

Problematizando o Design de Moda – O Papel da Disciplina Metodologia de Projeto

Posing the design problem to fashion design - project methodology discipline's role

Sousa, Cyntia Santos Malaguti de; Dra; Centro Universitário Senac São Paulo
cyntia.smsousa@sp.senac.br

Hardagh, Cláudia Coelho; MS; Centro Universitário Senac São Paulo
claudia.chcamargo@sp.senac.br

Resumo

No processo de adequação dos cursos de graduação em moda às diretrizes relativas a sua vinculação ao design, diversas disciplinas foram inseridas na grade curricular e conteúdos reajustados. Uma delas foi Metodologia de Projeto, considerada como disciplina eixo nos cursos de design, base do aprendizado projetual. Este artigo discute sua inserção no curso de design de moda, com base na experiência de dois anos em que foi lecionada em uma mesma faculdade, tendo como projeto prático a criação de uma coleção de cama, mesa ou banho, contando com o apoio de outras disciplinas.

Palavras Chave: metodologia de projeto; ensino; design de moda

Abstract

Adequacy processes in undergraduate fashion courses, according to the guidelines concerning their connection to design field, led to adjustments in some disciplines contents and the inclusion of new ones. One of these was Project Methodology, considered as one of design courses main pillars, basis of project development learning. This article discusses its integration in undergraduate fashion design courses, based in a two years experience when it was taught in the same institution, and the creation of a collection of home textiles - for bed, bath or table was chosen as a practical project, counting on the support of other disciplines.

Keywords: *project methodology; teaching; fashion design*

I. Introdução

Como reflexo da expansão do design como campo de atuação profissional e da crescente interpenetração entre os diversos campos do design (tais como produto, gráfico, interiores e moda), assim como das novas diretrizes curriculares estabelecidas pelo Ministério da Educação, os currículos dos cursos de graduação na área têm sofrido diversos ajustes. Os ajustes realizados, no entanto, mais do que resultantes de um processo de análise crítica das interfaces e especificidades de cada campo, dos conteúdos e articulações desejáveis entre disciplinas tradicionais e novas, muitas vezes são implantados para atender a exigências de equipes de avaliação externas. Novos professores passam a integrar as equipes docentes e o processo efetivo de mudança ocorre a partir do confronto e do diálogo que se estabelecem quando professores e pesquisadores oriundos desses diferentes campos começam a trabalhar juntos, em especial em projetos interdisciplinares.

As reflexões apresentadas neste artigo se ancoram na formação acadêmica das autoras – respectivamente desenho industrial e pedagogia, vivenciando este processo de mudança em um curso de design de moda, período em que ministraram a disciplina Metodologia de Projeto, sempre para alunos do terceiro semestre, das habilitações de estilismo e modelagem. Outras peculiaridades caracterizaram esta experiência. Utilizou-se como projeto prático para articulação dos conhecimentos, o desenvolvimento de uma coleção, não de peças de vestuário, mas da chamada linha lar, que abrange peças de cama, mesa e banho. Relevante também foi a preocupação de se trabalhar de forma interdisciplinar, envolvendo as outras disciplinas do semestre no projeto.

2. Metodologia de projeto na moda

O primeiro aspecto de reflexão diz respeito à compreensão da própria disciplina pelo corpo docente do curso de moda.

...enquanto que a maneira de trabalhar metodologia nos cursos de design desenvolve-se em disciplinas baseadas em vários projetos de realização de objetos ou produtos ... os outros programas acadêmicos destinam aos seus cursos de graduação uma ou mais disciplinas da chamada metodologia científica ...que examinam e difundem teorias e métodos de pesquisa clássica e têm como resultantes trabalhos monográficos basicamente (Coelho, 1999. p.30).

No caso em questão, mesmo inserindo-se a disciplina, ela foi classificada como teórica, junto com outras de formação de repertório, sendo destinada a ela uma carga horária semanal de duas horas, embora com a exigência de que fosse desenvolvido o trabalho prático mencionado. As disciplinas de metodologia visual e laboratório de criação, por outro lado, lecionadas no mesmo semestre, foram classificadas como práticas, com carga horária semanal de quatro horas e a turma dividida em dois grupos.

Surge daí a primeira particularidade desta experiência. No primeiro ano do curso de Design de Moda na instituição estudada, os alunos têm a disciplina de Metodologia Científica, onde adquirem noções de métodos de pesquisa científica voltados para o curso de moda e de como desenvolver projetos de pesquisa acadêmica. Contam, portanto, em princípio, com um diferencial em relação a outros cursos de design, onde esta disciplina é inserida mais no final do programa.

A disciplina metodologia de projeto não assume aqui o caráter hegemônico que tem nos cursos de design em geral; ao contrário, tem sua carga horária reduzida à metade e o grupo de alunos duplicado, enquanto concorre, no mesmo semestre, com outra disciplina voltada ao desenvolvimento de projeto de moda, “laboratório de criação”, apoiada em outra abordagem, não articulada com a disciplina em questão. Além disso, a disciplina Metodologia

Visual, que em muitos cursos de design antecede a de Metodologia de Projeto, fornecendo importantes subsídios para o desenvolvimento de projetos de design, aqui ocorre simultaneamente, limitando o que se pode esperar do aluno em termos de resultados e aplicação de conhecimentos adquiridos.

Mesmo com tais particularidades, a construção da ementa e programa da disciplina seguiu a forma usual de sua estruturação nos cursos de design, focando principalmente no processo projetual e não nos métodos propriamente, objetivando instrumentalizar o aluno no desenvolvimento do projeto de produtos. Inseriu-se em seu conteúdo, a articulação de fases e etapas de um processo, associadas a entregas de relatórios parciais. Processo, aqui, entendido como a base estrutural dos métodos desenvolvidos em determinado projeto, como a estruturação lógica do sistema (Coelho, 1999).

3. Cama, mesa e banho como tema de projeto de moda

A proposição do tema do projeto prático para a disciplina Metodologia de Projeto originou-se da realização de um concurso interno mal-sucedido, em atendimento à demanda de uma empresa específica do setor de cama, mesa e banho. A demanda recebida apontou para o crescimento da importância atribuída à moda na dinamização deste segmento, como pouco tempo depois ressaltava uma matéria de periódico “Vestida para dormir – roupas de cama viram mimo de luxo de quem quer ser chique por dentro” (Revista da Folha de São Paulo, jan./2006). Segundo estudos, o Brasil é um grande produtor desses artigos, os confecciona com qualidade e de forma bastante competitiva, e o segmento vem crescendo significativamente (BNDES, 2002).

Considerou-se assim, que seria interessante oferecer ao aluno uma experiência no desenvolvimento de projetos para o setor, acompanhando a ampliação do universo da moda; um diferencial que poderia auxiliar futuramente na identificação de oportunidades de trabalho, além de propiciar uma articulação com o campo do design de interiores, em sintonia com o crescente trânsito que vem ocorrendo entre os segmentos do design.

Esta outra particularidade da experiência aqui analisada delimitou também a forma como a instrumentalização da disciplina Metodologia de Projeto seria realizada; o desenvolvimento de um projeto prático voltado para o mercado, neste caso, uma coleção ou conjunto de peças de cama, mesa ou banho. O projeto prático, no entanto, não encerrava uma atividade específica do campo tradicional da moda, ou seja, não eram peças de vestuário, nem seu ciclo de vida subordinava-se necessariamente, à dinâmica sazonal da moda.

O desenvolvimento de peças de cama, mesa ou banho, por um lado, a priori, pressupõe menores conhecimentos sobre o funcionamento do corpo humano e as possibilidades de construção volumétrica, em comparação com peças do vestuário; foi considerado assim, adequado, quanto à complexidade projetual inerente, ao nível de aprendizagem de um aluno do terceiro semestre. Por outro lado, um outro tipo de complexidade aparece. O processo de desenvolvimento, pelo fato de abranger o projeto de uma coleção, e não uma peça única (coleção esta cujas peças seriam usadas em conjunto) exigiria uma reflexão sobre o uso específico de cada uma; além disso, demandaria um estudo das inter-relações entre todas as peças, e destas com os objetos que seriam “vestidos” no ambiente de uso.

4. Construindo as diretrizes para desenvolvimento do projeto

Os tipos de projetos com os quais os alunos do curso de moda se defrontavam ao longo de sua formação profissional abrangiam ora a criação de peças específicas de roupa pré-determinadas, ora coleções de roupas. Embora no segundo caso eles tivessem a liberdade de definir as peças a serem criadas, estas deveriam se articular com coleções já lançadas de marcas existentes no mercado, como desdobramento delas. Uma outra proposta de projeto

abrangia ainda a criação de uma coleção para uma nova marca, mas cujo posicionamento era definido como concorrente de uma marca existente.

Este tipo de orientação pedagógica limitava o atendimento a alguns dos principais fundamentos do design, que o caracterizam como uma atividade problematizadora, respondendo a necessidades humanas por meio de soluções materiais (BERNSEN, 1995). Faltavam desafios projetuais que permitissem ao aluno uma reflexão mais ampla, respostas mais criativas e densas do ponto de vista conceitual, dando conta da diversidade de público potencial para sua atividade, das diferentes situações de uso do vestuário, e ainda de necessidades físicas, psicológicas e sociais envolvidas.

Além disso, conforme diversos autores salientam (GONÇALVES, 2004), o ensino baseado na solução de problemas é um método que capacita o aluno a aprender a aprender, encontrando em si mesmo respostas para as perguntas que o inquietam, utilizando-se de um domínio de procedimentos e conhecimento disponível.

Partindo dessas considerações, acreditou-se que uma das contribuições da disciplina Metodologia de Projeto deveria ser exatamente a de propiciar uma situação de projeto problematizadora. Assim, estabeleceu-se como objetivo do projeto prático:

- Desenvolver uma coleção de cama, mesa ou banho a partir de necessidades e oportunidades identificadas em pesquisa junto ao mercado atual brasileiro, articulando informações de: público-alvo/segmento de mercado, cliente e concorrência, história relacionada, tecnologias e fornecedores, tendências, entre outras, de modo a gerar um conceito próprio para a coleção, com soluções finais inovadoras e coerentes.

O projeto envolvia as etapas de pesquisa e desenvolvimento do projeto, abrangendo: pesquisa documental, de mercado e de campo, conceituação da coleção (tema, cores e outros elementos de inspiração), definição dos componentes, assim como de formatos e tamanhos de cada peça, desenvolvimento de padronagens e tratamentos de superfície, apresentação final em painéis ilustrados, desenhos e memorial descritivo. Considerando outros trabalhos práticos solicitados aos alunos no mesmo semestre, para não sobrecarregá-los, a construção de protótipos ou peças-piloto não foi uma exigência pré-estabelecida.

Alguns parâmetros da coleção foram previamente definidos, com o objetivo de criar algumas limitações e desafios à criação, tais como número mínimo de peças, quantidade de cores, tipos fonte para geração das estampas, quantidade de *rapports*. Outros foram propositalmente deixados em aberto, para favorecer a identificação de oportunidades com a pesquisa, assim como a formulação de conceitos fundamentados para as propostas de projeto: escolha e caracterização do público-alvo, situação de uso, *mix* de produtos e cliente potencialmente interessado na comercialização da coleção.

A articulação da identificação de oportunidades com o atendimento a restrições teve o objetivo de possibilitar aos alunos uma reflexão mais ampla sobre o processo, abrangendo desde o direcionamento da pesquisa, a proposição de projeto, o processo de criação, até o detalhamento das características finais da coleção para o mercado. Este processo reflexivo exigiria uma atitude pró-ativa, auxiliando no desenvolvimento, a cada etapa do projeto, na discussão com o grupo e no acompanhamento constante dos professores, de métodos para responder aos problemas lançados.

A integração entre as disciplinas do semestre ocorreu de forma variada, focando no suporte ao desenvolvimento do projeto prático, de acordo com a pertinência de determinados conteúdos trabalhados, e cuidando para que estes não fossem prejudicados em detrimento do acompanhamento do projeto. A tabela a seguir ilustra a distribuição de responsabilidades

entre as disciplinas envolvidas, de acordo com o cronograma estabelecido para o projeto, durante o primeiro semestre de 2007.

Tabela 1: Distribuição de responsabilidades entre as disciplinas do 3º semestre

| Datas | Atividade | Disciplina | Responsável |
|----------------------------|--|--|--|
| 09/04 e 12/04 | Orientação sobre a criação de rapports e matelassê | Laboratório de Criação | J.L. |
| 11/04 | | Desenho Técnico de Moda | E.O. |
| 17 e 18/04 | Definição do tema da coleção | Metodologia de Projeto | C.H e C.M. |
| 20, 23 e 25/04 | Início do desenvolvimento de rapports | Metodologia Visual | V.K. |
| 03/05 das 13 às 17h | Plantão de orientação ao uso do transfer nas estampas | Tecnologia Têxtil | M.K. |
| | Plantão sobre criação das peças de roupa para turma de Modelagem | Laboratório de Criação | J.L. |
| 22 e 23/05 | Fase de criação concluída; aplicações de estampas e cores na coleção definidas | Metodologia Visual Metodologia de Projeto | C.H., C.M. e V.K. |
| 22/05 das 13 às 14h | Reunião final para planejamento da avaliação | Todas do 3º. Semestre envolvidas no Projeto. | A.C., A., C.H., C.M., V.K., E.O., J.L., L.N., M.K. |
| 22/05 das 14 às 17h | Plantão para desenho de ambientação da coleção final em perspectiva | História, Teoria e Princípios do Design | L.N. |
| 25/05 das 13 às 17h | Plantão de construção da roupa | Modelagem Plana | A.C. |
| 01/06 das 13 às 17h | | | A. |
| 05/06 | Entrega final do dossiê | Metodologia de Projeto | C.H e C.M. |

5. Os resultados obtidos

Para os alunos, de acordo com depoimentos tomados ao final dos semestres, a experiência é descrita como desafiadora e árdua, tanto pela exigência inicial do exercício da capacidade de escolha, articulando áreas de interesse pessoal com a identificação de oportunidades junto ao mercado, quanto pela diversidade de variáveis envolvidas na pesquisa.

É preciso estabelecer e caracterizar um público alvo, escolher empresas, entender a dinâmica do mercado interno e externo da linha lar e desenvolver uma coleção de produtos compatível com toda a pesquisa envolvendo o público escolhido, tendências de estilo de vida

e moda; coleção esta capaz de reposicionar o cliente escolhido face às empresas concorrentes; e ainda viável do ponto de vista estético e econômico.

Analisando-se os resultados alcançados a partir das oportunidades identificadas pelos alunos e características conceituais das proposições, independente da qualidade e nível de detalhamento das soluções finais, acredita-se que uma das principais contribuições da experiência aqui analisada, foi o desenvolvimento da capacidade de problematização (tabela 2).

Tabela 2: Alguns temas propostos pelos alunos e características das coleções

| Temas | Características das coleções |
|-------------------------|---|
| Montanhismo | Produtos leves, com tecidos térmicos e tecnologia com preocupação ecológica |
| Galeria de arte | Venda de produtos em lojas de galerias e museus com estampas voltadas para artistas e obras de arte expostas na ocasião e/ou integrantes do acervo. |
| Home care | Preocupação terapêutica vinculada à cromoterapia e atendimento a normas de segurança e higiene. |
| Sex lounge | Linha de cama dialogando com lingerie |
| Circle de Soleil | Venda de produtos em stand durante a exibição dos espetáculos |
| SPAs | Produtos adequados ao tipo de tratamento e ao perfil do cliente |

A diversidade de proposições demonstra a ampliação da visão do aluno quanto a nichos de mercado com potencial, tanto em termos de público – aventureiros, amantes da arte, convalescentes, etc. – quanto de clientes, descolando-se das tradicionais empresas do setor, que poderiam ser tratadas como fornecedoras para SPAs, confecções de lingerie, organizadores de eventos, clínicas, ou ainda para hotéis, motéis, cruzeiros marítimos, fabricantes de cosméticos, confecções infantis, entre outros. Associa-se a esse resultado também a compreensão da importância da pesquisa e de algumas de suas diferentes modalidades, como etapa fundamental anterior ao processo criativo, rompendo uma visão comum na moda de que o princípio de tudo é a inspiração interior, descolada da observação do universo exterior.

Ocorre também um amadurecimento quanto à percepção da relação de dependência entre cada etapa do processo, da necessidade de cumprimento dos prazos estabelecidos para entrega de cada uma e da coerência na elaboração dos documentos correspondentes. Pesquisa, conceito e projeto devem estar relacionados de modo consistente, caso contrário fica evidente a fragilidade da fundamentação da proposta.

6. Considerações finais

A não exigência dos protótipos neste projeto prejudicou o atendimento aos objetivos da disciplina, por dificultar a compreensão da articulação entre teoria e prática, além de uma auto-avaliação por parte do aluno quanto à adequação entre processo e resultado obtido.

De qualquer forma, a experiência analisada ilustra o momento de transição que o curso de moda está passando desde sua inserção no “guarda-chuva” do design. Apesar de ter seu nome voltado para o Design de Moda, a carga horária da disciplina é insuficiente. Além disso, ainda não se discutiu sua articulação com as demais disciplinas projetuais do curso ministradas em semestres posteriores; quais seriam os pontos de convergência e divergência entre as premissas básicas do design, e o desenvolvimento de um produto de moda?

O direcionamento da disciplina de Metodologia de Projeto para o desenvolvimento de uma coleção de cama, mesa e banho, não fornece ainda subsídios suficientes para compreensão desses pontos, por tratar-se de um segmento com dinâmicas não tão típicas da moda. E a escolha desse tema geral, por outro lado, indicou também uma preocupação inicial por parte da coordenação do curso, com a preservação de certo distanciamento e não interferência do design nas áreas tradicionais da moda. Os resultados inovadores e o empenho dos alunos, no entanto, progressivamente provocaram um maior interesse tanto por parte dos demais professores envolvidos, quanto da coordenação. Já no segundo semestre em que a disciplina foi lecionada, a avaliação final dos projetos foi realizada por uma banca de professores, a seguir contou também com a presença da coordenação do curso. Mais recentemente, levou ao estabelecimento de uma parceria com uma empresa de cama e banho, que participou da formulação das diretrizes dos projetos e também de sua avaliação final, visando eventual produção de projetos selecionados.

Os aspectos aqui abordados têm sido discutidos pela equipe de professores e coordenadores, como parte da ressignificação do curso e da construção de uma nova identidade fundamentada no design.

Referências

- BERNSEN, Jens. **Design: defina primeiro o problema**. Florianópolis: SENAI/LBDI, 1995.
- COELHO, Luiz Antonio L. Percebendo o método, em COUTO, Rita Maria de Souza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de (org.). **Formas do design: por uma metodologia interdisciplinar**. Rio de Janeiro: 2AB, PUC-Rio, 1999.
- GONÇALVES, B. S. **Cor aplicada ao design gráfico: um modelo de núcleo virtual para aprendizagem baseado na resolução de problemas**. 2004. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- GORINI, Ana Paula Fontenelle, SIQUEIRA, Sandra Helena Gomes de, e FRANCO, Renata Faria. **O setor de cama, mesa e banho no Brasil**. RELATO SETORIAL Nº 8. Área de Operações Industriais 1. Rio de Janeiro: BNDES, 1998.
- STACHUK, Mayra e LIMA, Marcelo. Roupas de casa – classe média engrossa o contingente de consumidores de artigos de luxo, em **Revista da Folha**. Encarte. São Paulo: Folha de São Paulo, 29.jan. 2006 (8 – 13).