brasil (SANTOS, 2002), afastado da concorrência global, cujo desenvolvimento econômico equiparava-se ao desenvolvimento tecnológico.

Em Santa Catarina houve a ruptura do modelo tradicional industrial, ou seja, desverticalizando-se (LENZI, 2000). O Vale do Itajaí constituiu-se num polo industrial que havia se estabelecido em partes no mercado internacional e com a globalização surgiu o desafio de manter a concorrência com polos fabris como a China e a Índia, buscando, na capacitação do profissional, conhecimentos de mercado e consumo. A Moda é inserida, então, nas empresas têxteis do Vale do Itajaí como meio de manterem-se no mercado global.

A “[...] mundialização e globalização do capital, no conjunto de países do Terceiro Mundo” (ANTUNES, 2015, p. 1985), demandou às indústrias reinventarem-se para permanecerem competitivas, o que significou flexibilidade nas relações de trabalho, gerando crescimento dos ramos de serviços terceirizados e incentivos à criação de Micro e Pequenas Empresas (MPE) e de Micro Empreendedor Individual (MEI).

Em 2006, Santa Catarina lança o Plano Catarinense de Desenvolvimento (PCD) com informações sobre as condições econômicas do Estado desde a década de 1990. Segundo o PCD (2006), o estado passava por investimentos em tecnologia desde a década de 1990, diversificando os arranjos produtivos e investindo em serviços. Ainda assim, as indústrias representavam a maior participação no PIB (PCD, 2006). Santa Catarina via-se envolta nos contextos internacional, nacional e estadual, a classe-que-vive-do-trabalho experimentou o trabalho manual intelectualizado, e, para o SEBRAE (2016, p. 22), o crescimento do MEI em Santa Catarina foi de 61,1% de 2013 a 2015, o segundo maior crescimento deste tipo de empreendedorismo no Brasil.

As transformações do ensino, concomitantes às metamorfoses do mundo do trabalho, culminam em uma reorganização industrial a partir da década de 1990. Viu-se, no entanto, no campo da Moda, que apenas uma reorganização industrial não seria suficiente para desenvolver o da área. Houve, durante o século XX, uma reorganização de todo o sistema de Moda no Brasil, gerando novas formas de pensar e ensinar Moda, novos cursos foram possibilitados de serem ofertados pelas novas legislações educacionais e novos arranjos produtivos gerados a partir das metamorfoses do mundo do trabalho.

A REORGANIZAÇÃO DO SISTEMA DE MODA NO BRASIL

A organização política para a atuação em Moda no Brasil é concomitante às ações do Programa Cultural para o Desenvolvimento do Brasil⁸ (BRASIL, 2006), que auxiliou na organização política da Moda. Ela aparece integrada ao Programa Cultura Viva para a construção de uma rede colaborativa de produtores culturais e para sua valorização, uma vez que a Moda foi vista como cultura e patrimônio do povo, gerador econômico e de identidades (CULTURA DIGITAL, 2014). Por meio do Programa Cultura Viva compreendia-se que as expressões culturais, como as que emergem da Moda, poderiam ser agentes geradores de economias e de canais de valorização das identidades.

Havia a necessidade de se investir em MPE, evitando a estagnação do setor (BRASIL, 2013) e as políticas públicas destinadas ao setor incluíam a profissionalização por meio dos seminários. Somente em 2010, por meio do *I Seminário Nacional de Moda*, é que se formou o Colegiado Setorial de Moda, um órgão vinculado ao Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC), junto ao Ministério da Cultura (MinC) (SEC, 2010). Os eleitos no Colegiado setorial de Moda, em 2010,

⁸ Instituído em novembro de 2006 pelo Ministério da Cultura no governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva. Disponível em <http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/bitstream/20.500.11997/6837/1/119.pdf>. Acesso em 19 nov. 2019.

representaram as cinco macrorregiões brasileiras e os três segmentos da cadeia produtiva da Moda: criativo, associativo / institucional e empresarial, contando também com a participação de cinco membros do Poder Público (BRASIL, 2010).

Durante consulta pública para a elaboração do Plano Setorial de Moda, o Colegiado definiu o setor como “[...] interdisciplinar e transdisciplinar, percorre o universo econômico, cultural, social, histórico e artístico da sociedade, abrangendo as mais diferentes especialidades profissionais” (CULTURA DIGITAL, 2014).

Com vistas nas transformações educacionais, nas metamorfoses do mundo do trabalho e na reorganização do sistema de Moda no Brasil, analisar as características de um currículo de Bacharelado em Moda de uma universidade de Santa Catarina, que surge ao fim da década de 1990, pareceu ser relevante para orientar-nos acerca das escolhas culturais do currículo do curso superior de Moda e dos resultados destas influências nos campos de atuação profissional.

Deste modo, sabendo ser uma via de mão dupla, ou seja, uma rica troca entre o conhecimento técnico e teórico, o conhecimento gerado nos campos de atuação e uma mútua influência entre um e outro, é possível perceber de que formas a universidade interpretou estas influências para a profissionalização e as manteve ou as transformou dentro das perspectivas teóricas existentes.

CARACTERÍSTICAS DE UM CURRÍCULO DE BACHARELADO EM MODA DE SANTA CATARINA

O curso analisado foi ofertado no segundo semestre de 1997 por uma universidade pública surgiu para formar profissionais para a indústria têxtil (PROJETO, 1996), considerando que o Vale do Itajaí representava 70% das exportações do Brasil. O curso de Moda consolidou-se num momento de abertura dos mercados nacionais para os internacionais. Em entrevista, o Coordenador (2019) revela que “[...] trabalhava numa outra instituição de ensino, e atendia a América Latina na área de processos do vestuário”. Naquela ocasião, ele se deparava com a falta de profissionais que entendessem de processo produtivo para abastecer esse mercado.

O projeto acena para a necessidade das indústrias regionais em competir globalmente e que, ao projetar o curso de Moda, eram previstos conhecimentos técnicos de produção para que concorressem em produtividade, estilo e estética (PROJETO, 1996). O perfil do egresso era voltado para criação, o estilo e a pesquisa de tendências, a comunicação e a fluência verbal, bem como a visão macro do sistema de Moda eram perfis desejados para o profissional formado. Com essa proposta, o curso atentava para o mercado regional de malharias, assessoria de Moda, produção artística, indústrias, complementos para indústrias, lojas, vitrinismo, feiras, eventos e publicações, abrangendo o amplo mercado de Moda, ainda que “[...] o curso tenha o foco no processo produtivo, para trabalhar em escala industrial” (COORDENADOR, 2019).

Quanto ao corpo docente sugerido no Projeto do curso, a instituição contava com docentes alocados na universidade para lecionar 24 das 45 disciplinas totais do curso e era necessário contratar profissionais externos para as demais 21 disciplinas profissionalizantes. O levantamento de profissionais da região feito pela comissão demonstrou que muitos não possuíam especialização, mas tinham conhecimento profissional.

O Projeto do curso define, ainda, que os demais cursos de Moda que eram ofertados no estado de Santa Catarina estariam voltados “[...] para a formação de um profissional na área de ‘atelier-fashion’, que não atendia as necessidades do mercado regional” (PROJETO, 1996).

A nova estruturação social, econômica e cultural do século XX, com influência da globalização, ocasionou hábitos de consumo “[...] regidos por modismos, espelhados em

movimentos sociais, culturais, políticos, econômicos e recentemente ecológicos” (FURB, 1996, p. 13). A análise discursiva e temática indicou pré-disposição a preencher essa demanda de mercado industrial regional, relevante para desenvolvimento econômico. Essas informações foram incorporadas aos currículos, visando ao aperfeiçoamento do profissional de Moda para as novas realidades emergentes.

Além disso, a comissão que formulou o Projeto viu a “[...] necessidade angustiante de mudar as ideologias emperradas, usadas por décadas e décadas” (PROJETO, 1996, p. 12), referindo-se à formação dos cursos técnicos e, também, à formação do profissional para o trabalho em ateliês. Estas características curriculares foram previstas pelo Projeto do curso de Moda estudado, conforme analisado a seguir.

Proposta do Projeto do Curso de Moda

O Projeto de viabilidade do curso de Moda da FURB (1996) fundamentou-se no trinômio Moda/vestuário/roupa e foi elaborado com aporte teórico da dissertação de Santino Elias Gomes (1992) intitulado “O processo de criação de roupa”, utilizando um ideal de Moda vestuarista, e também a partir de Lipovetsky (1989), que utiliza concepções sociais de estética e consumo (PROJETO, 1996).

A indústria têxtil adentra no Brasil na colonização, ao passo que em Blumenau, por ser uma colônia tardia, a indústria têxtil se constitui com tecnologias posteriores à Revolução Industrial no processo colonial (PROJETO, 1996). Porém, mesmo sendo o Brasil um produtor têxtil, a Moda era “[...] ditada por figurinistas vindos da Europa”, indicando que foi na década de 1970, com a explosão de boutiques instaurando o *Grupo Moda Rio*, que essa realidade começou a mudar (PROJETO, 1996, p. 11).

Ainda que conceituando a Moda tão próxima ao vestuário, o Projeto a indica “[...] inserida na história da humanidade, exprime universalidade, abrangendo maneiras, ideologias, uso, capricho, estilo e posição sócio cultural”, proporcionando à própria Moda, ao acompanhar a história desde o primórdio da humanidade, “[...] um espetáculo de frivolidade, beleza, necessidade, dependência e desenvolvimento”, sendo “dominada pelos hábitos e costumes” (PROJETO, 1996, p. 12). O Projeto compreende a Moda para além de seu teor frívolo ou estético, como comportamento social que imporia tendências comportamentais.

Na versão final do Projeto de viabilidade do curso são indicados três eixos formativos, a saber, geral, básico e profissionalizante, os quais vinculam a fundamentação teórica e a reparação para o trabalho que nortearam a formação do curso. Esses eixos formativos foram divididos em duas grandes áreas: 1. Área Comum, que engloba o eixo de formação geral e básico, contendo matérias e disciplinas⁹ que auxiliariam na compreensão das áreas específicas; e 2. Área Específica, que contempla o eixo de formação profissionalizante e contém matérias com disciplinas técnicas e teóricas de Moda, conforme é demonstrado na Tabela 1:

Tabela 1: Estrutura curricular da Área comum e profissionalizante e suas matérias

Área comum		Área profissionalizante
Formação geral	Formação básica	Área específica
Informática 60h	Administração 60h	Fotografia 90h

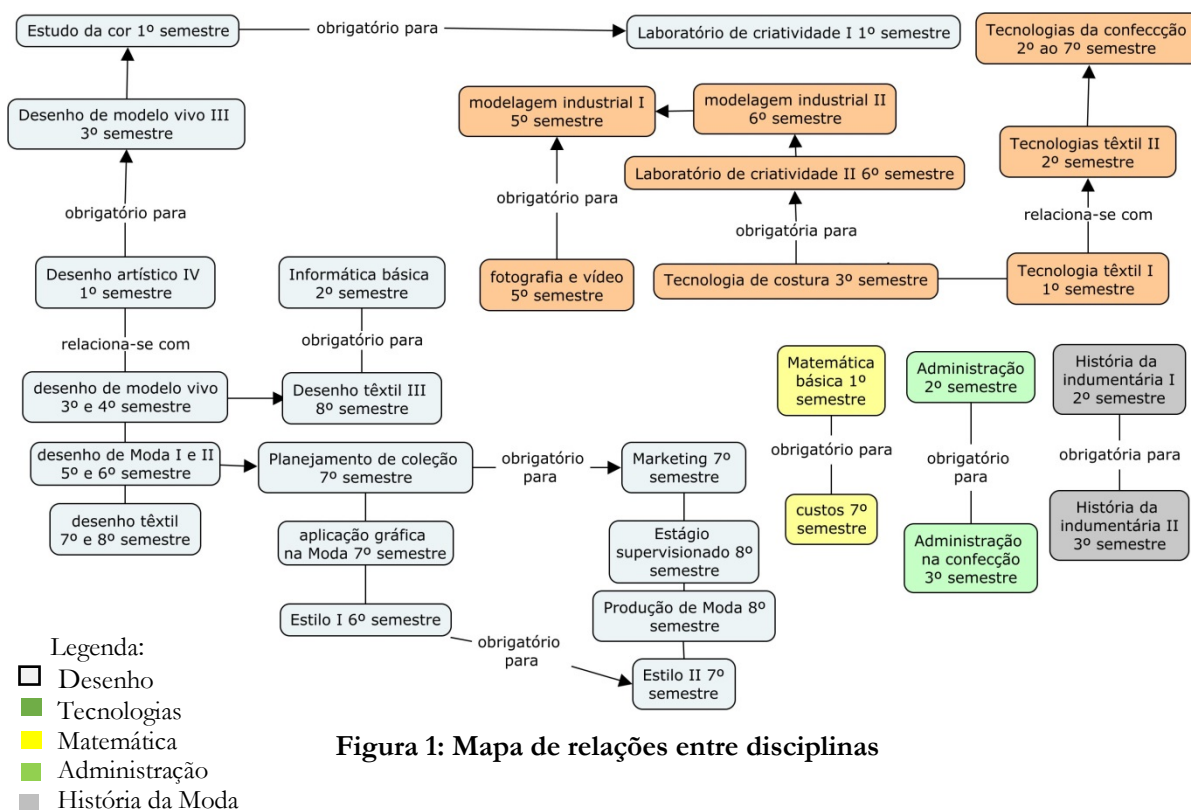
⁹ Utiliza-se o termo matéria e disciplina por serem as nomenclaturas utilizadas no projeto de viabilidade do curso de Moda.

Sociologia 60h	Indumentária 120h	Confecção 840h
Met. e téc. de pesquisa 30h	Economia 60h	Desenho 300h
Relações humanas 60h	Ética 30h	Custos 60h
Português 60h	Direito 30h	Mercadologia 60h
Matemática 60h	Tecnologia têxtil 90h	Estágio Supervisionado 180h
Administração 60h	Cultura brasileira 60h	—
Língua estrangeira 120h	Fund. da linguagem 345h	—
510 h/aula	795 h/aula	1530 h/aula

Fonte: Elaborado pela autora, baseado no Projeto de criação do curso (1996).

A matéria de Fundamentos da linguagem demonstrou maior carga horária por possuir 4 disciplinas: Estudo da cor, com 45h; Desenho artístico IV, com 60h; Desenho de modelo vivo III e IV, com 120h; e Laboratório de criatividade, com 120h.

Na formação profissionalizante, a matéria de Confecção possui maior carga horária e abarca 7 disciplinas: Tecnologia de costura, com 120h; Tecnologia da confecção I, II, III, IV, com 240h, Modelagem industrial I e II, com 120h; Estilo I e II, com 150h; Planejamento e desenvolvimento de coleção, com 60h; Normalização e qualidade industrial, com 60h; Produção de Moda, com 90h. É possível perceber que a área específica tem maior carga horária, mesmo com reduzido número de matérias. No fluxograma do currículo foi possível perceber que algumas matérias e suas respectivas disciplinas são preparatórias para matérias posteriores. O mapa conceitual com componentes curriculares destaca a relação entre as disciplinas:



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

As disciplinas de Administração, História da indumentária e Matemática aparecem unidas aos seus pares, sem relação com as demais. A disciplina de Matemática é obrigatória para Custos e as disciplinas de Tecnologia têxtil e da Costura estão relacionadas com Laboratório de criatividade II e Fotografia. Assim como disciplinas de Desenho, Informática, Planejamento de coleção, *Marketing*, Produção de Moda, Laboratório de criatividade I e Estágio estão relacionadas entre si. O currículo, pelo seu fluxograma, permite perceber ser concomitante entre os semestres o aprendizado de desenho e tecnologias e indica dois grandes blocos, um concentrado no Desenho, e outro nas Tecnologias de produção do vestuário.

O currículo demonstra ter sido bem articulado entre demandas de mercado e organização curricular, bem como usos dos conhecimentos existentes para aplicar-se a uma demanda existente. As relações entre as unidades curriculares, chamadas disciplinas no Projeto do curso e no currículo, no entanto, demonstrou, pela análise do fluxograma do curso, que se subdivide entre as unidades que buscam conhecimento mais técnico e as que buscam conhecimento mais teórico. Isso gera até uma subdivisão entre trabalho criativo e trabalho produtivo e tecnológico, corroborando com uma divisão conceitual entre o trabalho intelectual e produtivo.

No entanto, os contextos teóricos e práticos levantados, analisados a seguir, indicam que há valorização do contexto de prática, em detrimento do teórico, e mesmo muitas unidades curriculares apresentadas em separado, no fluxograma, das unidades curriculares tecnológicas, são abordadas, em suas nas ementas, demandas produtivas industriais e tecnológicas.

Contexto teórico e prático do currículo de moda

Identifica-se que a proposta curricular do curso foi constituída a partir do campo prático e do campo teórico (SACRISTÁN, 2000). Esses contextos curriculares auxiliaram na identificação de 4 categorias e cada uma delas tem o título referente ao conteúdo mais repetido na leitura das ementas de cada unidade curricular. O conceito para cada categoria indica a concentração de conhecimentos encontrado por análise discursiva nas ementas de cada unidade componente do currículo.

A seguir, na Tabela 2, são indicadas as horas aula de cada categoria e a existência dessa carga horária em cada categoria foi elaborada como um dado de análise de conteúdo curricular:

Tabela 2: Contextos de formação teóricos

Categories	Conceitos	Componentes curriculares	Horas
Criação, cultura e linguagem	Concentra conhecimentos teóricos sobre Moda, aplicados ao mundo do trabalho e que não tinham aplicação direta aos sistemas produtivos têxtil vestuarista fabril, tais quais: conhecimentos nas áreas de cultura, comunicação e linguagem semiótica	Estudo da Cor, Cultura Brasileira, História da Indumentária I, História da Indumentária II Laboratório de Criatividade I, Laboratório de Criatividade II, Estilo I Produção de Moda, Fotografia e Vídeo	615h

Profissional Pleno	Compreende conhecimentos teóricos, aplicados ao mundo do trabalho que diferenciavam o currículo técnico do superior (COORDENADOR, 2019), tais quais: relações de trabalho em equipe, formação humana, social e acadêmica.	Ética na Moda, Inglês V, Inglês VI, Técnica de Redação, Met. do Trabalho Acadêmico	240h
--------------------	---	--	------

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

A Tabela 3 apresenta as categorias encontradas no contexto prático, ou seja, mesmo tratando-se de unidades curriculares teóricas, eram condicionadas às questões hábeis de uso em um contexto prático encontrado em Santa Catarina, à época, o que se considerou ser um contexto de trabalho voltado às indústrias:

Tabela 3: Contextos de formação práticos

Categories	Conceitos	Componentes curriculares	Horas
Sistema produtivo têxtil / vestuarista fabril	Compõe-se de conhecimentos sobre sistemas e processos industriais de produção, aplicados ao mundo do trabalho e que tinham aplicação no sistema produtivo têxtil vestuarista, tais quais: processos industriais, produção industrial, maquinário industrial, gestão de equipes visando à eficácia e eficiência dos processos fabris, e gestão de produto no sistema produtivo, desenho com uso de <i>softwares</i> e ferramentas apropriadas ao sistema industrial, tecnologias de maquinários e processos produtivos e demais práticas que visavam especificadamente os processos de produção fabris	Administração, Administração na Confecção, Informática Básica Matemática Básica, Psicologia Organizacional, Sociologia do Trabalho, Direito do Consumidor, Economia Brasileira Tecnologia Têxtil I, Tecnologia Têxtil II, Aplicação Gráfica na Moda, Custos Desenho de Moda I, Desenho de Moda II Desenho Têxtil I, Desenho Têxtil II, Estilo II <i>Marketing</i> na Moda, Modelagem Industrial I, Modelagem Industrial II, Normalidade e Qualidade Industrial, Planejamento e Desenvolvimento de Coleção, Tecnologia da Confecção I Tecnologia da Confecção II, Tecnologia da Confecção III Tecnologia da Confecção IV Tecnologia de Costura Mod. I Tecnologia de Costura Mod. II	1680h
Práticas Artísticas	Concentra conhecimentos sobre práticas artísticas aplicadas ao mundo do trabalho, mas que não tinham relação com o sistema produtivo e, também, não estavam relacionadas às teorias de Moda, tais quais: desenho do corpo humano e pinturas manuais	Desenho Artístico IV Desenho de Modelo Vivo III Desenho de Modelo Vivo IV	120h

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Identificou-se pré-disposição do curso para o contexto da prática em detrimento da teoria. A formação dos docentes que foram contratados para lecionar no curso também indica a pré-disposição técnica, bem como indica a dificuldade em encontrar, à época, profissionais formados em Moda. Foram 9 profissionais indicados pela comissão, dos quais 8 possuíam formação em Engenharia Têxtil, Administração, Ciências Contábeis, Economia, Química e Gestão e apenas 1 profissional possuía formação em Moda.

Nesse sentido, da dualidade entre teoria e prática, indica-se aqui que o contexto de prática está relacionado aos campos de atuação existentes e este campo prático está também relacionado aos contextos teóricos, mas que se auto ajusta conforme o mercado, indica as redes de relacionamento profissional e as empresas e cargos possíveis com a Moda ao longo de um tempo específico. Já o contexto teórico relaciona-se às pesquisas existentes acerca da Moda, do trabalho com ela, da profissionalização e acerca do profissional multifacetado. Estas pesquisas de contexto

teórico influem sobre o trabalho e identificam importantes considerações acerca dos contextos práticos também.

No entanto, com esta pesquisa, observou-se que este contexto teórico, indicado por Sacristán (2000), diferencia-se do contexto prático, mas ambos se somam para a construção curricular. Esta pesquisa indicou, justamente, que há mais valorização dos conhecimentos que emergem e se destinam ao uso num contexto de prática, do que para o contexto teórico, ou seja, o primeiro ocorre de acordo com demandas regionais e, o segundo, se identifica com as trocas de informação e geração de conhecimentos em âmbito mais amplo.

CONCLUSÃO

Ao início desta pesquisa indicou-se o objetivo de perceber nas características curriculares as possíveis influências dos contextos regionais, indicando dois contextos existentes: o contexto da prática e o contexto teórico. Como aplica Sacristán (2000), estes dois contextos indicam que há escolhas culturais sobre o currículo, o qual determina a formação profissional para o mundo do trabalho.

Esta dualidade entre o contexto prático e teórico foi percebida na estrutura curricular a partir da quantidade de horas aula dedicadas a cada uma das unidades curriculares indicadas pelo Projeto do curso de Moda analisado. Esta divisão, por sua vez, ocorreu ao analisar-se a matriz curricular e a ementa de cada unidade curricular, quando se observou que algumas dedicavam-se, exclusivamente, aos contextos fabris regionais, compreendendo-os como o contexto de prática. Os demais, por sua vez, inseriam nesses conhecimentos práticos exigidos pelas indústrias regionais os conhecimentos de Moda necessários, havendo uma escolha acerca de quais conhecimentos sobre Moda, seriam válidos e úteis e mesmo indicando uma transformação deste contexto teórico para um contexto de prática.

Assim, a descrição do Projeto indicou polaridade conceitual da Moda de ateliês e a industrial. Escolhendo o modelo fabril, houve a adaptação de teorias de Moda para o mercado local e, sobre esse ponto, cabe fazer uma ressalva quanto à concepção de Moda vestuarista nos currículos de Moda. Santos (2002) indica que a globalização potencializava a economia de trocas culturais, causando hibridismo cultural, isomorfismos e o que ele chama de globalismos localizados quando as culturas exteriores se tornam mercadoria local e localismos globalizados, quando as culturas locais se tornam mercados encontrados externamente, ou internacionalmente, o que fortaleceria as construções culturais locais.

Portanto, estudar a cultura permite entender o domínio do simbólico dentro e no centro da vida em sociedade (HALL, 2016). O sentido criado numa prática cultural é o que permite “[...] cultivar a noção de nossa própria identidade” (HALL, 2016, p. 21). São elementos da cultura os sons, as palavras, os gestos e expressões e, também, as roupas, pois portam sentidos que são representados e apresentados enquanto linguagem (HALL, 2016), não bastando o estudo dos hábitos de vestir e comprar, mas também dos movimentos sociais e elementos culturais. Essa condição torna complexo o trabalho do profissional de Moda, uma vez que valores são variáveis. Na atualidade, a continuidade do ensino fabril mostra-se frágil perante as transformações sociais.

Na atualidade, formalizar um curso pensando na empregabilidade, focando em um ramo de atividades, define-se a escolha de uns e a exclusão de outros. As metamorfoses do mundo do trabalho demonstram a desverticalização dos modelos produtivos e dos modelos de negócios que acompanham a fluidez da sociedade do século XXI e, sobre esse ponto, questiona-se se, na atualidade, a escolha por um único modelo de negócios é pertinente no processo de ensino.

De toda forma, a Moda “[...] vem encontrando muitos obstáculos na formação de uma identidade que seja vista como representante dos diferentes setores em que está presente” (BORGES, LIMA, 2015, p. 104). A sociedade do século XXI possui suas complexidades, sendo assim, a reorganização do setor da Moda no Brasil sofre, além da contextualização como produção fabril e *fashion*, a sua inserção ao *Design*. Ver a Moda como um campo do conhecimento pode reverter a minimização do seu conceito.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Grazyella Cristina Oliveira de. Os cursos superiores de Moda no Brasil: Regulamentações, evoluções e perspectivas. *In*: 11º Colóquio de Moda, 2015, Curitiba. *Anais [...]*. Disponível em <http://www.coloquioModa.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/ARTIGOS-DE-GT/GT01-EDUCACAO-TEORIA-E-PRACTICA-EM-MODA/GT-1-CURSOS-SUPERIORES-DE-MODA-NO-BRASIL.pdf>. Acesso em 4 jan. 2020.
- ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho?* Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1995.
- ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho?* Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 16. ed. São Paulo: Cortez, 2015.
- BALTAR, Paulo Eduardo de Andrade. Estrutura econômica e emprego urbano na década de 1990. *In*: PRONI, Marcelo Weishaupt; HENRIQUE, Wilnês (orgs.). *Trabalho, mercado e sociedade: o Brasil nos anos 90*. Campinas: UNESP, 2003. p. 107-152.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. 3. Reimpressão. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. *A modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BONADIO, Maria Claudia; MARINHO, Maria Gabriela; WAJNMAN, Solange. Apresentação - Dossiê Moda e conhecimento: interfaces com as ciências humanas e a comunicação. *LARA*, v. 3, n. 3, ano 2010. Disponível em <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/index.php/vol-3-no3-ano-2010/>. Acesso em 22 out. 2019.
- BORGES, Márcia de Souza; LIMA, Rita de Cássia Pereira. Representações Sociais de Alunos e Professores do curso de *Design* de Moda sobre a Moda. *In*: MATTOS, Maria de Fátima da Silva Costa Garcia (org.) *Pesquisa e formação em Moda*. São Paulo: Estação das Cores e Letras, 2015. p. 103-133.
- BORGES, Marcia de Souza. Problematizando a formação superior em Moda. *Dobras*, v. 10, n. 21, maio de 2017. Disponível em <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/557>. Acesso em 4 out. 2019.
- BRASIL. Ministério da Cultura. *Decreto n. 7.566*. Rio de Janeiro, 23 de setembro de 1909. Disponível em http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf3/decreto_7566_1909.pdf. Acesso em 9 set. 2019.
- BRASIL. Presidência da República, Casa Civil. *Lei n. 9.394, de 20 de dezembro de 1996*. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, 20 dez. 1996. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9394.htm. Acesso em 9 set. 2019.

- BRASIL. Ministério da Educação. CNE. *Parecer CNE/CES n. 1.314/2001*. Brasília, Conselho Nacional de Educação / Câmara de Educação Superior, 7 nov. 2001. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES1314.pdf>. Acesso em 9 set. 2019.
- BRASIL. Ministério da Educação. CNE. *Parecer CNE/CES n. 67/2003*. Brasília, Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, 11 mar. 2003a. Disponível em http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2003/pces067_03.pdf. Acesso em 9 set. 2019.
- BRASIL. Ministério da Educação. CNE. *Parecer CNE/CES n. 0195/2003*. Brasília, Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, 5 ago. 2003b. Disponível em http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2003/pces195_03.pdf. Acesso em 9 set. 2019.
- BRASIL. Ministério da Educação. CNE. *Resolução n. 5, de 8 de março de 2004*. Brasília, 8 mar. 2004a. Disponível em http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf. Acesso em 9 set. 2019.
- BRASIL. Ministério da Educação. CNE. *Parecer CNE/CES n. 55/2004*. Brasília, Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, 18 fev. 2004b. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/ces055.pdf>. Acesso em 9 set. 2019.
- BRASIL. Ministério da Cultura. *Programa Cultural para o Desenvolvimento do Brasil*. Brasília: MinC, 2006a. Disponível em <http://rubi.casaruiubarbosa.gov.br/bitstream/20.500.11997/6837/1/119.pdf>. Acesso em 9 set. 2019.
- BRASIL. *Lei Complementar n. 123 de 14 de dezembro de 2006*. (VÊR - DO ACESSO AOS MERCADOS, Seção Única - Das Aquisições Públicas - Capítulo V). Brasília, 14 dez. 2006b. Disponível em http://www.comprasnet.gov.br/legislacao/leis/lei123_2006.htm. Acesso em 15 jan. 2020.
- BRASIL. Ministério da Cultura. *Colegiado Setorial de Moda*. Brasília: Secretaria de Articulação Institucional - SAI, 2010.
- BRASIL. Ministério da Cultura. *Plano Cultural da Moda*. Brasília: Ismália Afonso, SPC / MinC, 2013a. Disponível em <https://bit.ly/2PdCzkh>. Acesso em 9 set. 2019.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. A Moda como expressão cultural e pessoal. *IARA*, São Paulo, v. 3, n. 3, 2010. Disponível em http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07_IARA_vol3_n3_Dossie.pdf. Acesso em 20 nov. 2019.
- CMU. Centro de Memória Universitária. *Currículo pleno do curso de bacharelado em Moda*. Cód.: 97.2.042-0/1997. Blumenau: CMU, 1997.
- CULTURA DIGITAL. *Colegiado: Setorial de Moda*. Consulta Plano Setorial de Moda, 2014. Disponível em <http://culturadigital.br/Moda/colegiado/>. Acesso em 9 set. 2019.
- DRA. *Publicação eletrônica* [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por manuh.scoz@gmail.com em 22 mar. 2019.
- COORDENADOR. *Entrevista com coordenador do curso de Moda*. [Entrevista concedida a] Emanuella Scoz. FURB, 2019.
- FIESC. *Santa Catarina em dados*. 2015. Florianópolis, v. 25, p. 1-192.
- GUIMARÃES, Maria Eduarda Araújo. Moda, Cultura e identidades. In: ENECULT- Encontro de estudos multidisciplinares em Cultura, 4, 2008, Salvador. *Anais [...]*. UFBA: Salvador, 2008. Disponível em <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14326.pdf>. Acesso em 19 nov. 2019.

HALL, Stuart. *Cultura e representação*. Traduzido por Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016.

INEP. Sinopses e estatísticas da educação superior. *Sinopse da educação superior*, 1996. Brasília: Inep, 1997. Disponível em <http://portal.inep.gov.br/web/guest/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>. Acesso em 9 set. 2019.

INEP. Sinopses e estatísticas da educação superior. *Sinopse da educação superior*, 2003. Brasília: Inep, 2004. Disponível em <http://portal.inep.gov.br/web/guest/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>. Acesso em 9 set. 2019.

INEP. Sinopses e estatísticas da educação superior. *Sinopse da educação superior*, 2017. Brasília: Inep, 2018. Disponível em <http://portal.inep.gov.br/web/guest/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>. Acesso em 9 set. 2019.

KOHLHEPP, Gerd. A indústria sul brasileira na fase da globalização: caso do desenvolvimento econômico regional no Nordeste de Santa Catarina. *Revista del Cesla*, n. 11, p. 207-224, 2008. Disponível em <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243316550014>. Acesso em 23 out. 2019.

LENZI, Cristiano Luís. *O "Modelo Catarinense" de desenvolvimento: uma ideia em mutação?* Blumenau: Edifurb, 2000.

LIMA, Gisele Matos. MORAES, Mario César Barreto. Os conteúdos de Administração nos Cursos de Moda de Santa Catarina. In: COLÓQUIO DE MODA, 9., 2013, Fortaleza. *Anais [...]*. Disponível em http://www.coloquioModa.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO_COMUNICACAO-ORAL/Os-conteudos-de-Administracao-nos-Cursos-de-Moda-de-Santa-Catarina.pdf. Acesso em 4 out. 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. Moda e conhecimento: Interfaces com as ciências humanas e a comunicação. Entrevista concedida aos professores do Centro Universitário SENAC em 23 de setembro de 2010. *LARA*, São Paulo, v. 3, n. 3, 2010.

MARTINS, Cibele Cristina. A Moda e o coletivo, a roupa e a individualidade. In: SCOZ, Emanuella (org.). *A roupa: a evolução da roupa em sua relação com a sociedade do ano 1000 d. C. até o século XX*. 2. ed. Blumenau: Amo Ler, 2019. p. 157-163.

MATOS, Maria de Fátima da Silva Costa Garcia (org.) *Pesquisa e formação em Moda*. São Paulo: Estação das Cores e Letras, 2015.

NASCIMENTO, Norton Gabriel; ROPELATTO, Luciane. Moda, efemeridade e os momentos críticos do século XX. *DA Pesquisa*, v. 11, n. 16, p. 228-238, 2016.

PCD. Secretaria do planejamento do Estado de Santa Catarina. *Plano Catarinense de desenvolvimento 2015*. Florianópolis: 2006. Disponível em <http://www.spg.sc.gov.br/visualizar-biblioteca/acoes/plano-catarinense-de-desenvolvimento/402-plano-catarinense-desenvolvimento/file>. Acesso em 9 set. 2019.

PIRES, Dorotéia Baduy. *Design de Moda: uma nova cultura*. *Dobras*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 66-73, 2007. Disponível em <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/404/401>. Acesso em 19 nov. 2019.

PROJETO. *Projeto de viabilidade e autorização do curso de Bacharelado em Moda - Habilitação em Estilismo Industrial*. Blumenau: Instituição, 1996.

QUEIROZ, Cyntia Tavares Marques; MORAES, Sílvia Elizabeth Miranda. A Transição do Estilismo ao *Design*: percepções dos professores e estudantes da Universidade Federal do Ceará. In:

- MATTOS, Maria de Fátima da Silva Costa Garcia (org.) *Pesquisa e formação em Moda*. São Paulo: Estação das Cores e Letras, 2015. p. 69-103.
- SACRISTÁN, José Gimeno *O currículo*. Uma reflexão sobre a prática. Tradução de Ernani F. da Fonseca Rosa. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2000.
- SACRISTÁN, José Gimeno (org.). *Saberes e incertezas sobre o currículo*. Porto Alegre: Penso, 2013.
- SANCHES, Lucinéia. *Os moldes da moda: um estudo sobre o estado dos cursos de formação em Moda no Brasil*. 2006. 121 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2006.
- SANT'ANNA, Mara Rubia. Costuras narrativas de um passado recortado pelo presente. In: MAKOWICZKY, Sandra; OLIVEIRA, Sandra Ramalho; COLLAÇO, Sandra. *Centro de Artes da UDESC. História, imagens e memórias*. Florianópolis: UDESC, 2018. p. 219-239.
- SANT'ANNA, Mara Rúbia. *Teoria da Moda - Sociedade, Imagem e Consumo*. 2. ed. 3. reimpressão, São Paulo: Estação das letras e cores, 2016.
- SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). *A globalização e as Ciências Sociais*. São Paulo: Cortez, 2002.
- SEBRAE. *Perfil do Microempreendedor Individual 2015*. Brasília: SEBRAE, 2016. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Perfil%20do%20MEI%202015.pdf>. Acesso em 9 set. 2019.
- SEBRAE. *Panorama SEBRAE*. Brasília: SEBRAE, 2018. Disponível em http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/02/Panorama-Sebrae_012018.pdf. Acesso em 9 set. 2019.
- SECRETARIA ESPECIAL DA CULTURA- SEC. *Colegiado Setorial de Moda*. Participantes do I Seminário de Moda elegem os representantes para o Colegiado do CNPC. 2010. Disponível em <https://bit.ly/2Rv9A> <http://cultura.gov.br/colegiado-setorial-de-moda-1061178/>. Acesso em 31 jul. 2020.
- SENAI. *História*. Brasília: SENAI, 2018. Disponível em <http://www.portaldaindustria.com.br/senai/institucional/historia>. Acesso em 9 set. 2019.
- TREVISOL NETO, Orestes. *A institucionalização científica do campo da Moda no Brasil: estudo baseado nas instituições, produtores e produtos científicos*. 2015. 191 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015. Disponível em <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/135394/334677.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 10 jan. 2020.

Submetido em janeiro de 2020

Aprovado em maio de 2020

Informações da autora

Emanuella Scoz

Professora substituta do Instituto Federal de Santa Catarina - *Campus* Gaspar.

E-mail: emanuella_design@hotmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1651-1345>

Link Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3858787418552795>