

EDSON KORNER

DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA: A ORGANIZAÇÃO
DE UMA ESTRUTURA PROJETUAL PARA AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE
COLEÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA DO
SENAI/CURITIBA

JOINVILLE

2016

EDSON KORNER

DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA: A ORGANIZAÇÃO
DE UMA ESTRUTURA PROJETUAL PARA AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE
COLEÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA DO
SENAI/CURITIBA

Relatório Técnico de Mestrado apresentado
como requisito parcial para obtenção do título
de mestre em Design, pela Universidade da
Região de Joinville (Univille). Orientadora:
Marli Teresinha Everling.

JOINVILLE

2016

Catálogo na publicação pela Biblioteca Universitária da Univille

Korner, Edson

K84d Design e desenvolvimento de produtos de moda: a organização de uma estrutura projetual para as disciplinas de projeto de coleção do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do SENAI/ Curitiba / Edson Korner; orientadora Dra. Marli Teresinha Everling– Joinville: UNIVILLE, 2016.

151 f. : il. ; 30 cm

Relatório Técnico (Mestrado em Design – Universidade da Região de Joinville)

1. Moda – Ensino superior. 2. Currículos - Planejamento. 3. Desenvolvimento de produto. I. Everling, Marli Teresinha (orient.). II. Título.

CDD 745.207

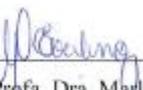
Termo de Aprovação

**“Design e Desenvolvimento de Produtos de Moda: A Organização de uma Estrutura
Projetual para as Disciplinas de Projeto de Coleção do Curso Superior de Tecnologia
em Design de Moda do Senai/Curitiba”**

por

Edson Korner

Projeto Final julgado para a obtenção do título de Mestre em Design, aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Design – Mestrado Profissional.



Prof. Dra. Marli Teresinha Everling
Orientadora (UNIVILLE)

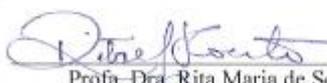


Prof. Dr. João Eduardo Chagas Sobral
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design

Banca Examinadora:



Prof. Dra. Marli Teresinha Everling
Orientadora (UNIVILLE)



Prof. Dra. Rita Maria de Souza Couto
(PUC-RJ)



Prof. Dra. Elenir-Carmen Morgenstern
(UNIVILLE)



Prof. Dr. João Eduardo Chagas Sobral
(UNIVILLE)

Joinville, 29 de abril de 2016

AGRADECIMENTOS

É com muita alegria que deixo aqui registrado os meus sinceros agradecimentos a todos que comigo se fizeram presentes e me apoiaram ao longo desta jornada, principalmente:

À minha mãe, Erica Cardoso, o alicerce e maior exemplo de vida.

Meu companheiro, Fabian Hector Artico, por estar comigo, apoiar-me e incentivar-me.

À minha amiga/irmã Daniela Nogueira, companheira da vida e incentivadora de todas as horas.

Aos amigos de trabalho Andrea Schiefedecker, Daniele Moraes Lugli, Malva Ouriques, Rafael Machado, Roseli Stencel, Patrícia Gaspar, Patrícia Sabatowich, Maria Bernadeth Koteski, Lucíola Stenhaus Pires Zamprogna e Mariana Mariah, companheiros que me incentivaram e tiveram papel fundamental no meu trabalho.

Ao Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), por me apoiar nesta jornada.

À minha orientadora, professora doutora Marli Everling, por me orientar desde o início com tanto carinho, todo o seu tempo dedicado a mim e sua confiança no meu trabalho.

Aos colegas de turma do Mestrado e especialmente a Daniela Bernardi e Jessica Almenau, a amizade, o carinho e o companheirismo nesse tempo que passamos juntos e que sempre fará parte das nossas vidas.

Aos professores do Mestrado em Design da Universidade da Região de Joinville (Univille) e aos que participaram da minha banca de qualificação e banca examinadora.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Caracterização da pesquisa	19
Figura 2 – Caracterização da pesquisa: detalhamento	20
Figura 3 – O autor ministrando a disciplina Projeto de Coleção I	28
Figura 4 – Características do perfil profissional do estudante de Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba	30
Figura 5 – Habilitações do profissional formado pelo Senai/Curitiba.....	32
Figura 6 – Eixos e unidades curriculares/disciplinas do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba.....	33
Figura 7 – Unidades curriculares/disciplinas: matriz curricular do CST em Design de Moda Senai/Curitiba	35
Figura 8 – Disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV: ementas e habilidades ...	47
Figura 9 – Modelo de fases de Bürdek.....	52
Figura 10 – Modelo de fases conforme Löbach.....	53
Figura 11 – Modelo de fases da Ideo	54
Figura 12 – Modelo de fases de Munari	55
Figura 13 – Modelo de fases de Bonsiepe	55
Figura 14 – Modelo de fases de Baxter	56
Figura 15 – Modelo de fases de Gomes.....	57
Figura 16 – Modelo de fases de Montemezzo.....	57
Figura 17 – Modelo de fases de Rech.....	58
Figura 18 – Modelo de fases de Treptow	59
Figura 19 – Modelo de fases de Jones.....	60
Figura 20 – Unidades curriculares/disciplinas e ementas de Projeto de Coleção I, II, III e IV da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba	63
Figura 21 – Professores (mediadores) e suas respectivas disciplinas do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba	64
Figura 22 – Professores (mediadores) do CST em Design de Moda na Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba.....	65
Figura 23 – Planejamento da metodologia de pesquisa aplicada ao estudo	68
Figura 24 – Intencionalidades do questionário e <i>workshops</i> 1, 2 e 3	69

Figura 25 – Professores (mediadores) das unidades curriculares/disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba.....	70
Figura 26 – Intencionalidades aplicadas à ferramenta: questionário.....	71
Figura 27 – Questionário aplicado aos professores das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	72
Figura 28 – Autores utilizados por professores da disciplina Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	73
Figura 29 – Autores das metodologias de moda e de <i>design</i> usados pelo professor em conjunto.....	74
Figura 30 – Fases aplicadas nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	76
Figura 31 – Temas trabalhados nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	77
Figura 32 – Planejamento dos <i>workshops</i>	78
Figura 33 – Roteiro do <i>workshop</i> 1.....	80
Figura 34 – Palavras-chave: ação que ocorre nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	81
Figura 35 – Temas e palavras-chave que ocorrem nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	82
Figura 36 – <i>Workshop</i> 1: professores e as etapas das disciplinas de Projeto de Coleção.....	84
Figura 37 – <i>Workshop</i> 1: temas e etapas relacionados pelos professores.....	85
Figura 38 – <i>Workshop</i> 1: etapas que se repetem em projetos posteriores.....	86
Figura 39 – <i>Workshop</i> 1: etapas restritas a um período da disciplina Projeto de Coleção.....	87
Figura 40 – Autores de moda e <i>design</i> apresentados nas disciplinas de Projeto de Coleção.....	89
Figura 41 – <i>Workshop</i> 1: resultado do mapa mental com todas as etapas das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	90
Figura 42 – Mapa mental com todas as etapas das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	91
Figura 43 – Disciplinas que aplicam interdisciplinaridade nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	92
Figura 44 – Futuras ações conjuntas das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	93

Figura 45 – Roteiro para o <i>workshop 2</i>	95
Figura 46 – Autores clássicos e contemporâneos de <i>design</i>	96
Figura 47 – Fases de um projeto de <i>design</i>	97
Figura 48 – Fases de um projeto de <i>design</i> : agrupamento por fases.....	98
Figura 49 – Síntese visual das fases.....	99
Figura 50 – Conceito de macroestruturas	100
Figura 51 – Estrutura de macro e microestruturas para as disciplinas de Projeto de Coleção	102
Figura 52 – Competências e habilidades para a disciplina de Projeto de Coleção I, II, III e IV.....	104
Figura 53 – Capacidades técnicas e capacidades sociais, organizativas e metodológicas pertinentes à unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção	106
Figura 54 – Roteiro do <i>workshop 3</i>	107
Figura 55 – Convite para o <i>workshop 3</i>	108
Figura 56 – Professores do CST em Design de Moda no <i>workshop 3</i>	110
Figura 57 – Divisão dos grupos: rodada 1	111
Figura 58 – Divisão dos grupos: rodada 2.....	111
Figura 59 – Divisão dos grupos: rodada 3.....	112
Figura 60 – Inclusão de novas capacidades sociais.....	113
Figura 61 – Inclusão de novas capacidades organizativas	113
Figura 62 – Inclusão de novas capacidades metodológicas.....	114
Figura 63 – Inclusão de novas capacidades mercadológicas.....	115
Figura 64 – Reorganização dos grupos: rodada 3.....	115
Figura 65 – Síntese visual das capacidades	116
Figura 66 – Atividade do <i>workshop 1</i>	118
Figura 67 – Organização dos métodos projetuais das disciplinas de Projeto de Coleção	120
Figura 68 – Atividade do <i>workshop 3</i>	121
Figura 69 – Roteiro para validação dos professores	123
Figura 70 – Roteiro de perguntas para validação dos professores	123

LISTA DE SIGLAS

Abit	Associação Brasileira da Indústria Têxtil
ABDI	Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial
Abepem	Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda do Brasil
CDI	Conselho de Desenvolvimento Industrial (órgão do Ministério da Indústria e Comércio)
CNE	Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior
CST	Curso Superior de Tecnologia
Fiep	Federação das Indústrias do Estado do Paraná
ICSID	International Council of Societies of Industrial Design
IES	Instituto de Ensino Superior
MBA	Mestrado em Administração de Negócios
MEC	Ministério da Educação
PDI	Plano de Desenvolvimento Institucional
PPC	Projeto Pedagógico do Curso
PPGDesign	Programa de Pós-Graduação em Design
Senai	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
Unesco	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
Univille	Universidade da Região de Joinville

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL EM <i>DESIGN</i> DE MODA: DO CENÁRIO BRASILEIRO AO SENAI/CURITIBA	24
1.1 CONFIGURAÇÃO DO CENÁRIO BRASILEIRO	24
1.2 CONTEXTO SENAI.....	26
1.2.1 CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba	27
1.2.2 O Senai/Curitiba na formação superior em Design de Moda	29
1.3 A METODOLOGIA POR COMPETÊNCIAS NA FORMAÇÃO DO <i>DESIGNER</i> DE MODA	37
2 AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO E POSSIBILIDADES DE INTEGRAÇÃO ENTRE MODA E <i>DESIGN</i>	41
2.1 A INTEGRAÇÃO ENTRE MODA E <i>DESIGN</i> NO PROCESSO EDUCACIONAL.....	41
2.2 PERCEPÇÕES ASSOCIADAS AO SETOR DA MODA.....	43
2.3 A IMPORTÂNCIA DAS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO	44
2.4 AS POSSIBILIDADES DE INTEGRAÇÃO ENTRE MODA E <i>DESIGN</i> NAS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO.....	48
2.5 METODOLOGIAS E MACROESTRUTURAS PROJETOVAIS	50
2.5.1 Bernhard Bürdek.....	52
2.5.2 Bernd Löbach	53
2.5.3 Tom Kelley e Tim Brown (Ideo)	53
2.5.4 Bruno Munari	54
2.5.5 Gui Bonsiepe	55
2.5.6 Mike Baxter	56
2.5.7 Luiz Vidal N. Gomes	56
2.5.8 Maria Celeste de Fátima Sanches Montemezzo	57
2.5.9 Sandra Rech	58
2.5.10 Doris Treptow	59

2.5.11 Sue Jenkyn Jones	60
3 CONSIDERAÇÕES ACERCA DA PARTICIPAÇÃO DA EQUIPE DO CST EM DESIGN DE MODA NO MODELO PROJETUAL FOCO DESTE RELATO.....	62
3.1 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO DE CAMPO	62
3.2 <i>WORKSHOP</i> COMO ESTRATÉGIA DE COLETA/COMPARTILHAMENTO DAS EXPERIÊNCIAS DE PROFESSORES EM SALA DE AULA	66
3.3 DETALHAMENTO DA ETAPA PARTICIPATIVA DO ESTUDO DE CAMPO: ESCOLHA DOS INSTRUMENTOS – DESENHO DA ESTRUTURA DE PESQUISA	67
3.4 QUESTIONÁRIO	69
3.4.1 Preparação e aplicação.....	69
3.4.2 Da condução às descobertas do questionário	73
3.5 <i>WORKSHOPS</i>	78
3.5.1 <i>Workshop 1</i>	79
<u>3.5.1.1 <i>Workshop 1: preparação</i></u>	<u>79</u>
<u>3.5.1.2 Da condução às descobertas do <i>workshop 1</i></u>	<u>80</u>
3.5.2 <i>Workshop 2</i>.....	94
<u>3.5.2.1 <i>Workshop 2: preparação</i></u>	<u>94</u>
<u>3.5.2.2 Da condução às descobertas do <i>workshop 2</i></u>	<u>95</u>
3.5.3 <i>Workshop 3</i>.....	103
<u>3.5.3.1 <i>Workshop 3: preparação</i></u>	<u>103</u>
<u>3.5.3.2 Da condução às descobertas do <i>workshop 3</i></u>	<u>108</u>
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E SÍNTESE DO MODELO PROJETUAL PROPOSTO PARA AS DISCIPLINAS de PROJETO DE COLEÇÃO DO CST DO SENAI/CURITIBA	117
4.1 DISCUSSÃO DO RESULTADOS	117
4.2 MODELO PROJETUAL PROPOSTO PARA AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO DO CST DO SENAI/CURITIBA.....	119
4.3 VALIDAÇÃO DO MODELO PROJETUAL PROPOSTO PARA AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO DO CST DO SENAI/CURITIBA.....	122

4.4 <i>FEEDBACK</i> DOS PROFESSORES ACERCA DA EXPERIÊNCIA CONDUZIDA	127
CONSIDERAÇÕES FINAIS	129
REFERÊNCIAS.....	133
GLOSSÁRIO.....	141
ANEXOS	143
ANEXO 1 – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA.....	144
ANEXO 2 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO I	147
ANEXO 3 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO II	148
ANEXO 4 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO III ...	149
ANEXO 5 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO IV ...	150
APÊNDICES	151
APÊNDICE 1 – MATERIAL 1 DE APOIO AO <i>WORKSHOP</i> 3	152
APÊNDICE 2 – MATERIAL 2 DE APOIO AO <i>WORKSHOP</i> 3	153

RESUMO

Este estudo propõe *organizar as estruturas* das metodologias aplicadas nas *disciplinas de Projeto de Coleção* do Curso Superior de Tecnologia (CST) em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai)/Curitiba, com base nos fundamentos do *design* e na *participação do corpo docente*. Com a implementação de cursos de Design de Moda no nível superior, o desafio para o ensino é formar um profissional com as *competências* demandadas pelo mundo do trabalho, desenvolvendo nesse aluno uma forma de pensar e atuar condizente com o cenário atual. Os objetivos que orientaram o desenvolvimento da proposta foram discutir e conceber uma estrutura transversal para a disciplina de Projeto de Coleção identificando, selecionando, analisando e confrontando as metodologias de *design* para então obter o resultado do estudo: uma organização na estrutura projetual dividida em *macro e microestruturas para o produto do vestuário*. A metodologia utilizada divide-se em quatro fases: 1) *analisar, identificar*, que contempla a fundamentação teórica; 2) *definir e criar*, que abrange a análise de dados e o mapeamento de metodologias do *design*; 3) *idealizar e elaborar*, que se refere à organização das estruturas ao processo de *design* de moda no CST em Design de Moda por meio de procedimentos como questionário e *workshop* em uma abordagem participativa; 4) *validar*, cujo propósito é ratificar a organização da estrutura metodológica sugerida. O resultado obtido consistiu na organização de uma estrutura projetual para as disciplinas de Projeto de Coleção do CST do Senai/Curitiba.

Palavras-chave: metodologia; moda e *design*; projeto de coleção.

ABSTRACT

This study aims to organize the structures of the methodologies applied to the design disciplines of fashion collection of the Technology Course in Fashion Design at the Technology College SENAI / Curitiba, from the fundamentals of Design and participation of the faculty. With the implementation of the fashion design courses at College level, the challenge for education is to train professionals with the skills demanded by the market, developing a way of thinking and performing according to the current scenario. The objectives that guided the development of the proposal were to discuss and design a cross-structure for the discipline of collection project, identifying, selecting, analyzing and comparing the design methodologies as to get the result of this study: an organization in the projectual structure, divided into macro- and micro-structures for the clothing product. The methodology used was divided into four phases: 1) analyze and identify, which includes the theoretical foundation; 2) define and create, which covers data analysis and mapping methodologies of Design; 3) idealize and elaborate which refers to the organization of structures in the fashion design process using tools such as questionnaire and workshop in a participatory approach; 4) validate, which aims to ratify the organization of the proposed methodology structure. The obtained result consists in organizing an architectural design framework for the design disciplines of College education at SENAI / Curitiba.

Keywords: methodology; fashion and design; collection project.

INTRODUÇÃO

A moda e o *design* são atualmente fatores estratégicos para a competitividade das empresas do setor têxtil e de confecção mundial. Segundo Marcelo Prado, diretor do Instituto de Estudos de Marketing Industrial, esse é um setor dinâmico com grande potencial de crescimento, diferentemente de outros setores maduros e estagnados. As empresas que agora enfrentam mercados globalizados estão exigindo maior desempenho dos profissionais do mercado (*apud* SENAI, 2015).

A Faculdade de Tecnologia do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) de Curitiba tem como principais objetivos o desenvolvimento de competências para o setor industrial da região de sua atuação e a promoção de educação de alto nível. No processo pedagógico vivenciado pelo autor desta pesquisa, há o contato diário com a metodologia Senai de formação profissional com base em competências, visando atualizar conhecimentos, que, por sua vez, geram competências e habilidades de acordo com a demanda do mercado.

Assim, com o intuito de discutir as práticas pedagógicas nas disciplinas de Projeto de Coleção e propor um estudo transversal da abordagem projetual, a presente investigação inseriu-se no contexto do Curso Superior de Tecnologia (CST) em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba, coordenado pelo autor desta pesquisa/estudo, o qual ministra a disciplina Projeto de Coleção 1.

As disciplinas de Projeto de Coleção têm como objetivo capacitar o estudante a desenvolver projetos de moda de caráter técnico compreendendo todas as etapas da metodologia projetual¹, bem como estimular sua capacidade criativa no que diz respeito à produção criativa de coleções viáveis, funcionais, sustentáveis e de acordo com a realidade do seu segmento de mercado e seu público-alvo.

¹ Em uma compreensão alinhada com Fascioni (2007, p. 21), para quem a metodologia projetual abrange etapas, técnicas e procedimentos próprios para o desenvolvimento de projetos de *design*, e com Freitas, Coutinho, Waechter (2013), que compreendem a metodologia projetual como um conjunto de procedimentos para o desenvolvimento de produtos que inclui métodos (o caminho pelo qual se atinge o objetivo), técnicas (como habilidade para execução de determinada ação ou produtos), e ferramentas (como instrumentos ou utensílios empregados no cumprimento dessa ação). Tal definição está em sincronia com o entendimento de Thiollent (2004, p. 26), que considera a metodologia em um nível mais aplicado, contribuindo com o controle de técnicas e procedimentos adotados ao longo da pesquisa/do projeto.

Para a capacitação do estudante, no CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba, a metodologia de formação por competências abrange os eixos de conhecimento estruturados no Projeto Pedagógico do Curso. Tais eixos regem as disciplinas do curso e, entre elas, as de Projeto de Coleção.

Ao observar o ensino do *design* de moda na Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba e também por integrar a equipe ministrando aulas de Projeto de Coleção ao longo dos anos, percebeu-se a utilização de procedimentos de desenvolvimento de produtos de moda, porém muitos deles apresentam estagnação e nem sempre atingem os objetivos finais na concepção do produto, tendo em vista a constante modificação do contexto socioeconômico.

Ao propor a discussão a respeito das abordagens de desenvolvimento de produtos de moda com base em parâmetros de *design*, ansiou-se qualificar a aprendizagem orientada para o desenvolvimento das competências gerando novas possibilidades e soluções para os desafios que a indústria da moda enfrenta em seu dia a dia. Essa abordagem acredita que as práticas educacionais devem ser constantemente atualizadas, para que o estudante esteja apto a criar e a desenvolver produtos de moda compatíveis com a realidade do mercado em que atuará como *designer* de moda.

Nesse contexto, surge a questão que configura a problemática da pesquisa: *Como arquitetar (de forma participativa) uma estrutura projetual orientada para as disciplinas de Projeto de Coleção?*

Fundamentado na questão levantada, o *objetivo geral* deste estudo é conceber, com a equipe docente do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba, uma estrutura projetual transversal para as disciplinas de Projeto de Coleção e alicerçada em metodologias do *design* aplicáveis ao desenvolvimento de produtos de moda no contexto educacional do Senai/Curitiba e à estrutura pedagógica do CST em Design de Moda.

Nesse sentido, os *objetivos específicos* consistem em: *identificar* as metodologias de *design* de autores específicos e aquelas utilizadas nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba; *selecionar, analisar e confrontar* as metodologias de *design* provenientes de autores e das práticas projetuais em sala de aula, identificando as que são aplicáveis ao processo de desenvolvimento do produto de moda; e, por último, *propor* uma estrutura projetual para o produto vestuário que

considere o uso flexível de várias ferramentas (cuja estrutura será aplicada nas disciplinas de Projeto de Coleção), *validando-as* por parte dos professores do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba.

Dessa forma, como resultado deste estudo, pretende-se que ao final do curso o estudante esteja apto a enfrentar desafios e sugerir soluções no que tange ao produto de moda e a sua interface com o processo produtivo, o mercado, a sociedade e o meio ambiente. Espera-se, com isso, contribuir para o desenvolvimento do setor têxtil e de confecção, por meio de práticas pedagógicas nas disciplinas de Projeto de Coleção direcionadas aos estudantes de Design, apoiadas em métodos² e ferramentas estruturadas que melhor se adaptem ao desenvolvimento de produtos de moda.

O tema de interesse e a relevância deste trabalho originam-se da própria vivência do autor *in loco*, durante as aulas ministradas na disciplina Projeto de Coleção I no período de 2012 a 2015 no CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba. Também derivam das observações realizadas no decorrer do percurso acadêmico e profissional na coordenação do curso superior desde 2012.

A escolha desse tema visa à elaboração de um instrumento sólido, com bases teórico-práticas e na participação da equipe docente, que possa contribuir para a preparação de um profissional alinhado com os desafios atuais da indústria da moda na confecção de produtos.

Encontra-se aqui a oportunidade de tratar de um tema cuja relevância transcende a aplicação do método projetual. Uma vez que se atinge esse objetivo, há também a intenção de readequar as práticas pedagógicas³, de promover maior interação entre professores e, conseqüentemente, em todo o curso, por intermédio da interdisciplinaridade⁴ que o projeto de moda evoca nas suas etapas. As

² “Aqui compreendido como designação que se atribui a um conjunto de procedimentos racionais, explícitos e sistemáticos, postos em prática para se alcançar enunciados e resultados teóricos ou concretos ditos verdadeiros, de acordo com algum critério que se estabeleça como verdade” (CIPINIUK; PORTINARI, 2006, p.17).

³ As práticas pedagógicas são a realização cotidiana das ações planejadas pelo professor. O contato entre professores e alunos, ao lado das concepções que esses professores têm sobre seus alunos e sobre como se constitui o conhecimento, vai promover a recriação no dia a dia das ações previstas no planejamento escolar (SENAI, 2013).

⁴ Caracteriza-se por uma abordagem que articula diferentes campos do conhecimento e práticas profissionais, possibilitando o intercâmbio entre ambos. Uma ação educativa interdisciplinar favorece a flexibilidade curricular, pois rompe com a visão fragmentada e contribui com o enriquecimento da prática pedagógica e com o desenvolvimento de pesquisas e projetos integradores (SENAI, 2013).

disciplinas projetuais são fundamentais nessa abordagem, pois nelas se desenvolvem habilidades resultantes de experiências, de ordens prática e teórica.

Ainda, quanto à prática pedagógica, intenciona-se por meio deste estudo contribuir para o desenvolvimento de competências e habilidades necessárias ao profissional de moda. Considera-se que com base neste estudo o docente poderá propor atividades que oportunizem o desenvolvimento de competências e habilidades e perceber em que situações elas podem ser aperfeiçoadas.

Entende-se que é no ambiente educacional que ferramentas e métodos trazem também valores e princípios a se somar às competências do futuro *designer*. Atendendo a recomendações do Programa de Pós-Graduação em Design (PPGDesign) da Universidade da Região de Joinville (Univille), a pesquisa também tem relevância ao ver o ambiente educacional do Senai/Curitiba como um espaço de aprendizagem que visa contribuir com a qualificação do processo projetual na indústria da moda, cooperando indiretamente com a profissionalização do setor e com a migração de conhecimento para o setor produtivo.

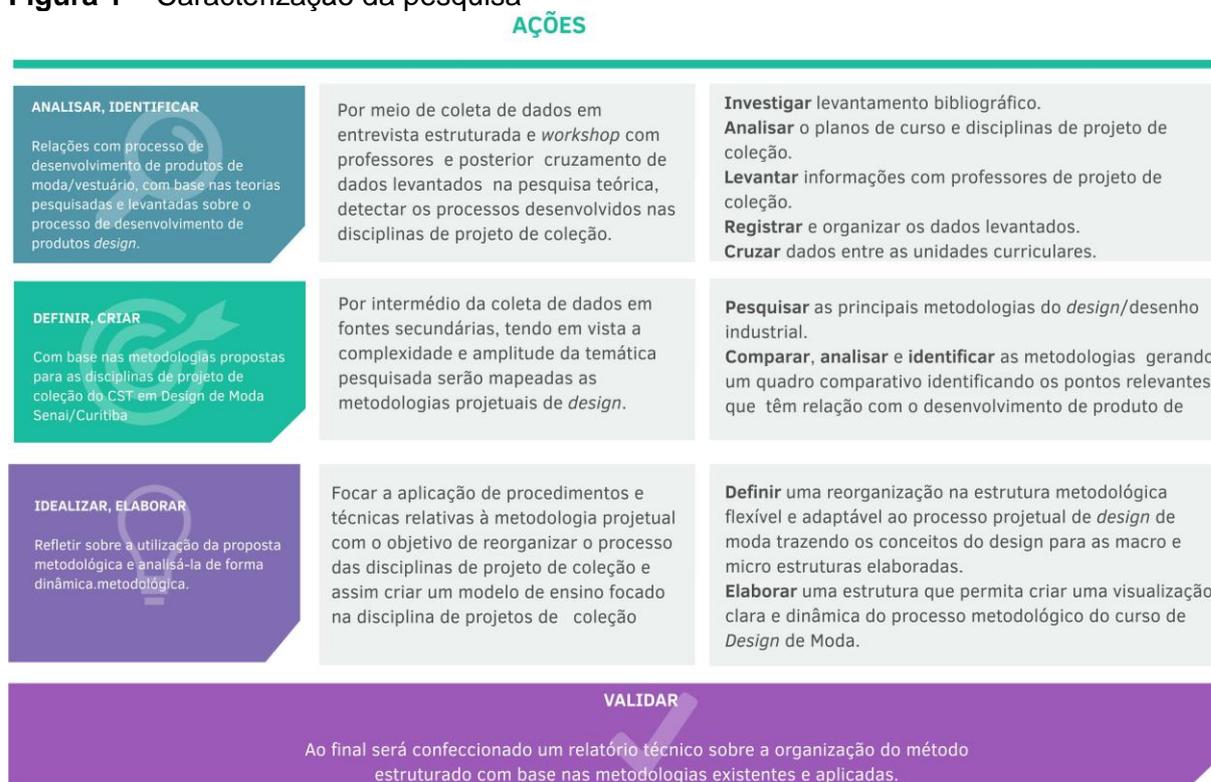
Para que as intenções deste trabalho aconteçam, a *metodologia de pesquisa* transforma-se no seu pilar. Segundo Creswell (2010, p. 41), “a escolha dos métodos vai depender da intenção de se especificar o tipo de informação a ser coletada antes do estudo ou permitir que ela surja dos participantes do projeto”. Em um nível macroclassificatório associado às ciências sociais, a pesquisa caracteriza-se como exploratória e, num nível mais delineado, os procedimentos são vinculados ao estudo de campo. Em termos de envolvimento do pesquisador na investigação, sua participação está mais próxima da pesquisa-ação.

De acordo com Gil (2010), pesquisa exploratória tem a intenção de familiarização ou aproximação com o problema. Já o estudo de campo é caracterizado pelo aprofundamento das questões propostas e apresenta grande flexibilidade, possibilitando até mesmo a reformulação dos objetivos ao longo da pesquisa. Além disso, valoriza o caráter imersivo do pesquisador na realidade da investigação e utiliza procedimentos como observação das atividades do grupo, entrevistas e interpretações conjugados com outros, como análise de documentos, filmagem e fotografias (neste estudo, inclui-se o *workshop* como procedimento no intuito de favorecer a imersão na realidade do grupo de trabalho). Para Thiollent (2005), a pesquisa-ação é planejada e desenvolvida com vistas a uma ação ou à

resolução de um desafio coletivo que envolve participantes e pesquisadores em termos cooperativos e participativos.

Em um nível mais delimitado, a pesquisa insere-se no CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba. Observam-se quatro fases distintas de pesquisa exploratória referentes ao método de pesquisa. Usam-se para determinar cada fase da pesquisa os verbos *analisar* e *identificar*, *definir* e *criar*, *idealizar* e *elaborar* e *validar*, apresentados na figura 1.

Figura 1 – Caracterização da pesquisa



Fonte: Primária

Na sequência, os procedimentos que caracterizam a pesquisa estão sistematizados e nomeados de acordo com os eixos do conhecimento, que por sua vez estão divididos em quatro fases principais, permitindo que os dados levantados tornem o estudo consistente à medida que avança, esclarecendo as questões definidas na sua problematização e atingindo o objetivo proposto. A figura 2 mostra a caracterização da pesquisa, dividida nas quatro fases, nomeadas e detalhadas.

Figura 2 – Caracterização da pesquisa: detalhamento



Fonte: Primária

A primeira fase, analisar e identificar, que contempla a fundamentação teórica, agrupa os subsídios teóricos acerca dos temas que sustentam a compreensão do *design*, da moda e de práticas pedagógicas. Por meio da pesquisa qualitativa, com questionário aplicado e *workshop* 1, ainda na primeira fase, são levantados os dados que se relacionam com as práticas projetuais adotadas por professores das disciplinas de Projeto de Coleção do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba.

Os procedimentos usados na pesquisa têm como fio condutor o estado da arte, para que a compreensão da importância do processo de aprendizagem e das práticas pedagógicas em sala de aula se torne relevante para a atuação do *designer* de moda. A pesquisa revisa temas-chave fundamentada na seleção de livros e demais publicações científicas que se relacionam com os objetivos da pesquisa. Esses temas abrangem moda, *design* e ensino. Foram escolhidos para a temática moda os autores Jones (2005), Montemezzo (2003), Treptow (2013), Rech (2002) e Pires (2008), os quais discutem o *design* de moda no campo acadêmico. Já para a abordagem do *design* foram revisados autores relevantes da área, como Bürdek (2010), Löbach (2001), Bonsiepe (1984), Munari (1981), Baxter (2011), Kelley e Littman (2001), Ideo⁵ (2009) e Gomes (2001; 2011). Para o ensino/a aprendizagem, selecionaram-se como temática de pesquisa a aprendizagem, seu processo e as práticas pedagógicas contextualizadas no ambiente Senai, e Machado (2002 *apud* SENAI, 2013) foi citado nos documentos norteadores das publicações sobre a metodologia Senai de educação profissional.

Após decidir sobre as bibliografias, realiza-se o levantamento de dados por meio de pesquisa descritiva, com a utilização de *workshops*. O *workshop* 1 intenciona averiguar os dados acerca das práticas pedagógicas utilizadas pelo grupo de professores nas disciplinas de Projeto de Coleção trazendo informações aos professores, por meio de mapa mental, sobre os métodos aplicados em sala de aula. O mapa mental, resultado do *workshop* 1, subsidia a criação das macroestruturas projetuais que integram a etapa 2 (definir e criar), alinhando-as com o objetivo deste estudo e permitindo o avanço rumo ao resultado esperado.

A fase seguinte, denominada definir e criar, abrange a análise de dados, imprescindível para a ação que conduz aos resultados. Propõe mapear as metodologias do *design*, selecionar autores e fazer o cruzamento de dados, para que então se criem as macroestruturas projetuais que vão compor a estrutura projetual a ser utilizada por professores e estudantes do Senai/Curitiba nas disciplinas de Projeto de Coleção. A análise e o cruzamento desses dados dão suporte para a fase seguinte, em que é necessário considerar as ferramentas que vão compor a formatação da microestrutura. Nessa fase o *workshop* 2 identifica e organiza os dados oriundos do *workshop* 1 que são utilizados nas disciplinas de

⁵ Empresa norte-americana de *design* de muito sucesso, por conta do reconhecimento internacional dos produtos desenvolvidos.

Projeto de Coleção. Por fim, o *workshop* 3 tem por finalidade identificar quais capacidades são importantes para que o estudante, durante seu processo de formação, receba desafios e atividades que correspondam às disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV.

Com base na escolha dos autores do *design* gerada na fase anterior, a etapa idealizar e elaborar refere-se à organização das estruturas do processo de *design* de moda no CST em Design de Moda. As macroestruturas são desdobradas em microestruturas, adaptáveis ao processo projetual do *design* de moda.

A última fase, denominada validar, tem como propósito ratificar a organização da estrutura metodológica sugerida na pesquisa. Somado a isso, apresenta-se o relatório técnico com os resultados obtidos. Uma vez que se pretende chegar a uma organização da estruturação para aplicação em design de moda, conforme o objetivo proposto, a fase de validação foi realizada com os professores do curso.

Quanto a sua estruturação, este documento consiste em um relatório técnico⁶ e foi estruturado em seis capítulos, que, em sequência, expõem o desenvolvimento do trabalho.

O capítulo 1 descreve o *design* de moda no cenário brasileiro até chegar ao Senai/Curitiba, apresentando a Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba e o curso de Design de Moda, bem como conceitos gerais sobre *design* de moda. O ensino é abordado por um recorte do processo de aprendizagem, destacando as práticas pedagógicas contextualizadas na metodologia Senai por competências e eixos de conhecimento.

Nesse mesmo contexto, o capítulo 2 trata da disciplina Projeto de Coleção e sua integração com moda e *design*. Finalmente são citados os autores que fundamentam a pesquisa.

O capítulo 3 é concernente à delimitação que conduziu o estudo de campo: a Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba, o curso de Design de Moda, a unidade curricular/disciplina⁷ Projeto de Coleção e os professores da unidade curricular/disciplina.

⁶ Optou-se por relatório técnico para colocar ênfase no processo de desenvolvimento e pela intenção de utilizar uma apresentação objetiva e sintética dos temas, evidenciando sempre aspectos que pudessem contribuir com a solução proposta. Por esse motivo, algumas questões são fundamentadas principalmente na documentação do Senai/Curitiba.

⁷ Para o Senai/Curitiba, conforme documentos norteadores do curso, compreende-se unidade curricular a unidade pedagógica que compõe o currículo e é constituída, numa visão interdisciplinar,

O capítulo 4 relata a etapa participativa do estudo de campo realizada com a equipe de professores do curso de Design de Moda do Senai/Curitiba. Detalham-se também aqui as ações e o desenvolvimento do trabalho com base nos dados levantados, a respeito das metodologias do *design*, de autores e de práticas projetuais no ambiente de sala de aula vivenciadas por professores do Senai/Curitiba ao ministrar as disciplinas de Projeto de Coleção.

O capítulo 5 discorre sobre os resultados e, por fim, o capítulo 6, ou seja, as considerações finais, fecha o trabalho de pesquisa apontando as principais contribuições, limitações e possibilidades futuras.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL EM *DESIGN* DE MODA: DO CENÁRIO BRASILEIRO AO SENAI/CURITIBA

De acordo com o projeto pedagógico do CST em Design de Moda, ambiciona-se fomentar uma nova geração de *designers* de moda que venha a atuar de maneira inovadora no segmento de moda e que perpetue os conceitos e as atitudes voltados ao aumento da competitividade das empresas.

Para isso, investigar o contexto social em que o *designer* está inserido, a atuação desse profissional na área da moda e sua formação por intermédio da metodologia por competências é o caminho indispensável para gerar perspectivas para a sua formação. O capítulo fala do processo de aprendizagem e das práticas pedagógicas pela metodologia Senai, por competências na formação do *designer* de moda, como um meio para atingir as competências necessárias à preparação do estudante.

O presente estudo insere-se no contexto do ensino/da aprendizagem do curso superior em Design de Moda do Senai de Curitiba, uma instituição de ensino superior que contribui para as mudanças estruturais imprescindíveis ao setor do vestuário e para o conseqüente aumento de sua competitividade em benefício da economia do país (SENAI, 2014, p. 7).

Para compreender o contexto no qual a pesquisa está localizada, este capítulo aborda o cenário da formação em moda no Brasil e a formação superior em Design de Moda no CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba, que tem como foco o desenvolvimento das competências e habilidades por meio das práticas pedagógicas para a preparação do aluno que atuará na indústria.

1.1 CONFIGURAÇÃO DO CENÁRIO BRASILEIRO

O *design* de moda, uma das modalidades de ensino do *design*, é recente no Brasil e compreende espaços e oportunidades de pesquisa. Pires (2002) explica que, antes da década de 1980, sem cursos superiores em Moda, muitos se profissionalizaram nessa área como autodidatas, enquanto outros viajavam para o exterior no intuito de buscar conhecimento.

Nos anos 80 (século XX) ocorreram grandes mudanças na economia, que sinalizava a necessidade de medidas urgentes diante da crise. Nesse cenário, houve movimentos no setor têxtil e de confecção para a criação dos primeiros cursos Técnicos no Brasil. Assim, iniciou-se no país a formalização da formação na área, com o surgimento dos primeiros cursos Técnicos para costureiros e modelistas (DULCI, 2013, p. 1).

A partir de então, o Brasil passou a contar com cursos na área de moda, qualificando estudantes também ao nível da graduação: “Considera-se que o primeiro curso criado no país foi o da Faculdade Santa Marcelina em 1987, mas somente em 2002 a moda passou a ser considerada pelo Ministério da Educação (MEC) como um conteúdo curricular específico do *design*” (SOUZA, 2010, p. 2).

Nessa perspectiva do ensino superior emergiu o *designer* de moda, caracterizado como um profissional que cria e é capaz de reger o complexo mecanismo da indústria da moda. Capitais como São Paulo e Rio de Janeiro inauguraram seus primeiros cursos profissionalizantes no Brasil na década de 1980 (PIRES, 2002).

Nos anos 1990, com a participação da iniciativa privada na área da educação, os cursos superiores de Moda foram criados, para atender à crescente urbanização, à industrialização e às demandas do setor (SOUZA, 2010).

No século XXI, a formação em Moda oferecida pela maioria das instituições brasileiras de ensino superior que possuem cursos em Design de Moda passou a ser norteada pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design¹, documento que, de acordo com Souza (2010, p. 2), “influenciou diretamente a conformação dos projetos pedagógicos da área, levando ainda a um processo de ajuste dos cursos criados anteriormente, de modo a manterem o direito de funcionar e conquistarem reconhecimento social”.

Em 2004, deu-se a ampliação dos cursos superiores de Moda, tendo como um dos fatores o aquecimento da economia do período, que oportunizou a instalação de novas indústrias de fiação, têxteis e de confecção de vestuário. Essa situação gerou um impacto no cenário em que os cursos profissionalizantes estavam inseridos, promovendo a aproximação entre indústria e instituições de ensino, como aconteceu com o Senai/Curitiba, foco deste estudo.

¹ Consolidadas na Resolução CNE/CES n.º 5, de 8 de março de 2004 (SOUZA, 2010, p. 2).

Atualmente, o Catálogo Superior de Ensino Tecnológico possui 113 títulos profissionais divididos em 13 eixos tecnológicos. Ele foi instituído pelo Decreto n.º 5.773, de 9 de maio de 2006, como um guia para estudantes, educadores, instituições ofertantes, sistemas e redes de ensino, entidades representativas de classes e empregadores (BRASIL, 2006) e é dividido por área de concentração. Os cursos de Moda estão inseridos no eixo Produção Cultural e Design e são denominados de Design de Moda.

O ensino superior tecnológico é atualmente considerado uma tendência no Brasil. Seu crescimento rápido deve-se, principalmente, às necessidades de mercado, que demandam formação rápida de profissionais habilitados para funções específicas. No ano de 2009, o Ministério da Educação (MEC) consultou as instituições de ensino superior (IES) sobre a proposta de alinhamento da nomenclatura de vários cursos superiores tecnológicos, sugerindo a denominação de Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda (FERRAZ, 2015).

Segundo dados do MEC (BRASIL, 2014), têm-se hoje no Brasil cerca de 175 instituições de ensino que ofertam cursos na área de moda. Juntas, elas ofertam 236 cursos, entre eles Técnicos, Tecnológicos, Bacharelados, Especializações, Mestrado em Administração de Negócios (MBAs), Mestrados e Doutorados. Os estados brasileiros que oferecem maior número de escolas são, em primeiro lugar, São Paulo e, em segundo, Minas Gerais, ambos na região Sudeste do Brasil. A Região Sul vem na sequência, com um número também razoável de instituições (44).

Bonsiepe (2011), ao discorrer acerca de uma análise mais ampla a respeito do *design*, salienta que a profissão levou muito tempo para progredir até o campo reflexivo e sua teoria é importante nas unidades curriculares/disciplinas, permitindo pontos de vista que se somam à discussão.

1.2 CONTEXTO SENAI

A oferta de cursos superiores de Moda associada ao aquecimento da economia, a partir de 2004, contribuiu para a ampliação do parque industrial da área têxtil e impactou o cenário educacional em um círculo virtuoso que afetou o Senai/Curitiba, por meio do aumento da demanda da indústria em relação à profissionalização do setor do vestuário. Coube à instituição rever o perfil do

profissional em formação e a metodologia de ensino proposta, enfocando numa aproximação entre Senai/Curitiba e a indústria.

Segundo Aguiar (2015), o Paraná conta com 14 cursos, sendo seis Bacharelados e oito tecnólogos. Nisso se inclui o Senai/Curitiba, que oferece o CST em Design de Moda, criado em 2012, o foco deste estudo.

Os desafios e as novas expectativas das empresas que enfrentam mercados globalizados e exigem um desempenho maior dos profissionais fazem com que a educação profissional fique atenta a essas transformações e preparem esse profissional para novas necessidades do mercado. O grande desafio é acertar na profissionalização do *designer*, que precisa de competências e habilidades para promover mais competitividade. Nesse contexto, a educação tem importância social e deve estar em sinergia com as empresas para uma maior articulação do ensino do *design* e de sua aplicação prática mediante estudos de casos, experimentações e projetos realizados conforme o dia a dia da empresa (SENAI, 2015).

Ressalta-se que profissionais que vão enfrentar o mercado de trabalho devem ter sólida formação geral e educação profissional, e não ser apenas executores de tarefas, mas profissionais pensantes e flexíveis. Já as instituições de ensino precisam cada vez mais formar alunos capazes de fazer a integração entre a teoria e a aplicação na prática (SENAI, 2015).

1.2.1 CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba

O CST em Design de Moda proposto pelo Senai/Curitiba está focado no desenvolvimento de competências e habilidades que abrangem a inovação, o desenvolvimento de produtos, a visão de oportunidades comerciais e sua interface na produção, além do entendimento da moda como negócio e da flexibilidade de atuação em cenários competitivos (SENAI, 2015).

O curso está constituído da seguinte forma: três anos de duração com carga horária de 2.280 horas (sendo 2.100 horas obrigatórias, somadas a 120 horas de Trabalho de Conclusão de Curso – TCC – e 60 horas de Atividades Complementares). O CST em Design de Moda tem aproximadamente 120 alunos, distribuídos em três turmas. É ofertado em regime semestral, com processo seletivo anual e 44 vagas, no período noturno.

A origem deste estudo está na disciplina Projeto de Coleção (primeiro período) do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba, ministrada pelo autor da presente pesquisa (figura 3). Ela foi inicialmente escolhida como objeto de estudo em função das potencialidades para a interdisciplinaridade², considerando as outras disciplinas do período e do curso, e pela intenção de abordar metodologias³ e estruturas projetuais de *design* que pudessem ser associadas aos procedimentos para o desenvolvimento de produtos de vestuário. Entretanto, em virtude da atividade de coordenação do CST em Design de Moda, que também é desempenhada pelo autor deste relatório técnico, ao longo das primeiras etapas de pesquisa, percebeu-se a oportunidade de ampliar o estudo de campo⁴ para o eixo das disciplinas projetuais do curso, no intuito de coordenar ações e atividades dessas disciplinas em uma abordagem progressiva (observando o ciclo) e, sobretudo, participativa, levando em conta a participação dos professores.

Figura 3 – O autor ministrando a disciplina Projeto de Coleção I



Fonte: Primária

² Conforme documento escrito pelo Departamento Nacional de Educação Profissional do Senai, a interdisciplinaridade caracteriza-se por uma abordagem que articula diferentes campos do conhecimento e práticas profissionais. A ação educativa interdisciplinar favorece a flexibilidade curricular, pois rompe com a visão fragmentada e contribui para o enriquecimento da prática pedagógica com o desenvolvimento de pesquisas e projetos integradores (SENAI, 2013).

³ Aqui não considerada no contexto da epistemologia ou da filosofia da ciência, mas em um nível mais aplicado, ou como estratégia de pesquisa ou ação, que, de acordo com Thiollent (2004, p. 26), contribui para o controle de técnicas e procedimentos adotados ao longo da pesquisa, ou, no caso deste estudo, do projeto.

⁴ De acordo com Gil (2010), é caracterizado pelo aprofundamento das questões propostas e apresentam grande flexibilidade, possibilitando até mesmo a reformulação dos objetivos ao longo da pesquisa. Inclui-se entre os procedimentos a análise de documentos.

1.2.2 O Senai/Curitiba na formação superior em Design de Moda

De acordo com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), em 2012 o Senai/Curitiba iniciou a implantação do CST em Design de Moda na cidade de Curitiba (PR) (SENAI, 2014). Parte da documentação de estruturação do curso (SENAI, 2014; 2015) fundamenta este estudo, que está orientado para a geração de novas possibilidades de preparação do estudante, considerando o processo de desenvolvimento de produtos de moda de forma contextualizada com o dinamismo requerido pela indústria da moda.

A atuação do autor deste relatório técnico no Senai/Curitiba como coordenador do CST em Design de Moda desde 2012 permitiu uma compreensão mais apurada das dinâmicas (e dos desafios) de ensino e aprendizagem nesse contexto por meio das atividades e interações inerentes ao cargo e das reuniões de alinhamento com a equipe de professores. Salienta-se que a conduta da equipe pedagógica da referida instituição se pauta no desenvolvimento das competências; são aplicados desafios, problemas e situações orientados para o aluno e para o modo de captação e apreensão do conteúdo (SENAI, 2015).

De acordo com o PDI do Senai/Curitiba, visa-se à preparação de profissionais que atuem com mais autonomia e sejam capazes de solucionar problemas, além de fazer de sua autoformação um aprendizado constante (SENAI, 2015). Nesse cenário, o *docente surge como o mediador* do processo de aprendizagem e as *práticas pedagógicas enfatizam o planejamento sistemático com exercícios que promovam as competências pretendidas*, delineadas com base nas características do perfil profissional. Ressalta-se que essa percepção contribuiu para expandir a intenção inicial deste trabalho (restringir o processo de integração do processo projetual entre *design* e moda a apenas uma disciplina) para a inclusão de professores das outras disciplinas projetuais e, por fim, de toda a equipe docente do CST em Design de Moda.

Paralelamente, o constante contato com documentos institucionais (como o Projeto Pedagógico do Curso – PPC –, o PDI e a metodologia Senai/Curitiba de educação profissional) associados a observações e vivências do dia a dia na instituição também colaboraram com a percepção da relevância de tratar questões de *design* de moda e, mais especificamente, da dinâmica projetual.

Entre as questões importantes para a preparação do profissional de moda do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba, neste estudo se considera também o perfil do estudante. Assim, a figura 4 apresenta as características condizentes com a formação do *designer* de moda na Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba que atuará na indústria do vestuário e cujo desenvolvimento se deseja alcançar de acordo com o PPC do Senai/Curitiba (SENAI, 2015).

Figura 4 – Características do perfil profissional do estudante de Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba

FLEXIBILIDADE	É a capacidade de agir de acordo com as situações, levando-se em conta as frequentes mudanças.
CRIATIVIDADE	Considerada como diferencial, visto que está totalmente relacionada a ações originais e inovadoras.
INFORMAÇÃO	É imprescindível para a evolução e desenvolvimento humano.
COMUNICAÇÃO	É a habilidade necessária para o inter-relacionamento humano, sejam clientes ou pertencentes ao grupo de trabalho.
RESPONSABILIDADE	É um dos fatores mais cobrados para que os cargos continuem existindo.
EMPREENDEORISMO	O mercado exige ousadia, criatividade e inovação como características intrínsecas ao empreendedor.
SOCIABILIZAÇÃO	É uma característica que envolve aspectos de compreensão, respeito e interatividade cultural para agir globalmente.
TECNOLOGIA	Competência organizacional e pessoal que demonstra aceitação para conviver com as novas tecnologias para aplicá-las em suas ações diárias.

Fonte: Senai, 2015

A essas características, acrescenta-se o compromisso do Senai/Curitiba⁵ com as indústrias, preparando profissionais que vão atuar no mercado acompanhando sua dinamização⁶. Entende-se que as características (figura 4) que compõem o perfil profissional do egresso do CST de Design de Moda do Senai/Curitiba direcionam as práticas pedagógicas dos professores e conduzem os temas de estudo das atividades das disciplinas de Projeto de Coleção. Mediante a delimitação das características do perfil profissional, configuram-se as unidades curriculares/disciplinas que abordam a formação profissional do CST em Design de Moda e orienta-se o desenvolvimento das competências durante seu processo de formação.

Por entender que todas as práticas adotadas por professores devem contribuir com a formação do estudante, na figura 5 estão elencadas as habilitações do perfil profissional do aluno de moda do Senai/Curitiba.

⁵ O Senai/Curitiba posiciona-se como uma instituição de ensino superior que contribui para as mudanças estruturais necessárias ao setor e para o consequente aumento de sua competitividade em benefício da economia do país (SENAI, 2014, p. 7).

⁶ Como objetivo geral, a faculdade estabelece oferecer qualidade e inovação para profissionais que atuam nos setores das áreas de conhecimento de sua competência educacional, proporcionando as ferramentas institucionais necessárias para o desenvolvimento de técnicas e tecnologias úteis para a sociedade (SENAI, 2015).

Figura 5 – Habilitações do profissional formado pelo Senai/Curitiba



Fonte: Senai, 2015

Ao delinear o perfil profissional do estudante e as suas características (habilitações do perfil profissional), a ação conjunta de desenvolvimento curricular ocorre para que as disciplinas contemplem, em diferentes níveis de complexidade e de forma gradual, o perfil estabelecido. No que diz respeito ao ensino, as observações evidenciaram os eixos do conhecimento como norteadores da construção das competências necessárias para o estudante e da mediação, por parte dos professores, por meio da metodologia por competências. Com essa informação, o curso foi estruturado em oito eixos de conhecimento (figura 6) fundamentais para o desenvolvimento dessas competências e habilidades.

Essa composição de habilidades e competências está baseada nos seguintes princípios do Senai/Curitiba: 1) “*saber pensar*”, ou seja, construir o pensamento lógico e racional para a tomada de decisões diante do mercado; 2) “*saber criar*”, com o estímulo da percepção, da emoção e da imaginação como ferramentas básicas para o processo criativo; 3) “*saber fazer*”, por meio do desenvolvimento sistemático e gradativo das competências de caráter técnico e tecnológico; 4) “*saber agir*”, pela capacidade de negociação e relacionamento interpessoal, visando a uma atuação profissional dinâmica e produtiva; 5) “*saber comunicar*”, essencial para a sinergia tão imperiosa no mundo profissional atual (SENAI, 2014, grifos meus).

Figura 6 – Eixos e unidades curriculares/disciplinas do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba

 <p>TÉCNICAS DE REPRESENTAÇÃO</p>	<p>Dedicado ao desenvolvimento das competências e habilidades relacionadas às diversas formas de representação da ideia de um produto ou coleções.</p> <p>Disciplinas: Desenho de Moda I, II e III; Representação Gráfica I, II e III.</p>
 <p>MERCADO E NEGÓCIO</p>	<p>Neste eixo são desenvolvidas as competências e habilidades vinculadas à realidade e organização das empresas, suas interfaces com o mercado e com o mundo do trabalho.</p> <p>Disciplinas: Gestão Empresarial I e II e Marketing de Moda I, II e III.</p>
 <p>HISTÓRIA E SOCIEDADE</p>	<p>Através do estudo da sociedade e da evolução histórica, procura-se construir um repertório de conhecimentos que possibilitam o desenvolvimento da capacidade de análise e crítica e a compreensão da evolução da sociedade, suas necessidades e formas de expressão.</p> <p>Disciplinas: História da Arte I e II e História da Indumentária I, II e III.</p>
 <p>DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO</p>	<p>Neste eixo são desenvolvidas competências e habilidades de caráter técnico, prático e metodológico relacionadas à concepção e desenvolvimento de produtos e coleções para a indústria.</p> <p>Disciplinas: Fundamentos do Design; Projeto de Coleção I, II, III, IV, V e VI; Modelagem Industrial Plana I, II, III, IV e V; Prototipagem e Análise do Produto I e II; Modelagem Tridimensional; Modelagem Informatizada; e, Ergonomia Aplicada.</p>
 <p>PRODUÇÃO E TECNOLOGIA</p>	<p>Vertente destinada ao conhecimento e análise das interfaces da produção e da tecnologia necessárias para a produção de produtos destinados ao mercado de moda, sempre de forma eficaz e condizente com princípios éticos e sustentáveis.</p> <p>Disciplinas: Costura Industrial I, II e III; Materiais e Tecnologia Têxtil I, II e III; e, Processo Produtivo da Confecção I, II e III.</p>
 <p>ANÁLISE DA IMAGEM</p>	<p>Focado no desenvolvimento da capacidade de análise e percepção da imagem, seja ela real ou virtual, como forma de decodificação da realidade social e também de interação de uma marca com seu consumidor final.</p> <p>Disciplinas: Análise do Contemporâneo I e II e Produção de Moda</p>
 <p>INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE</p>	<p>Eixo de conhecimento e desenvolvimento de competências vinculadas à pesquisa, observação e criação de soluções e produtos inovadores.</p> <p>Disciplinas: Inovação e Criatividade I e II</p>
 <p>PRÁTICAS ACADÊMICAS</p>	<p>Eixo de conhecimento relacionado às atividades de pesquisa acadêmica e produção de conhecimento.</p> <p>Disciplinas: Metodologia Científica</p>

Fonte: Senai, 2015

Dos eixos derivam as disciplinas, que, com as práticas pedagógicas interdisciplinares e simulações de situações reais de trabalho, possibilitam ao aluno uma visão abrangente e inovadora da prática profissional. Dos oito eixos do conhecimento, emergem também as unidades curriculares/disciplinas atuantes no aprendizado e integradas ao perfil do egresso do Senai/Curitiba (SENAI, 2014, p. 7).

No contexto de profissionalização do Senai, as unidades curriculares/disciplinas são consideradas unidades pedagógicas que compõem o currículo e são constituídas por conjuntos coerentes e significativos de fundamentos, capacidades e conhecimentos que devem ser desenvolvidos durante o processo de ensino e aprendizagem (SENAI, 2013). Realça-se o papel das unidades curriculares/disciplinas para a organização do curso vigente em períodos, delineando a progressão do estudante para um nível maior de complexidade tanto teórico quanto prático.

Na figura 7 são apresentadas as disciplinas (unidades curriculares/disciplinas) do CST em Design de Moda com a respectiva carga horária. As disciplinas de Projeto de Coleção estão destacadas, por se constituírem foco deste estudo.

Figura 7 – Unidades curriculares/disciplinas: matriz curricular do CST em Design de Moda Senai/Curitiba

QUADRO DE DISCIPLINAS - PROJETO DE COLEÇÃO

[Curso superior em Design de Moda SENAI]

PERÍODO 1 350h	PERÍODO 2 350h	PERÍODO 3 350h	PERÍODO 4 350h	PERÍODO 5 350h	PERÍODO 6 350h
Desenho de Moda I 35h	Desenho de Moda II 35h	Desenho de Moda III 35h	Inovação e Criatividade I 35h	Modelagem Tridimensional 70h	Inovação e Criatividade II 35h
Fundamentos do Design 35h	Desenho Técnico I 35h	Desenho Técnico II 35h	Desenho Técnico III 35h	Materiais e Tecnologia Têxtil III 35h	Ergonomia Aplicada 35h
Linguagem Visual I 35h	Linguagem Visual II 35h	Marketing de Moda I 35h	Marketing de Moda II 70h	Gestão Empresarial I 70h	Marketing de Moda III 35h
História da Arte I 35h	História da Arte II 35h	Processo Produtivo da Confeção I 35h	Processo Produtivo da Confeção II 35h	Análise do Contemporâneo I 35h	Gestão Empresarial II 70h
História da Indumentária I 35h	História da Indumentária II 35h	História da Indumentária III 35h	Análise do Contemporâneo I 35h	Modelagem Industrial Plana V 35h	Análise do Contemporâneo II 35h
Modelagem Industrial Plana I 35h	Modelagem Industrial Plana II 35h	Modelagem Industrial Plana III 35h	Modelagem Industrial Plana IV 35h	Prototipagem e Análise do Produto II 35h	Modelagem Informatizada II 35h
Costura Industrial I 35h	Costura Industrial II 35h	Costura Industrial III 35h	Prototipagem e Análise do Produto I 35h	Projeto Integrador I 35h	Produção de Moda 35h
Projeto de Coleção I 70h	Projeto de Coleção II 35h	Projeto de Coleção III 35h	Projeto de Coleção IV 35h	Modelagem Informatizada I 35h	Projeto Integrador II 70h
Metodologia Científica 35h	Representação Gráfica I 35h	Representação Gráfica II 35h	Representação Gráfica III 35h		Trabalho de Conclusão de Curso 120h
	Materiais e Tecnologia Têxtil I 35h	Materiais e Tecnologia Têxtil II 35h			Atividades Complementares 60h
					Disciplina Opcional: Libras 40h

Fonte: Senai, 2015

Para o desenvolvimento das práticas pedagógicas em cada disciplina, de acordo com o PPC (SENAI, 2015), devem ser considerados: 1) as competências e habilidades que abrangem a inovação; 2) o desenvolvimento de produtos; 3) a visão de oportunidades comerciais e sua interface na produção; 4) o entendimento da moda como negócio; 5) a flexibilidade de atuação em cenários competitivos.

Para isso, vigora no cenário educacional do Senai a metodologia por competências, que consiste em padrões de articulação do conhecimento utilizado como instrumento para a organização dos conteúdos das disciplinas e a fim de

orientar a preparação do estudante para diferentes situações de mercado, privilegiando suas capacidades (SENAI, 2015).

Na área da educação, os currículos constituem um mapeamento do conhecimento visto como relevante para ser ensinado aos estudantes, visando contribuir com o desenvolvimento de competências (PEDRO; RODRIGUES, 2014, p. 3). Dessa forma, os eixos, como norteadores das práticas pedagógicas, alinham o conhecimento a ser desenvolvido, sem contanto estagná-lo, na medida em que os eixos do conhecimento visam flexibilizar a troca de conhecimentos entre as disciplinas, possibilitando a interdisciplinaridade quando ocorre a interação entre professores. Pensa-se que essa prática é relevante sobretudo pelas características da profissão:

O *design* é por natureza interdisciplinar. Há nele uma vocação interdisciplinar, pois trata de uma área propícia para o trabalho conjunto com outras áreas de conhecimento. Uma das características de uma atividade de *design* é o envolvimento de inúmeros conhecimentos de domínios distintos. Assim, não é raro encontrar um *designer* caminhando por áreas de conhecimento que a princípio não lhe dizem respeito (FONTOURA, 2011, p. 92).

Em relação às disciplinas de Projeto de Coleção, dado o nível de complexidade⁷ diferenciado para cada semestre, os documentos norteadores (PPC e planos de aula) auxiliam na troca de informações entre professores, enriquecendo a abordagem de práticas pedagógicas.

Identificar os momentos em que ocorre a troca de informação entre professores (e quais recursos foram utilizados para o processo de aprendizagem do aluno) traz respostas aos objetivos deste estudo, que incluem identificar as metodologias de *design* das disciplinas de Projeto de Coleção (I, II, III e IV) do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba. Considerou-se, portanto, o presente trabalho uma ótima oportunidade para conduzir o processo de forma participativa com o grupo de professores do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba, envolvendo os professores de outras unidades curriculares/disciplinas no processo de construção da organização dos processos projetuais.

⁷ No cenário do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba se constituem em projetos de coleção de baixa, média e alta complexidade.

A participação dos professores deve contribuir com a discussão a cerca do sistema da moda, bem como propor a aplicação de metodologias para o desenvolvimento prático de produtos. Esse diálogo é fundamental para que se proponham diferentes práticas projetuais, variantes do contexto atual no qual o sistema da moda está inserido. Ao recomendar a construção coletiva de uma estrutura metodológica (mediante a articulação das disciplinas de projeto de moda) que se apoia nas práticas pedagógicas dos professores da disciplina e de autores selecionados, é possível levantar diferentes problemáticas que serão resolvidas por meio das ferramentas disponíveis, tornando o aprendizado mais dinâmico e, ao mesmo tempo, aberto, para que a interdisciplinaridade se concretize, sendo sua complexidade ampliada progressivamente, durante o desenvolvimento das competências do estudante.

1.3 A METODOLOGIA POR COMPETÊNCIAS NA FORMAÇÃO DO *DESIGNER* DE MODA

Por se tratar de um estudo de campo, em vez de discorrer sobre autores específicos da área da educação, buscaram-se em documentos do Senai referências quanto à estruturação da metodologia educacional que orienta o fazer educacional – exceção feita apenas a Machado (2002), autor usado no documento *Norteador da prática pedagógica: formação em competências* (SENAI, 2006), e Pedro e Rodrigues (2014), que orientam a prática educativa por competências do Senai. Essa opção derivou do cenário no qual está inserido o CST em Design de Moda e da intenção de aproveitar este estudo como oportunidade para aprofundar o diálogo e construir, coletivamente, uma proposta que fizesse sentido para o grupo, e não propor de modo solitário questões ao grupo docente.

Considera-se que no futuro a equipe docente possa prosseguir atuando de maneira participativa mesmo para selecionar autores da área da educação com base nos quais gostaria de rever sua prática educativa. Nessa perspectiva, relacionar a formação profissional com a metodologia por competências traz à tona um conjunto de capacidades e habilidades que fazem parte do perfil do egresso e, por sua vez, devem ser estimuladas e desenvolvidas em atividades de aprendizagem.

Como a noção de metodologia por competências do Senai apoia-se em Rodrigues, faz-se importante apresentar seu entendimento de competência:

No contexto educacional, a noção de competência é muito mais abrangente, mantendo importantes vínculos com as disciplinas. Os currículos dos cursos são constituídos por disciplinas e todas podem servir de meio para o desenvolvimento de uma determinada competência (PEDRO; RODRIGUES, 2014, p. 6).

De acordo com o PDI do Senai (2014), pensar em educação e competências profissionais na atualidade requer um olhar mais atento às questões pelas quais passaram (e ainda estão passando) os cursos superiores de Design de Moda no Brasil. A indústria do vestuário e de confecção é hoje um dos mais importantes setores da economia brasileira, por sua relevância econômica, política e social para a economia nacional. Essa nova realidade está transformando as escolas, pois o ensino com vistas à profissionalização tem como desafio formar um profissional com as competências demandadas pelo mundo do trabalho, proporcionando ao estudante desenvolver um novo pensar, objetivando adequar-se às exigências atuais (SENAI, 2015).

Conforme o PPC (SENAI, 2015), os profissionais que vão enfrentar o mercado de trabalho devem ter uma sólida formação geral e uma educação profissional preparando-os não só para executar tarefas, mas para atuar de forma pensante e flexível. As instituições de ensino têm de preparar estudantes capazes de fazer a integração entre a teoria e a sua aplicação na prática.

Segundo Machado (2002), o desenvolvimento das competências pessoais está no centro das atenções. A palavra *competente* aparece no discurso de processos de seleção em empresas, escolas e atividades de diversos fins, provocando no indivíduo o movimento de adaptação e assimilação das transformações ocorridas em nosso tempo. Para o autor, a ideia de competência evidencia-se também no discurso da empresa (como capacidade de transformação de uma tecnologia conhecida em um produto suficientemente atraente para o consumidor).

Machado (2002) prossegue salientando que as competências representam potenciais desenvolvidos sempre em contextos de relações disciplinares em determinado âmbito de atuação. Em uma analogia usada por ele: 1) as formas de realização das competências são chamadas de habilidade⁸; 2) em um feixe de

⁸ “Habilidades: capacidades ou atributos adquiridos com a prática e que se relacionam com a percepção, a coordenação motora, a destreza manual e a capacidade intelectual essenciais ao desempenho de uma atividade” (SENAI, 2013, p. 206).

habilidades, caracteriza-se a competência; 3) as disciplinas são meios para desenvolver as habilidades. Em sua abordagem, uma competência está sempre associada a uma mobilização de saberes e à capacidade de recorrer aos conhecimentos para a efetivação de uma atividade. Não existe uma competência sem a referência a um contexto no qual ela se materializa. Nesse novo contexto, que exige formação profissional com base em diferentes competências na área da moda, faz-se necessário construir práticas pedagógicas que considerem as necessidades dos estudantes, assim como todas as suas possibilidades de aprendizagem.

De acordo com Pedro e Rodrigues (2014, p. 13), são as instituições de ensino que precisam prover as pessoas de competências básicas, tais como: capacidade de expressão, compreensão e interpretação, de tomar decisões, de trabalhar em equipe e, sobretudo, de resolver problemas. Ainda, de acordo com o autor, deve-se criar condições e dar-lhes autonomia suficiente, para que aprendam não só umas com as outras, mas também com seus próprios erros, sem medos, preconceitos ou discriminações.

Essas competências não se desenvolvem só com conteúdos e equipamentos; atualmente uma formação profissional na área de moda deve focar as atenções na formação pessoal, nos recursos humanos e nas capacidades pessoais, que transcendem aos temas estudados e sobrevivem à transformação cada vez mais rápida dos cenários, dos equipamentos e da produção material.

Assim, esse pensar tem de ser embutido na prática de projeto do estudante para que ele, na indústria, atue com maior consciência quanto ao impacto dos produtos e da inovação para a sociedade.

A formação do profissional da área de moda confere ao *designer* e aos professores a responsabilidade de buscar metodologias próprias para a formação dos estudantes. Flori e Tourinho (2010, p. 2) enfatizam:

A docência necessita ser renovada constantemente e a moda, como campo transdisciplinar, instiga e desafia a busca por outras maneiras de pensar e interpretar as formas como ensinamos/aprendemos e como desejamos que outros aprendam/ensinem.

Ao questionar as práticas pedagógicas para as disciplinas de Projeto de Coleção, em vista não somente da complexidade do cenário atual relacionado ao desenvolvimento de produtos, mas também sob o olhar da educação, a integração

entre disciplinas torna-se uma ação indispensável; ela é responsável pela sincronicidade do conhecimento, auxiliando o estudante a transcender entre todos os conteúdos formativos do seu curso.

Uma vez desenvolvidas atitudes adequadas, o *designer* prepara-se para os desafios diários da indústria e deverá estar apto a fazer da integração de conhecimentos um comportamento essencial no ambiente de trabalho.

2 AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO E POSSIBILIDADES DE INTEGRAÇÃO ENTRE MODA E *DESIGN*

Observamos a aproximação entre moda e *design* não só pela inserção da palavra *design* para nomear o profissional que atua na área da moda, mas também como conceito associado ao universo da moda. Até o início da década de 1980 os cursos eram intitulados como Estilismo, agora eles são nomeados como Design de Moda e incluem em sua estrutura curricular conteúdos do campo do *design*¹. O *design* também abriu espaço para a área da moda, à medida que pesquisadores e professores de moda desenvolvem seus trabalhos acadêmicos em Mestrados de Design e apresentam artigos em espaços dedicados à moda em congressos científicos específicos de *design* comprovando essa aproximação (ARAGÃO, 2010).

2.1 A INTEGRAÇÃO ENTRE MODA E *DESIGN* NO PROCESSO EDUCACIONAL

Moda, *design* e educação, vê-se aqui um tripé para a abordagem pedagógica para o Design de Moda. Segundo Dulci (2013), a moda, como uma manifestação cultural cujo início no Ocidente ocorreu no século XIV, é um fenômeno social que expressa valores políticos, morais, culturais, por meio de usos, hábitos e costumes, e encontra no vestuário um conjunto de elementos que a compõem. No século XIX, transformou-se em um sistema mais complexo e sua representação pode ser vista na arquitetura, no mobiliário, nos adereços decorativos, na música, na dança, nas artes plásticas, na linguagem, no cinema, na fotografia, nas religiões, nas ideologias, na literatura, no esporte, no turismo, nas técnicas etc. Tornou-se então um dos principais campos de estudo para a compreensão de mecanismos modernos de expressão, no plano simbólico. Envolve-se um conjunto de categorias e práticas que definem moda, como também aos sujeitos que dela fazem uso (Dulci, 2013).

A educação profissional para a moda está associada à área do *design*, que pode ser entendida como atividade projetual que abrange etapas, processos e ferramentas em uma prática orientada para a solução de um problema determinado e a corporificação de uma ideia. Essa atividade visa ainda utilizar tecnologias ou

¹ É o caso do curso de moda do Senai/Curitiba, que até o ano de 2011 era Curso Técnico em Estilismo de Confeção Industrial e agora é nomeado Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda.

sistemas de conhecimento, processos e materiais, no intuito de responder a anseios materiais e psicológicas dos usuários. Essa abordagem inclui também características estruturais, estético-formais e funcionais que devem gerar constante reflexão e adaptação dessas características ao contexto social, econômico e político em que o *designer* atua (LÖBACH, 2001; BONSIPE, 2011).

Ao levar em consideração moda e *design*, soma-se a esses o ensino no contexto da educação profissionalizante como uma oportunidade de conciliar teoria e prática no processo de formação do *designer*. Para este estudo, apoiado na atuação/participação do professor, o ato de ensinar é tão importante para as questões abordadas quanto a moda e o *design*. Anastasiou (2003) destaca o papel do professor como mobilizador/motivador do processo de aprendizagem:

A compreensão do que seja ensinar é um elemento fundamental nesse processo. O verbo ensinar, do latim *insignare*, significa marcar com um sinal, que deveria ser de vida, busca e despertar para o conhecimento. Na realidade da sala de aula, pode ocorrer a compreensão, ou não, do conteúdo pretendido, a adesão, ou não, a formas de pensamento mais evoluídas, a mobilização, ou não, para outras ações de estudo e de aprendizagem (ANASTASIOU, 2003, p. 2).

De acordo com o ambiente educacional do Senai/Curitiba, mediador é quem, por intermédio da interação aprendizagem mediada, ensina. Essa interação deve ser caracterizada por uma interposição intencional e planejada do mediador, que age entre as fontes externas de estímulo e o aprendiz. A ação do mediador deve selecionar, dar forma, focalizar, intensificar os estímulos e retroalimentar o aprendiz em relação às suas experiências a fim de produzir uma aprendizagem apropriada, intensificando as mudanças no sujeito (SENAI, 2013).

De maneira conjunta, moda, *design* e processo educacional tornam-se os elos para a atuação do *designer* de moda. Assim, esta pesquisa objetiva levar em conta fatores que devem ser atuantes e que impactam nas demandas do mercado de trabalho. Em uma conexão com a área da moda, inclui-se a percepção do profissional no tocante ao contexto social no qual está inserido, para que sua atuação profissional na área da moda seja condizente com os desafios atuais.

2.2 PERCEPÇÕES ASSOCIADAS AO SETOR DA MODA

Seguindo décadas de desenvolvimento, atualmente a cadeia têxtil mundial é considerada uma das maiores áreas industriais do planeta. Ela movimenta mais de um trilhão de dólares só em vestuário e gera mais de 26,5 milhões de empregos diretos e indiretos. O Brasil é o quinto maior produtor têxtil do mundo e o quarto maior produtor de vestuário, com mais de 32 mil empresas no ramo e produção anual de mais de 10 bilhões de peças por ano (ABIT, 2013).

Para Neves e Branco (2000), a área da moda assume um lugar de destaque para o desenvolvimento profissional, pois o reconhecimento social passa pela diplomação. Por abranger conhecimentos de diferentes áreas, tornou-se uma indústria cultural responsável pela concepção, produção e comercialização de produtos adequados às mais diversas culturas. É um modelo criativo capaz de criar muitos novos símbolos e produtos num curto espaço de tempo. Além disso, constitui-se em um sistema de gestão que é capaz de administrar e gerenciar logisticamente: 1) o mercado primário, responsável pela produção das fibras que são transformadas em fios, até virarem tecidos; 2) o mercado secundário, que transforma os têxteis em itens de vestuário, têxteis-lar e têxteis-técnicos; 3) o mercado terciário, que tem o objetivo de comprar os produtos para comercializá-los diretamente ao consumidor final. “É um sistema de comunicação que é capaz de dissipar atributos e valores dos produtos aos consumidores finais” (NEVES; BRANCO, 2000, p. 40).

O *design*, no cenário atual, por sua vez, pode contribuir com métodos adequados que devem se encaixar nos sistemas, com base nos quais a indústria do vestuário se estabelece para conseguir uma distribuição mais focada de seus produtos para o mercado-alvo.

Hoje em dia, a moda perpassa, de forma simultânea, por duas correntes. A primeira é a *fast-fashion*², que visa atingir um público insaciável, informado, carente por novidade. Tem por base o mercado de luxo e o mercado de massa e oferece produtos com curto ciclo de vida. Ela faz o uso de diversas qualidades de matérias-primas e processos produtivos e atrai uma gama muito grande de consumidores. A

² *Fast-fashion* é utilizado para caracterizar marcas de roupas que visam à produção rápida e contínua de peças, possibilitando a troca semanal ou até mesmo diária da coleção. Esse aspecto leva à necessidade de equilíbrio, em curto prazo, entre a produção e o volume comercializado, ocasionado pelo consumo rápido (HOFFMANN, 2011, p. 4).

segunda consiste na *slow fashion*³, cujo foco maior é no *design*, na qualidade, na durabilidade dos produtos e também no ambiente e em um consumidor responsivo que prima por peças atemporais e duráveis (REFOSCO; OENNING; NEVES, 2011). Ela está mais atenta a outros valores, como sustentabilidade e simplicidade, e por vezes segue outros movimentos *slow*.

São essas correntes que sistematizam o mercado e o produto que deve ser concebido para cada contexto, dadas as suas funções práticas, estéticas e simbólicas, alinhadas às diferentes nuances da cadeia produtiva da moda, que complementam o saber e a prática do *designer* em formação. O processo educacional tem de estar alinhado com a velocidade dessas transformações.

Considera-se, assim, a associação entre moda e *design*, um processo educacional e uma oportunidade de conciliar teoria e prática no processo de formação do *designer* de forma orientada para o cenário atual.

2.3 A IMPORTÂNCIA DAS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO

Falar em projeto de coleção de moda é falar de projeto de produtos de moda. Ou seja, algumas etapas do projeto de produto são partes também do projeto de coleção de moda. A diferença é relativa às especificidades do objeto, isto é, o produto de moda.

O *design* de moda é a vertente do *design* que desenvolve produtos industriais com valor agregado de moda. Isso significa dizer que projeta seus produtos, adequando os preceitos de moda vigente e enraizando-os na dinâmica de consumo, gerada pelo fenômeno que chamamos de “moda” (BARROS; NEVES; SÓTER, 2008).

No *design* de moda, a concepção de um produto, vestuário ou acessório é compatível à criação e ao desenvolvimento de um conjunto de produtos, entendidos por coleção. A criação de uma coleção de moda destinada ao vestuário é estabelecida por meio de processos. Cada uma de suas etapas pressupõe procedimentos projetuais específicos. Corroborando com a afirmativa anterior, Pires (2004, p. 2) considera a criação do produto de moda pelo enfoque do *design*

³ O *slow fashion* é mais do que a redução da velocidade de produção. Representa uma nova forma de ver o mundo, ou seja, há uma ruptura com as práticas atuais do setor com os valores do *fast-fashion* (FLETCHER; GROSE, 2011).

industrial: um produto de moda, seja ele objeto (vestuário), seja conteúdo de moda, é resultado da aplicação de um pensamento e método projetual. Outro ponto importante nesse sentido é destacado por Treptow (2013, p. 44), ao mencionar: “O *design* de moda é uma divisão do *design* industrial e, atualmente, a formação em moda vem se aproximando dos conceitos de *design*”.

Projetar é uma ação artificial e complexa. A ação de projetar é tipicamente humana, mas o homem nem sempre a praticou; podemos no máximo, dizer que, em determinados períodos da história, o homem empregou a cultura projetual com maior energia e domínio. Isso ocorreu precisamente na modernidade e dentro desta, de modo especial, durante o percurso formativo dos últimos três séculos. A complexidade do projeto foi progressivamente aumentando em função da crescente complexidade do cenário em que operava: limitação dos recursos naturais, crise financeira, sustentabilidade, globalização dos mercados, saturação de atendimentos das necessidades de sobrevivência dos outros 4/5 restantes, formam hoje as principais fronteiras que obrigam o *design* contemporâneo a romper e adequar continuamente as suas práticas (MORAES, 2010, p. XIV).

Observa-se que, frequentemente, o ensino do *design* de moda tem se valido de métodos para o planejamento e desenvolvimento de coleções utilizados em cursos de moda da qual o docente é oriundo. Nota-se também a prática de adaptar métodos e procedimentos do *design* de produto para criar coleções⁴ do vestuário.

Estimular o estudante em processo de formação a pensar como *designer* já no início do seu desenvolvimento acadêmico, por meio da disciplina Projeto de Coleção, é fundamental para a produção do vestuário alcançar níveis de inovação, tecnologia e consumo de qualidade.

Sanches (2010) afirma que a formação acadêmica dos *designers* de moda deve ser consolidada com a capacidade de síntese integradora das etapas do projeto, contribuindo para que os profissionais sejam capazes de interpretar, gerenciar e conectar variáveis, tirando delas a essência dos elementos envolvidos. Sendo assim, estudar e adaptar os métodos do *design* para os projetos de coleção de moda torna-se necessário para guiar a conduta projetual do aluno.

⁴ Uma coleção é o conjunto de roupas, acessórios ou produtos concebido e fabricado para venda aos lojistas ou diretamente aos clientes. Esse conjunto de peças pode ser inspirado por uma tendência, tema ou referência de *design*, refletindo influências culturais e sociais, e é normalmente desenvolvido por uma temporada ou ocasião especial (RENFREW, 2010, p. 11).

A contribuição teórica do *design* torna-se essencial em aulas de Projeto de Coleção para que o aluno entre em contato com os conceitos de *design*, bem como os tipos e a utilização dos métodos projetuais. Ao considerar que as indústrias de moda demandam um novo perfil de criador, capaz de conciliar as questões de estilo, sustentabilidade e inovação ao processo do *design*, faz-se essencial selecionar e aperfeiçoar os métodos adequados para um produto⁵.

Na sala de aula, espera-se que ocorram compreensão do conteúdo pretendido, adesão a novas formas de pensamento e mobilização para outras ações de estudo e de aprendizagem (ANASTASIOU, 2003). Para tanto, o planejamento do processo educacional é orientado para a progressão do conhecimento e para o aumento da *performance* do estudante. Nesse sentido, o papel do professor inclui trazer à tona temas de discussão sobre o sistema da moda, bem como sugerir a aplicação de metodologias para o desenvolvimento prático de produtos, colaborando portanto com o desenvolvimento de competências e habilidades.

Ao propor um modelo que se baseie nas práticas pedagógicas dos professores das disciplinas de Projeto de Coleção (e de sua participação), é possível abordar diferentes problemáticas, tornando o aprendizado mais dinâmico e ao mesmo tempo aberto, para que se possa transcender os limites disciplinares (com orientação para eixos de conhecimento) e atuar para obter maior complexidade durante o desenvolvimento das competências do estudante. Com esse intuito, na figura 8, apresenta-se a relação entre as disciplinas de Projeto de Coleção, ementa e habilidades⁶ a serem desenvolvidas.

⁵ A aproximação entre metodologias de moda/vestuário e *design* de produto também está conectada com a proposta do PPGDesign da Univille, que considera o termo *produto* para além da acepção inicial, abrangendo vestuário, sistemas e serviços.

⁶ As habilidades são o resultado das aprendizagens consolidadas na forma de *habitus*, ou o saber-fazer, também mobilizado na construção das competências profissionais (SENAI, 2013).

Figura 8 – Disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV: ementas e habilidades

Disciplinas	Ementa disciplina	Habilidades
Projeto de Coleção I	Capacitar o aluno a desenvolver projetos de compreendendo basicamente todas as etapas da metodologia, bem como estimular sua capacidade criativa no que diz respeito a produção criativa de coleções viáveis, funcionais e com a realidade do seu segmento de mercado e seu público-alvo. Vivenciar o processo criativo na moda.	Análisar briefing para o desenvolvimento de projeto; Pesquisar público alvo, Elaborar cronograma, Identificar tendências, selecionar cores e materiais, construir mix de coleção.
Projeto de Coleção II	Identificar as etapas do projeto, desenvolver capacidade de pesquisa, desenvolver a capacidade de criatividade pessoal, executar e representar graficamente uma coleção de moda de média complexidade.	Aplicar técnicas de Coolhunter para pesquisa de público alvo. Analisar público alvo, estilo de vida e necessidade de usuário. Identificar funções do produto – prática, estética e simbólica. Análise Diacrônica e Sincrônica. Aplicar técnicas do processo criativo para desenvolvimento do produto – inovação. Gerar, selecionar e concepção de peça piloto.
Projeto de Coleção III	Conhecer as bases e o funcionamento do sistema fast-fashion. Simular processos criativos num ambiente de empresa, desenvolvendo coleções de moda voltadas a tendências. Aplicar conhecimentos interdisciplinares no desenvolvimento de coleção de moda.	Pesquisar tendências aplicada ao fast-fashion;/Análisar produtos e concorrentes;/Desenvolver coleções de moda voltadas ao fast-fashion;/Elaborar documentação de desenvolvimento de produtos voltada à indústria.
Projeto de Coleção IV	Aplicação de metodologia de pesquisa e projeto para o na área de vestuário contemplando design industrial. Apresentação de resultados por meio de representação e desenho técnico, modelo peça piloto e memorial descritivo : book de coleção.	investigação e análise de tendências de comportamento consumidor relacionados ao mercado de moda.Análisar mercado concorrente. Desenvolver uniformes para segmento específicoCriar estampas para segmento praia.

Fonte: Primária, com base em Senai, 2015

Considera-se que uma abordagem reflexivo-prática centrada na formação do *designer* de moda no contexto Senai/Curitiba (especialmente no que se refere à ação projetual e a ferramentas/perspectivas utilizadas neste processo) possibilita que a instituição de ensino contribua com a indústria por meio do olhar atento ao processo de aprendizagem e à formação atualizada do *designer* no desenvolvimento de produtos de moda. Paralelamente, ao identificar metodologias de *design* existentes e práticas pedagógicas propostas pelos professores para a atividade projetual e ao articular a estruturação com a sua participação, contribui-se para a formação do *designer* no tocante ao uso de métodos estruturados, porém flexíveis e atentos às necessidades da indústria e/ou do contexto de atuação.

2.4 AS POSSIBILIDADES DE INTEGRAÇÃO ENTRE MODA E *DESIGN* NAS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO

Quando tratada como um tripé, a ação conjunta moda/*design*/educação contribui para o desenvolvimento da indústria do vestuário e com a profissionalização do *designer* de moda em cursos superiores orientada para as demandas da atualidade.

A moda relaciona-se com o *design* por conta de sua natureza projetual. A compreensão da conexão entre *design* e projeto permite a este estudo uma melhor percepção do cenário no qual o estudante está inserido e das práticas pedagógicas vivenciadas na disciplina Projeto de Coleção, que visa ao desenvolvimento de competências que possibilitam ao estudante responder a novos desafios projetuais.

De acordo com Denis (2000), o *design* tem na origem imediata da palavra inglesa o substantivo que se refere tanto à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto à configuração, arranjo, estrutura. Bonsiepe (1984) ainda acrescenta que as características estruturais, estético-formais e funcionais fazem parte de um conjunto de informações que devem ser estudadas, gerando constante reflexão e adaptação dessas características ao contexto social, econômico e político em que o *designer* atua.

O *design* e seus aspectos norteadores são fundamentais para o desenvolvimento de um pensar e produzir na indústria da moda, afinando-se com os desejos da sociedade. Ao solucionar um problema por meio do *design*, é essencial justificar a adoção e adequação de métodos e ações que caracterizam cada etapa proveniente dessa escolha.

O elo formado entre moda, *design* e ensino tem por finalidade a formação em termos profissionais do *designer* apto a enfrentar a concorrência existente na cadeia têxtil. Dessa forma, além das implicações que envolvem a concepção de um produto, constata-se também que o *designer* deve indicar, mediante a sua criação, formas de gerar competitividade, para enfrentar a concorrência atual da cadeia têxtil.

Para Löbach (2001), no Brasil, assim como em vários outros países, os profissionais que atuam nessa área recebem a denominação de *designers* e têm como atividade principal o desenvolvimento de projetos que envolvem etapas, processos e ferramentas para o seu saber fazer, resultando em uma produção industrial. O *designer* parte de uma ideia, um projeto ou um plano para a solução de

um problema determinado. Logo, “o *design* consistiria então na corporificação de uma ideia para, com a ajuda dos meios correspondentes, permitir a sua transmissão aos outros” (LÖBACH, 2001, p. 6).

Bonsiepe (2011), ao discutir o *design* industrial, baseia-se na cultura material e considera que esta se reflete no produto em termos funcionais, estéticos e tecnológicos. Diz ainda que o processo de *design* se apropria do sistema de conhecimento, de processos e materiais (de forma racional e econômica) com orientação para as necessidades materiais e psicológicas dos usuários. O autor também acrescenta que as características estruturais, estético-formais e funcionais fazem parte de um conjunto de informações que devem ser estudadas, gerando constante reflexão e adaptação dessas características ao contexto social, econômico e político em que o *designer* atua.

Conforme Vezzoli (2008), o *design* é uma parte do problema, porém pode se tornar um agente promotor da sustentabilidade ao buscar novas alternativas de projeto. Já Manzini e Vezzoli (2011) pensam que o *design* se caracteriza por ser uma atividade projetual que visa à concepção de artefatos.

Segundo o Conselho Internacional das Sociedades de Design Industrial, ou International Council of Societies of Industrial Design (ICSID, 2015), o conceito de *design* é descrito: “Processo estratégico de resolução de problemas que impulsiona a inovação, constrói o sucesso do negócio e leva a uma melhor qualidade de vida através de produtos inovadores, sistemas, serviços e experiências”.

Ainda de acordo com o ICSID (2015), *design* é uma profissão transdisciplinar e conecta questões associadas a inovação, tecnologia, pesquisa, negócios e consumidores no intuito de atingir novos valores e vantagens competitivas, em esferas sociais, econômicas e ambientais. Em uma conexão com a área da moda, inclui a percepção do profissional em relação ao contexto social em que está inserido, para que sua atuação profissional na área da moda seja condizente com o cenário competitivo do setor. A relevância da conexão com o mercado é explicitada também no PPC do Senai/Curitiba (2015), ao considerar que *design* significa o processo intencional de pensar, organizar, sistematizar, planejar, experimentar, projetar e desenvolver produtos com base em oportunidades detectadas no mercado.

Para o Senai (2013), as transformações mercadológicas e sociais e inovações em todas as áreas levam o ambiente educacional a reestruturar a maneira de

construir o processo de ensino-aprendizagem. Para tanto, a sua formação deve estar pautada no plano de curso, de modo que evidencie as características do perfil profissional para o mercado de trabalho.

Trazer à tona os eixos do conhecimento que direcionam os planos de curso e envolver professores na discussão sobre práticas e métodos mais adequados de desenvolvimento de produto de moda originam dados importantes que contribuirão para o resultado deste estudo e para a formação do estudante do Senai/Curitiba.

O *designer* é considerado um profissional que acresce às organizações valores monetários e, também, é capaz de atuar como articulador perante a economia de consumo (FUAD-LUKE, 2004). Portanto, sua formação é parte importante da sua atuação futura.

Isso faz com que se torne frequente a busca por profissionais cada vez mais qualificados e que, além do conhecimento específico da sua área, tenham capacidade crítica, autonomia, saibam trabalhar em equipe e resolver problemas (PEDRO; RODRIGUES, 2014).

2.5 METODOLOGIAS E MACROESTRUTURAS PROJETAIS

Para Munari (2008), a metodologia⁷ projetual não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica, ditadas pela experiência. O seu objetivo é atingir o melhor resultado com o menor esforço. Nesse processo há a divisão das etapas permitindo que, por meio de um esquema preestabelecido, seja possível desenvolver produtos utilizando ferramentas e técnicas mais específicas e adequadas. Gomes (2011, p. 157), ao discutir a pedagogia do *design*, no artigo “Sobre metódicas, metodologia e métodos para o projeto de desenho e produto industrial”, inclui na abordagem de metodologia “estruturas e organizações, validade e desenvolvimento de projeto”. Como exemplos de metodologias específicas de *design*, cita as estruturas propostas por Bonsiepe e Löbach (entre outras).

⁷ Nota-se que esse entendimento de metodologia não está situado na epistemologia ou na filosofia da ciência, mas em um nível mais aplicado do termo, considerado por Thiollent (2004) como estratégia de pesquisa ou ação, contribuindo para o controle de técnicas e procedimentos adotados ao longo da pesquisa/do projeto.

Existem inúmeras propostas metodológicas de desenvolvimento de produto, e modelos diferentes são propostos dependendo dos objetivos e da complexidade do projeto. De acordo com Romeiro Filho (2004), existem diversos níveis de complexidade e detalhamento das metodologias propostas pelos autores de *design*. Follmann (2015) afirma que atualmente vários autores aprimoraram metodologias reconhecidas e criaram assim novos modelos para o desenvolvimento de produtos no *design*.

Bürdek (2010) considera que as metodologias de *design* são reflexos dos objetivos, e sua utilização otimiza procedimentos, regras e critérios atuando como suporte para a pesquisa, avaliação, validação e otimização do *design*. No PPC do Senai/Curitiba (2015), por sua vez, os significados associados ao processo de *design* são: organizar, sistematizar, planejar, experimentar, projetar, desenvolver produtos e oportunidades de mercado.

O autor evidencia ainda que diversos fatores podem influenciar o processo e a escolha da metodologia e que as etapas podem ser adaptadas de acordo com a visão do *designer*. Portanto, é intenção deste estudo organizar uma proposta metodológica adequada com o contexto do Senai/Curitiba, envolvendo os professores no seu desenvolvimento, visando à articulação entre processos de moda e de *design*. Para isso, preliminarmente são levantados autores de *design* que discutem metodologia de *design* como etapa de preparação.

O entendimento das macro e microestruturas⁸ é importante nessa fase da pesquisa, pois permite a abordagem progressiva (e, ao mesmo tempo, flexível) do problema de *design*. Salienta-se que o objetivo deste trabalho não é discutir o que é realizado em cada fase do processo, mas sim mostrar diferentes pontos de vista de cada autor e estruturas diferenciadas, contribuindo para o desenvolvimento de modelos metodológicos variados.

Contribuem para essa abordagem referente às metodologias de projeto de *design*/industrial os autores: Bürdek (2010), Löbach (2001), Bonsiepe (1984), Munari (1981), Baxter (2011), Ideo (2009) e Gomes (2001; 2011). A seguir são apresentados esses autores, mais representativos, e os autores de *design* de moda Jones (2005), Montemezzo (2003), Treptow (2013) Rech (2002) e Pires (2008), entre clássicos e

⁸ Para este trabalho de pesquisa, entende-se por *macroestrutura* a subdivisão do processo de desenvolvimento de produto em fases. Estas dão orientação ao procedimento do método. E por *microestrutura*, compreende-se a descrição das especificações dos métodos que podem ser utilizados em certas etapas.

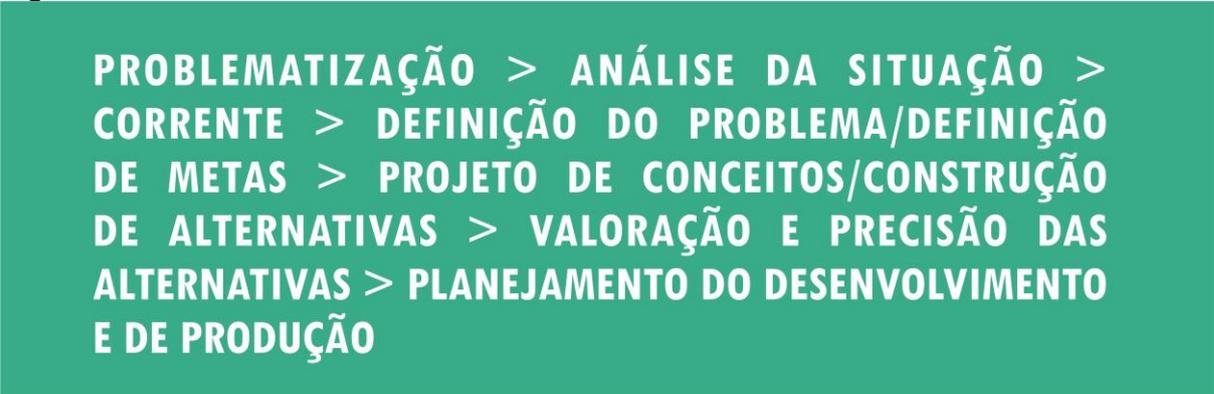
recentes. Verifica-se nas diferentes metodologias escolhidas como acontecem os métodos e as ordens, mostrando assim as fases correspondentes de cada um⁹.

2.5.1 Bernhard Bürdek

O modelo de Bürdek (2010) indica retorno entre as fases e é dedutivo¹⁰. Começa com os aspectos gerais, analisando as informações do projeto, e parte para uma visão mais específica do problema por intermédio da definição. O método da partida formula a análise do projeto, define o problema, gera os conceitos e alternativas, avalia as alternativas e determina as soluções do projeto.

Para Bürdek (2010, p. 256), “o repertório metodológico a ser utilizado é dependente da complexidade do problema (da escala de complexidade da xícara de café até o transporte urbano)”. A figura 9 apresenta a sequência do processo de *design* de Bürdek, com seis fases.

Figura 9 – Modelo de fases de Bürdek



**PROBLEMATIZAÇÃO > ANÁLISE DA SITUAÇÃO >
CORRENTE > DEFINIÇÃO DO PROBLEMA/DEFINIÇÃO
DE METAS > PROJETO DE CONCEITOS/CONSTRUÇÃO
DE ALTERNATIVAS > VALORAÇÃO E PRECISÃO DAS
ALTERNATIVAS > PLANEJAMENTO DO DESENVOLVIMENTO
E DE PRODUÇÃO**

Fonte: Primária, adaptado de Bürdek (2010)

⁹ Destaca-se que a abordagem a respeito de metodologias projetuais conduzida ao longo deste tópico foi desenvolvida e atualizada interativamente (de forma reiterada/cíclica) com as informações obtidas no *workshop* 1 (tópico 4.3.1.2), no intuito de apoiar aquela atividade.

¹⁰ Para Teixeira (2005), o método dedutivo leva o pesquisador do conhecido ao desconhecido com pouca margem de erro, entretanto é de alcance limitado, pois a conclusão não pode exceder as premissas. O método dedutivo consiste, a seu ver, na racionalização ou combinação de ideias em sentido interpretativo, isso valendo mais do que a experimentação de caso por caso.

2.5.2 Bernd Löbach

Segundo Löbach (2001), o processo de *design* é tanto criativo quanto de solução de problemas. O trabalho de um *designer*, para o autor, consiste em encontrar uma solução para o problema satisfazendo às necessidades humanas. Ele divide seu processo de *design* em quatro fases lineares, conforme a figura 10.

Figura 10 – Modelo de fases conforme Löbach

PREPARAÇÃO > GERAÇÃO > AVALIAÇÃO > REALIZAÇÃO

Fonte: Primária, adaptado de Löbach (1981)

Inicia-se com a preparação quando existe um problema que pode ser bem definido, com base nesse conhecimento se desenvolvem soluções, as quais são avaliadas segundo critérios para o desenvolvimento de uma clara solução e definição dos objetivos. Após essa reflexão, parte-se para a geração para reunir informações sobre o problema que são analisadas e relacionadas com criatividade entre si. A avaliação de alternativas que segue como criação de alternativas de solução para o problema julgando critérios estabelecidos – a última fase da realização, ou seja, a finalização do projeto de acordo com o problema para desenvolver a alternativa mais adequada transformando-a em produto.

Löbach (2001) argumenta que o *design* poderia ser entendido como uma ideia, projeto ou plano para a solução de um problema, e o ato de *design*, então, seria dar corpo à ideia e transmiti-la aos outros.

2.5.3 Tom Kelley e Tim Brown (Ideo)

Para Kelley e Littman (2001), uma metodologia não fica restrita a regras e é uma mistura de várias metodologias, práticas de trabalho, cultura e infraestrutura. O foco gira principalmente no fator inovação e no mercado. A metodologia trabalhada está sendo sempre atualizada e aprimorada. Os autores descrevem a metodologia em cinco fases interativas, conforme a figura 11.

Figura 11 – Modelo de fases da IdeoUm retângulo de cor azul-esverdeada com o texto branco em maiúsculas: **COMPREENDER > OBSERVAR > VISUALIZAR > AVALIAR/APRIMORAR > IMPLEMENTAR**.

**COMPREENDER > OBSERVAR > VISUALIZAR >
AVALIAR/APRIMORAR > IMPLEMENTAR**

Fonte: Primária, adaptado de Kelley e Littman (2001)

A primeira fase inicia-se com compreender as limitações do problema. Segundo os autores, a restrição de um projeto é desafiador, investigando o problema de todas as formas possíveis. O próximo passo sugerido é observar os usuários e consumidores na “vida real”, conforme Kelley e Littman (2001). Logo após essa fase, devem-se visualizar conceitos novos, passando para a etapa de avaliar e aprimorar os protótipos e as simulações. O processo finaliza-se com a fase implementar, que exige tempo e dedicação, pois, em consonância com os autores, é a fase mais desafiadora no processo para os técnicos de produção e para os criadores.

2.5.4 Bruno Munari

O processo de Munari (1981) apresenta um método de 12 fases. Primeiramente, deve ser definido um problema. Depois disso, é necessário decompô-lo para absorver suas características. Na sequência se coletam os dados que envolvem a pesquisa de mercado para a identificação de similaridades e pontos vantajosos para a produção. A análise de dados percebe algumas restrições e características a se explorar. Posteriormente a essa fase, inicia-se a busca por materiais e tecnologias responsáveis pela produção do produto em que são operadas as experimentações. É desenvolvido um modelo criando esboços por meio da geração de alternativas pensando na solução final. Com o modelo, chega-se à verificação, ou seja, observa-se se o produto é coerente com o público e se está condizente com o que foi definido (MUNARI, 1981). O detalhamento desse processo está disponível na figura 12.

Figura 12 – Modelo de fases de Munari

PROBLEMA > DEFINIÇÃO DO PROBLEMA > COMPONENTES DO PROBLEMA > COLETA DE DADOS > ANÁLISE DE DADOS > CRIATIVIDADE > MATERIAIS E TECNOLOGIA > EXPERIMENTAÇÃO > MODELO > VERIFICAÇÃO > DESENHO DE CONSTRUÇÃO > SOLUÇÃO

Fonte: Primária, adaptado de Munari (1981)

O modelo proposto por Munari é muito propagado no ensino do *design*. Percebe-se que entre problema e solução acontecem as fases a serem realizadas.

2.5.5 Gui Bonsiepe

Bonsiepe (1983) apresenta a divisão de seu processo em cinco fases, conforme a figura 13.

Figura 13 – Modelo de fases de Bonsiepe

PROBLEMATIZAÇÃO > ANÁLISE > DEFINIÇÃO DE PROBLEMA > ANTEPROJETO/GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS > PROJETO > AVALIAÇÃO, DECISÃO e ESCOLHA > APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Fonte: Primária, adaptado de Bonsiepe (1983)

A metodologia de Bonsiepe (1983) apresenta na primeira fase a problematização, na qual são traçadas as metas gerais do projeto. São mostrados os fatores e as influências do problema e as situações que devem ser melhoradas, seguindo-se à análise, em que se investigam as características dos produtos e processos existentes. Na definição do problema é feita a síntese desse problema, ou seja, ele deve ser estruturado, fracionado e hierarquizado. É o momento no qual se definem os requisitos e as prioridades, para que se possa dar início à formulação do projeto. Na avaliação, decisão e escolha do projeto, as propostas definidas até o momento devem ser questionadas, avaliadas e, caso seja necessário, deve ser feito o redesenho das propostas sugeridas. Precisam ser escolhidos e definidos os

materiais e o processo. Na apresentação do projeto, de acordo com Bonsiepe (1983), se faz uma retratação detalhada dele. O autor ainda sugere que se realize um protótipo do projeto para analisar a solução, determinando se esta contempla todos os requisitos.

2.5.6 Mike Baxter

O modelo proposto por Baxter (2011) foca na criatividade. Para ele, a criatividade está em todas as etapas de um processo de *design* e é dividida em quatro fases, conforme a figura 14.

Figura 14 – Modelo de fases de Baxter



**PREPARAÇÃO > GERAÇÃO DE IDEIAS > SELEÇÃO DE IDEIAS >
REVISÃO DO PROCESSO CRIATIVO**

Fonte: Primária, adaptado de Baxter (2011)

Na primeira fase da preparação se investigam respostas a questões como necessidades dos usuários, *marketing*, ponto de venda, peças, componentes, fornecedores, lucros esperados, entre outros. Essa fase tem o objetivo de esclarecer os problemas do projeto. Na segunda etapa é aplicada a geração de ideias, mediante ferramentas criativas. Durante o processo, para o autor, é importante fazer avaliações contínuas no processo criativo para contribuir com melhorias e acertos durante o projeto. A última etapa, de revisão do processo, entra para verificar e avaliar os estágios do projeto para identificar melhorias a serem realizadas (BAXTER, 2011).

2.5.7 Luiz Vidal N. Gomes

A proposta de Gomes (2001) é focada na criatividade e divide-se em sete fases. Inicia-se com a identificação, fase na qual o problema é identificado e são definidos requisitos e restrições para o projeto. Na sequência se tem a busca de informações, que faz parte da fase de preparação, momento em que se identificam soluções para os problemas por meio de análises cognitivas e psicomotoras. Em

seguida vem a incubação, que caracteriza a compreensão do problema. Na próxima etapa, que se refere à esquentação, o desafio é propiciar uma atmosfera favorável ao processo criativo por intermédio de lampejos em direção à fase da iluminação, na qual ocorrem as ideias para o projeto. A etapa que segue é a da elaboração, que trata do refinamento da ideia com a construção de modelagens. Por fim, realiza-se a verificação, para a comparação entre objetivos definidos e resultados finais (GOMES, 2001). O detalhamento do processo está na figura 15.

Figura 15 – Modelo de fases de Gomes

**IDENTIFICAÇÃO > PREPARAÇÃO > INCUBAÇÃO >
ESQUENTAÇÃO > ILUMINAÇÃO > ELABORAÇÃO >
VERIFICAÇÃO**

Fonte: Primária, adaptado de Gomes (2001)

Para Gomes (2001), conhecer o processo faz com que se tenham mais consciência e controle dos caminhos que a mente percorre quando se percebe a necessidade de resolver um problema projetual. Compreender o processo criativo como uma sequência de fases e etapas permite que se conheçam melhor as variáveis de um problema e se desenvolvam ideias para a sua solução.

2.5.8 Maria Celeste de Fátima Sanches Montemezzo

A metodologia de Montemezzo (2003) é formada por seis fases, apresentadas na figura 16.

Figura 16 – Modelo de fases de Montemezzo

**PLANEJAMENTO > ESPECIFICAÇÃO DO PROJETO >
DELIMITAÇÃO CONCEITUAL > GERAÇÃO DE
ALTERNATIVAS > AVALIAÇÃO > REALIZAÇÃO**

Fonte: Primária, adaptado de Montemezzo (2003)

Na primeira fase se realiza o planejamento, em que são coletadas e analisadas as informações que fazem parte de todo o projeto. Na fase dois (especificação do projeto) se delimita o problema de *design* definindo o direcionamento e as metas técnicas, funcionais e estéticas do produto que será desenvolvido. Na fase três, de delimitação conceitual, definem-se os conceitos gerais do projeto. A geração de alternativas, na quarta fase, é o momento no qual se concretizam as referências anteriores e se materializam as ideias e os conceitos do projeto de moda. Na quinta fase são avaliadas as melhores alternativas, com base na elaboração e nas definições finais. A última fase (de realização) concretiza-se por meio das correções e adequações dos protótipos. Ou seja, são estabelecidos as fichas técnicas definitivas e os protótipos para orientar a produção (MONTEMEZZO, 2003).

2.5.9 Sandra Rech

Rech (2002) apresenta uma metodologia para o estudo de moda compreendendo seis fases, apresentadas na figura 17.

Figura 17 – Modelo de fases de Rech



GERAÇÃO DE CONCEITOS > TRIAGEM > PROJETO
PRELIMINAR > AVALIAÇÃO E MELHORAMENTO >
PROTOTIPAGEM > PROJETO FINAL

Fonte: Primária, adaptado de Rech (2002)

Na fase de geração de conceitos, a autora enfatiza que a análise de visualizar se refere às coleções anteriores, para definição mercadológica e dimensionamento do tamanho da coleção. A triagem concretiza-se na análise do produto em relação a sua elaboração e adequação, definindo tema ou temas que serão utilizados na coleção. O projeto preliminar, por sua vez, abrange a concretização de ideias concernentes a cores, formas, tecidos, aviamentos da coleção. A fase de avaliação e melhoramento inicia-se após a aprovação das peças, passando para os desenhos técnicos, que entram na ficha técnica com todas as informações relevantes para o

projeto. Finalizando as fases, têm-se a prototipagem e o projeto final, que consistem na aprovação e se integram à identidade visual do projeto (RECH, 2002).

2.5.10 Doris Treptow

A metodologia de Treptow (2013) é composta por sete fases, apresentadas na figura 18.

Figura 18 – Modelo de fases de Treptow



Fonte: Primária, adaptado de Treptow (2013)

Na fase inicial são definidos o número de peças da coleção, o *mix* de produto¹¹, o cronograma de tempo de execução da coleção, o tempo de comercialização, o capital de giro e o potencial de faturamento da coleção. Seguindo para a fase dois, são decididas as datas e as tarefas. Na terceira fase é preparado o planejamento com o *mix* de produtos e de moda (parâmetros da coleção). Para a quarta fase são estudados o tamanho da coleção e o estoque. Na quinta fase são pesquisadas tendências e é elaborado o *briefing* da coleção. Na sexta fase são desenvolvidos o tema de coleção e a cartela de cores, tecidos e aviamentos. Por fim, na sétima e última fase se têm os esboços, os desenhos técnicos e as modelagens, as peças piloto, a reunião de aprovação, o mostruário, o lançamento e a divulgação (TREPTOW, 2013).

¹¹ Para Treptow (2013), o *mix* de coleção define-se como a variedade de produtos que são oferecidos por uma empresa ou uma coleção.

2.5.11 Sue Jenkyn Jones

Jones (2005) apresenta um método em seis fases, conforme figura 19. Na primeira fase, os objetivos de projeto são abordados. Na fase seguinte o público-alvo é analisado, bem como o mercado e a análise de alternativa do problema. A terceira etapa segue com os prazos de entrega. A próxima etapa é a da inspiração e criação das peças, e finaliza-se o projeto com os croquis e as peças prontas.

Figura 19 – Modelo de fases de Jones

**BRIEFING > DESENVOLVIMENTO > CUSTEIO >
GERENCIAMENTO DE TEMPO > INSPIRAÇÃO >
APRESENTAÇÃO**

Fonte: Primária, adaptado de Jones (2005)

Para este trabalho, as macroestruturas projetuais abordadas são relevantes pela possibilidade de: ampliar o repertório e servir como suporte para o estudo de campo. Entretanto este relatório não se fecha em si mesmo e pode evoluir, se ampliado e aprofundado em atividades futuras como desdobramento da ação iniciada aqui.

Destaca-se também a relevância da abordagem acerca de estruturas metodológicas, na medida em que são instrumentos para auxiliar o *designer* durante o processo¹² de projeto, motivo pelo qual tais estruturas merecem atenção no processo educacional do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba: “Através da discussão com a metodologia, o *design* se torna ensinável, aprendível e comunicável. O contínuo e constante significado da metodologia de *design* para o ensino é hoje a contribuição para o aprendizado da lógica e sistemática do projeto” (BÜRDEK, 2010, p. 226).

Conforme Queiroz e Basso (2015), situar a moda no campo do *design* no intuito de beneficiar o produto e a indústria de moda implica utilizar metodologias, ou processos, específicas para o desenvolvimento de produtos.

¹² Caminho em si composto de fases por onde o método percorre. Difícil perceber método separado do processo, sendo este caracterizado pelas grandes etapas que aquele deve percorrer (COELHO, 2008).

Os autores apresentam diferentes abordagens projetuais. Ressalta-se que para este estudo o valor do processo projetual (e dos demais tópicos abordados ao longo do capítulo) está na organização e estruturação da atividade projetual adequada às disciplinas de Projeto de Coleção do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba, considerando as unidades curriculares/disciplinas e a participação dos professores nessa estruturação. Nesse sentido, este capítulo constitui-se na contextualização e no diagnóstico, com o objetivo de apoiar as etapas posteriores deste estudo de campo.

3 CONSIDERAÇÕES ACERCA DA PARTICIPAÇÃO DA EQUIPE DO CST EM DESIGN DE MODA NO MODELO PROJETUAL FOCO DESTE RELATO

Para Gil (2010), o estudo de campo¹ valoriza o caráter imersivo do pesquisador na realidade da pesquisa e utiliza procedimentos como observação das atividades do grupo, entrevistas e interpretações conjugados com outros, como análise de documentos, filmagem e fotografias. No caso deste estudo, inclui-se o *workshop* como procedimento no intuito de favorecer a imersão na realidade do grupo de trabalho. O estudo de campo emprega a dinâmica pesquisador/participantes própria da pesquisa-ação, cuja aproximação, de acordo com Thiollent (2005), está orientada para a resolução de um desafio coletivo por meio de atitudes cooperativas e participativas.

Neste tópico, procura-se apresentar a delimitação do estudo de campo e situar o *workshop*, em uma abordagem próxima ao *design* participativo, como estratégia de compartilhamento de informações e de elaboração de um modelo projetual adequado para a situação proposta.

3.1 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO DE CAMPO

Constituem os indicadores que conduzem a pesquisa: a *Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba*, o curso de *Design de Moda*, a unidade curricular/disciplina *Projeto de Coleção* e os *professores* da mesma unidade curricular/disciplina.

A pesquisa é contextualizada na Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba, especificamente no CST em Design de Moda, e nas unidades curriculares/disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV, apresentadas na figura 20.

¹ Procura o aprofundamento de uma realidade específica. É basicamente feito por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações daquela realidade (GIL, 2010).

Figura 20 – Unidades curriculares/disciplinas e ementas de Projeto de Coleção I, II, III e IV da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba

	<p>PROJETO DE COLEÇÃO I</p> <p>Professor: Edson Korner</p>	<p>Capacitar o aluno a desenvolver projetos de moda de caráter técnico e de baixa complexidade compreendendo basicamente todas as etapas da metodologia, bem como estimular sua capacidade criativa no que diz respeito à produção criativa de coleções viáveis, funcionais e condizentes com a realidade do seu segmento de mercado e seu público-alvo. Vivenciar o processo criativo na moda.</p>
	<p>PROJETO DE COLEÇÃO II</p> <p>Professor: Daniela G. Nogueira</p>	<p>Aplicar metodologia de pesquisa e projeto para o desenvolvimento de projetos de baixa/média complexidade, na área de vestuário contemplando <i>design industrial</i>. Apresentar resultados por meio de representação e desenho técnico, modelo peça piloto e memorial descritivo: <i>book</i> de coleção.</p>
	<p>PROJETO DE COLEÇÃO III</p> <p>Professor: Daniele Lugli</p>	<p>Conhecer as bases e o funcionamento do sistema <i>fast-fashion</i>. Simular processos criativos num ambiente de empresa, desenvolvendo coleções de moda voltadas a tendências. Aplicar conhecimentos interdisciplinares no desenvolvimento de coleção de moda.</p>
	<p>PROJETO DE COLEÇÃO IV</p> <p>Professor: Lucíola Z. Pires</p>	<p>Compreender a estrutura projetual de uniformes profissionais e estrutura projetual para investigação e análise de tendências de comportamento consumidor relacionados ao mercado de moda.</p>

Fonte: Primária

As intenções da pesquisa estão em consonância com os objetivos da mantenedora Senai no tocante à sua missão (a promoção da educação profissional e tecnológica, a inovação e a transferência de tecnologias industriais), valores (ética, transparência, satisfação dos clientes, alta *performance* e valorização das pessoas) e visão (consolidar-se como líder nacional em educação profissional e tecnológica e ser reconhecido como indutor da inovação e da transferência de tecnologias para a indústria brasileira, atuando como padrão internacional de excelência).

Nesse contexto, a unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção é considerada um campo de oportunidades que visa gerar o pensamento reflexivo e a ação prática indispensável a todo desenvolvimento projetual de *design*. A pesquisa é concebida para ser realizada com a participação dos referidos professores do curso e do autor deste relatório técnico, de acordo com a figura 21.

Figura 21 – Professores (mediadores) e suas respectivas disciplinas do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba

Edson Korner (coordenador curso)	Projeto de Coleção I 70h				
Lucíola Z. Pires	Projeto de Coleção IV 35h				
Rafael C. Machado	Processo Produtivo da Confeção I 35h	Processo Produtivo da Confeção II 35h	Gestão Empresarial I 70h	Gestão Empresarial II 70h	
Roseli Stencil	Modelagem Tridimensional 70h	Costura Industrial I 35h	Costura Industrial II 35h	Costura Industrial III 35h	
	Prototipagem e Análise do Produto I 35h	Prototipagem e Análise do Produto II 35h			
Malva Ouriques	Modelagem Industrial Plana I 35h	Modelagem Industrial Plana II 35h	Modelagem Industrial Plana III 35h	Modelagem Industrial Plana IV 35h	
	Modelagem Industrial Plana V 35h	Ergonomia Aplicada 35h			
Andrea Schiefedecker	Linguagem Visual I 35h	Linguagem Visual II 35h	História da Arte I 35h	História da Arte II 35h	
	Análise do Contemporâneo I 35h				
Patrícia Gaspar	Marketing de Moda I 35h	Marketing de Moda II 70h	Marketing de Moda III 35h		
Patricia Sabatovich	Produção de Moda 35h				
Mariana Mariah	Desenho Técnico I 35h	Desenho Técnico II 35h	Desenho Técnico III 35h	Materiais e Tecnologia Têxtil I 35h	
	Materiais e Tecnologia Têxtil II 35h	Materiais e Tecnologia Têxtil III 35h	Modelagem Informatizada I 35h	Modelagem Informatizada II 35h	
Daniele Lugli	Desenho de Moda I 70h	Desenho de Moda II 35h	Desenho de Moda III 35h	Representação Gráfica I 35h	Projeto de Coleção III 35h
	Representação Gráfica II 35h	Representação Gráfica III 35h			
Daniela Nogueira	Fundamentos do Design 35h	História da Indumentária I 35h	História da Indumentária II 35h	História da Indumentária III 35h	Projeto de Coleção II 35h
	Análise do Contemporâneo II 35h				
Maria Bernadeth Koteski	Metodologia Científica 35h	Projeto Integrador I 35h			
Rafaela Grochewski	Inovação e Criatividade I 35h				
Kesia da Silva	Inovação e Criatividade II 35h				

Fonte: Primária

Figura 22 – Professores (mediadores) do CST em Design de Moda na Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba



Fonte: Primária

O grupo de professores do CST em Design de Moda que ministra a unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção² (por ser considerada essencial à grade curricular do curso e para o desenvolvimento de competências e habilidades necessárias para sua profissionalização e atuação no mercado) foi convidado a participar deste estudo.

Intencionou-se integrar/compartilhar seus saberes e sua experiência acadêmica com o propósito de obter resultados que, posteriormente, serão aplicados em prol do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba.

² Observando o ciclo cronológico que deve ser cumprido para completar o curso.

3.2 WORKSHOP COMO ESTRATÉGIA DE COLETA/COMPARTILHAMENTO DAS EXPERIÊNCIAS DE PROFESSORES EM SALA DE AULA

Sendo o professor o mediador³ do processo educativo, é com base no seu planejamento e na sua ação que as ideias se materializam e se transformam em propósitos educacionais e ações efetivas. Nesse contexto se fez necessário refletir sobre a atuação do professor quanto à atualização e ao aperfeiçoamento das suas práticas pedagógicas – um dos propósitos conduzidos de forma participativa neste estudo.

Para a definição dos instrumentos e métodos de pesquisa aqui utilizados, optou-se pela técnica do *workshop*. A escolha do *workshop* pelo autor deu-se pelo seu caráter participativo; ocorrem reuniões de grupos de trabalho em prol de um objetivo comum. Tais reuniões requerem abertura para o diálogo na busca de soluções, o que vai ao encontro das características do grupo de professores, que são ativos nas discussões conjuntas e no compartilhamento das experiências acadêmicas e profissionais do curso de Design de Moda Senai/Curitiba.

Santa Rosa e Moraes (2012) definem *workshop* como uma atividade em que usuários (professores) e desenvolvedores (o pesquisador) se reúnem de maneira imersiva para tratar de questões relativas ao projeto; seu valor de acordo com os autores é ouvir os participantes em uma relação de igualdade. Conforme detalhado pelos autores, é uma técnica não convencional com foco em “práticas criativas em que desenvolvedores se reúnem de forma imersiva em um ou dias para discutir questões relativas ao projeto” (SANTA ROSA; MORAES, 2012, p. 64). Paralelamente, os autores vinculam essa técnica, ao lado de outras, ao *design* participativo (DP) e veem-na como uma abordagem que enfatiza a experiência cotidiana do usuário (que neste estudo é o professor), tornando-o coautor do processo.

Lee (2012) e Sanders (2002) valorizam as vivências participativas por considerá-las mais qualificadas à obtenção de informações significativas do que ferramentas mais clássicas de pesquisa. Já Bonacin (2004) situa o *design* participativo como uma tecnologia que possibilita aos envolvidos uma visão diferenciada em que se tem a exploração de novas estruturas.

³ De acordo com Senai/Curitiba (2013), mediador é quem, por intermédio da interação aprendizagem mediada, ensina.

Aqui, o *design* participativo abrange questões relacionadas ao modo como os professores pensam e agem, enfatizando a importância de cada participante ao decorrer de todo o processo de desenvolvimento. Muller (2002) afirma que o usuário do sistema sabe quais funções são úteis e quais são as prioridades para sua prática profissional, além de que a participação de equipes (neste trabalho, o grupo de professores do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba) pode trazer benefícios como: desenvolvimento de novos conceitos, engajamento das partes interessadas e combinações de ideias de diferentes pessoas em conceitos unificados. Salienta-se que neste estudo a escolha pelo *design* participativo associa-se também à dinâmica pesquisador/participantes própria da pesquisa-ação escolhida para a abordagem do problema: como arquitetar, de forma participativa, uma estrutura projetual orientada para as disciplinas de Projeto de Coleção?

Na busca de novas maneiras de pensar, sentir e trabalhar, considerando que cada participante tenha algo a oferecer, o *design* participativo contribui com a construção do resultado final deste estudo. Enquanto o professor é participante, a unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção aparece no centro como o principal objetivo das mudanças. Já as questões compartilhadas sobre a metodologia projetual do *design* constituem o centro da investigação. Nesse sentido, Ipe (2003) ressalta que compartilhar conhecimento é a ação de disponibilizar o conhecimento com os outros para que ele possa ser utilizado.

Espera-se que as especificidades de cada disciplina Projeto de Coleção de Moda sejam trazidas à tona, construindo com base no levantamento de dados a visão panorâmica das práticas pedagógicas e metodologias do *design* aplicadas à unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção para este estudo.

3.3 DETALHAMENTO DA ETAPA PARTICIPATIVA DO ESTUDO DE CAMPO: ESCOLHA DOS INSTRUMENTOS – DESENHO DA ESTRUTURA DE PESQUISA

Com a delimitação da etapa participativa do estudo de campo foram definidos os instrumentos da pesquisa: questionário e *workshop*. Conforme detalhado na figura 23, essa etapa abrange o uso de um questionário envolvendo a descoberta teórica, a descoberta prática e a percepção do professor; o *workshop* 1, que envolve o objetivo metodológico do projeto, a complexidade temática e a percepção do coordenador; o *workshop* 2, o qual inclui a prática em sala de aula *versus* a teoria, a

correlação entre metodologia e prática e a percepção do coordenador; e, por fim, o *workshop* 3, focado nas fases projetuais e na adequação das capacidades necessárias.

Figura 23 – Planejamento da metodologia de pesquisa aplicada ao estudo



Fonte: Primária

Com o planejamento, foi possível definir intencionalidades⁴ para cada instrumento de pesquisa, objetivando coerência das informações, o que permitiu a evolução das reflexões conforme os instrumentos eram aplicados. Essas intencionalidades estão detalhadas na figura 24.

⁴ A intencionalidade pressupõe que o mediador interaja deliberadamente com o aluno (para efeitos deste estudo: o participante), de maneira a favorecer a construção dos conhecimentos e o desenvolvimento de capacidades. O pesquisador “de forma consciente assume a responsabilidade por colocar em prática as estratégias à sua disposição para garantir o alcance das metas e objetivos” (MEIER; GARCIA, 2007). Essa intencionalidade é percebida no mediador pelo modo como ele organiza os estímulos para o mediado, como estabelece canais comunicativos para transmitir sua intenção ao mediado, como cria vínculos para garantir a reciprocidade e facilitar a aprendizagem (SENAI, 2013).

Figura 24 – Intencionalidades do questionário e *workshops* 1, 2 e 3

INTENCIONALIDADES PARA O QUESTIONÁRIO		
Da descoberta teórica	Da descoberta prática	Da percepção do professor
Metodologias utilizadas na disciplina de projeto de moda. Autores do <i>design</i> utilizados na disciplina de projeto de coleção.	Etapas de desenvolvimento de projeto trabalhadas em sala de aula	Percepção quanto ao uso de uma metodologia projetual, métodos projetuais disponíveis e autores do <i>design</i> que orientem o processo de aprendizagem do estudante.
WORKSHOP 1: INTENCIONALIDADE		
O uso das metodologias do <i>design</i> na constituição das etapas. Quanto à abordagem por autores do <i>design</i> que correspondam ao objeto de estudo.	O alinhamento entre métodos do <i>design</i> e a indústria da moda. A consonância entre o método aplicado na disciplina de Projeto de Coleção e o cenário atual da indústria.	O pensamento do professor sobre a utilização de uma ferramenta projetual que oriente o processo de aprendizagem no curso.
WORKSHOP 2: INTENCIONALIDADE		
Etapas utilizadas em sala de aula e etapas estruturadas por autores do <i>design</i> .	Correlação entre as fases projetuais de professores e autores do <i>design</i> .	Definição de fases projetuais.
WORKSHOP 3: INTENCIONALIDADE		
As fases projetuais e as competências necessárias.	As fases projetuais e as habilidades necessárias.	As fases projetuais e as capacidades necessárias.

Fonte: Primária

As intencionalidades propostas para cada ação – questionário, *workshop* 1, *workshop* 2 e *workshop* 3 – atuam como norteadoras das práticas (e do relato) de pesquisa adotadas ao longo do capítulo e relatadas na sequência.

3.4 QUESTIONÁRIO

3.4.1 Preparação e aplicação

Na busca por informações de uma realidade específica do curso de Design de Moda (aqui, o uso de metodologias projetuais de *design* para a disciplina Projeto de Coleção), optou-se pela aplicação do instrumento *questionário*⁵, considerado por Gil (2010) como estratégia para traduzir os objetivos da pesquisa em questões específicas. Nesse sentido, para atingir o objetivo geral deste estudo (organizar uma estrutura projetual transversal para as disciplinas de Projeto de Coleção, associando-as a metodologias de *design* e ao desenvolvimento de produtos de

⁵ Considerado por Gil (2010) como uma técnica de investigação social composta por um conjunto de questões submetidas às pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos específicos.

moda), o questionário tornou-se um instrumento de pesquisa necessário, permitindo o levantamento de informações que formaram a base do conhecimento para a posterior análise.

Para a construção do questionário, preliminarmente foi realizada uma sondagem com os quatro professores das disciplinas de Projeto de Coleção acerca de suas percepções referentes à prática projetual, conforme figura a seguir.

Figura 25 – Professores (mediadores) das unidades curriculares/disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba

Identificação	Nível de escolaridade	Disciplinas
 Professor 1: Edson Korner Tempo de formado: 25 anos Tempo professor projeto: 10 anos	Mestrando	Projeto de Coleção I
 Professor 2: Daniela G. Nogueira Tempo de formado: 10 anos Tempo professor projeto: 10 anos	Mestrando	Projeto de Coleção II
 Professor 3: Daniele M. Lugli Tempo de formado: 05 anos Tempo professor projeto: 02 anos	Mestrando	Projeto de Coleção III
 Professor 1: Luciola S.P. Zamprogna Tempo de formado: 12 anos Tempo professor projeto: 06 anos	Especialista	Projeto de Coleção IV

Fonte: Primária

Nessa etapa, a identificação dos conteúdos de aula, as ementas e as práticas pedagógicas utilizadas pelo grupo de professores contribuíram para a organização das informações sobre a disciplina e a verificação, com base na proposta de curso

escrita no documento denominado PPC, quanto à coerência entre o perfil de saída do estudante de Design de Moda e os planos de ensino desenvolvidos e aplicados por professores para cada nível de projeto de moda no ano de 2015 e início de 2016.

Levando em conta os objetivos específicos deste estudo⁶, para o melhor aproveitamento do instrumento de pesquisa questionário e seu tratamento analítico, decidiu-se estabelecer para o questionário três intencionalidades. As intencionalidades são consideradas para o estudo como pontos de interesse na busca de respostas e aplicação do questionário.

Figura 26 – Intencionalidades aplicadas à ferramenta: questionário

INTENCIONALIDADES PARA O QUESTIONÁRIO		
Da descoberta teórica	Da descoberta prática	Da percepção do professor
Metodologias utilizadas na disciplina de projeto de moda. Autores do <i>design</i> utilizados na disciplina de projeto de coleção.	Etapas de desenvolvimento de projeto trabalhadas em sala de aula.	Percepção quanto ao uso de uma metodologia projetual, métodos projetuais disponíveis e autores do <i>design</i> que orientem o processo de aprendizagem do estudante.

Fonte: Primária

Dessa forma, as respostas para cada intenção do questionário alinharam-se ao objetivo geral do estudo, havendo também espaço para percepções que surgiram por meio da coleta de dados com o grupo de professores, para o qual foi utilizado o processo participativo na captação de ideias, nas experiências acadêmicas e na indústria, além de conceitos sobre o mercado atual.

O questionário foi estruturado para que as perguntas referentes à descoberta teórica, à descoberta prática e à percepção do professor abordassem o método projetual aplicado em sala de aula. Posteriormente, as intencionalidades foram desmembradas, formando um roteiro que compreendeu 15 questões, conforme a figura 27, que apresenta o questionário que foi aplicado ao grupo de professores de Projeto de Coleção.

⁶ Identificar as metodologias de *design*, de autores específicos e aquelas utilizadas nas disciplinas de Projeto de Coleção; selecionar, analisar e confrontar as metodologias de *design* provenientes de autores e das práticas projetuais em sala de aula, identificando as que são aplicáveis ao processo de desenvolvimento do produto de moda; e propor uma estrutura projetual para o produto vestuário que compreenda o uso flexível de várias ferramentas que, estruturadas, serão aplicadas nas disciplinas de Projeto de Moda, validando-as com os professores da disciplina de Projeto de Coleção de Moda.

Figura 27 – Questionário aplicado aos professores das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV

Objetivo: Trata-se de uma pesquisa exploratória para o levantamento das necessidades do professor para desenvolvimento de uma metodologia de ensino para as disciplinas de Projeto de Coleção.

Tratamento das informações: As informações obtidas nesse questionário serão utilizadas para apresentação de relatório técnico do mestrado em Design da Univille e para desenvolvimento de uma estrutura projetual para o produto do vestuário.

Dados e nome completo:

1. Qual período leciona a disciplina de Projeto de Coleção?
2. Usa alguma metodologia definida para sua disciplina ?
3. As etapas dessa metodologia aplicada em projeto ficam claramente registrada durante o processo?
4. Usa autores do *design* em sua disciplina?
5. Esses autores do *design* utilizados em sua disciplina são divulgados?
6. O que pensa sobre métodos projetuais aplicados em disciplinas de projeto?
7. O roteiro facilita o desempenho dos estudantes?
8. Como trabalha as fases do projeto de sua disciplina de projeto de coleção?
9. Tem dificuldade de ter uma metodologia que guie seu projeto?
10. Quais são seus autores base para construção de suas aulas?
11. Quais os principais temas aplicado durante suas aulas de projeto de coleção?
12. Para você uma metodologia poderia ser por intermédio de :
13. Utiliza alguma metodologia proposta para moda em suas aulas? Se sim, qual?
14. Cite metodologias para moda que considera relevante.
15. Acha que uma metodologia guiando um curso de Design traria benefícios para a instituição?
16. Quais os autores do *design*/desenho industrial que acha relevante para o trabalho de metodologia projetual ?

Fonte: Primária

O questionário foi direcionado aos professores da disciplina Projeto de Coleção, considerando que, com base na visão geral das disciplinas de Projeto de Coleção de Moda I, II, III e IV, os demais professores do curso de Design de Moda poderiam ser integrados em etapas subsequentes. Para a aplicação do questionário, optou-se pelo envio do *e-mail* para os professores de Projeto de Coleção do curso de Design de Moda do Senai/Curitiba, entre os dias 26 e 28 de junho de 2015.

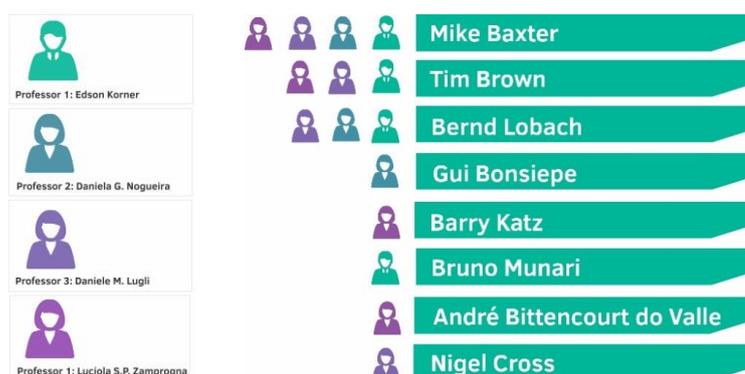
3.4.2 Da condução às descobertas do questionário

As descobertas e percepções foram estruturadas abrangendo as seguintes intencionalidades: intencionalidade da descoberta teórica, intencionalidade da descoberta prática e intencionalidade da percepção do professor.

Quanto à intencionalidade da descoberta teórica, pretendia-se por meio do questionário detectar quais metodologias do *design* eram aplicadas para cada projeto de coleção e quais autores poderiam ser trabalhados.

Os quatro professores que responderam ao questionário afirmaram que utilizam metodologias do *design* como guia para o desenvolvimento de produtos de moda. Os autores estão presentes na bibliografia básica da disciplina e relacionados na figura a seguir.

Figura 28 – Autores utilizados por professores da disciplina Projeto de Coleção I, II, III e IV



Fonte: Primária

Quanto aos autores, quatro professores utilizam Mike Baxter. Salienta-se que Baxter⁷ foi citado por professores das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV, que ressaltaram a importância de um método e destacaram a sequencialidade de etapas requerida para o desenvolvimento de projetos de coleção de moda e de produtos do vestuário. Os autores mais evidenciados, ao lado de Baxter, foram Löbach e Tim Brown (também pela sequencialidade das etapas).

Verificou-se também que, para atingir resultados que exploram *insights* (discernimento, compreensão súbita ou iluminação), ideias e inovações, Tim Brown é

⁷ Para Baxter (2011), o desenvolvimento de um novo produto é um método sistemático de projeto que auxilia no processo, o qual exige uma abordagem interdisciplinar, abrangendo métodos de *marketing*, engenharia de métodos e a utilização de conceitos de estética e estilo. O autor propõe um modelo de processo de desenvolvimento de projetos de produto para produção em massa, detalhando cada etapa do processo.

o autor utilizado por três professores que responderam ao questionário. Os métodos de Brown⁸, e do *design thinking*, estão sincronizados com o cenário atual, que exige do *designer* um pensamento organizado, porém interativo, sem deixar de lado a busca por soluções que surgem por meio da exploração de métodos criativos.

Apurou-se ainda se o professor fazia a junção entre metodologias do *design* e metodologias de moda, combinando esses métodos para mais flexibilidade nas etapas e adequação ao *design* de moda (respostas associadas às questões de números 12 e 13). As respostas permitiram a visualização, conforme a figura 29, dos autores das metodologias de moda e de *design* usados em conjunto.

Figura 29 – Autores das metodologias de moda e de *design* usados pelo professor em conjunto

INTEGRAÇÃO ENTRE PROCESSOS METODOLÓGICOS DE MODA E DESIGN		
IDENTIFICAÇÃO	METODOLOGIA MODA graduação	METODOLOGIA DESIGN
 Professor 1: Edson Korner	SUE JENKYN JONES SANDRA RECH DORIS TREPTOW MARIA C. F. MONTEMEZZO	TIM BROWN MIKE BAXTER BRUNO MUNARI BERND LOBACH
 Professor 2: Daniela G. Nogueira	ESCOLA MARANGONI SANDRA RECH DORIS TREPTOW	MIKE BAXTER GUI BONSIPE BERND LOBACH
 Professor 3: Daniele M. Lugli	DORIS TREPTOW	TIM BROWN MIKE BAXTER NIGEL CROSS BERND LOBACH
 Professor 1: Luciola S.P. Zamprogna	SUE JENKYN JONES SANDRA RECH DORIS TREPTOW	TIM BROWN MIKE BAXTER BARRY KATZ ANDRE B.DO VALLE

Fonte: Primária

⁸ O processo de Brown (Idea) dá ênfase à criatividade e ao mercado, e o trabalho da Idea é continuamente aprimorado. Segundo Kelley e Littman (2001), o processo é simples e pode ser aplicado em qualquer tipo de produto.

O grupo de professores da disciplina Projeto de Coleção relatou que não usa nenhuma metodologia completa específica para a moda, e sim combinações de literaturas de *design* que se enquadram ao *briefing* proposto nos projetos. Para as combinações entre as diferentes literaturas, foram destacados autores que trazem métodos para o *design* de moda, como Marangoni, Treptow, Montemezzo, Rech e Gomes.

Nas respostas, verificou-se que: 1) não há uma metodologia específica e completa aplicada na íntegra na resolução de um projeto, o que, por sua vez, exige flexibilidade de métodos para atingir resultados que atendam à demanda do mercado de moda atual; 2) para as disciplinas de Projeto de Coleção III e Projeto de Coleção IV, que apresentam forte ligação com o desenvolvimento de produtos de moda para o mercado (atendendo à demanda do *fast-fashion* e da confecção de uniformes e estampania aplicada ao produto), os professores utilizam, de forma empírica, muito da sua experiência pessoal trazida do seu trabalho para a indústria e marcas de moda; 3) professores consideram que a adaptação entre metodologias projetuais e a experiência trazida da indústria dão maleabilidade e novas perspectivas para os alunos resolverem questões atuais referentes a Projeto de Coleção III e IV.

Por sua vez, a intencionalidade da descoberta prática consistiu em levantar informações sobre as etapas de desenvolvimento de projetos aplicados em sala de aula. As perguntas formuladas com essa intenção foram: O uso de um roteiro facilita o desempenho dos estudantes? Como são trabalhadas as fases de projeto na sua disciplina? Tem dificuldade de usar uma metodologia que guie seu projeto? Quais os principais temas aplicados durante suas aulas de projeto?

Os quatro professores que responderam ao questionário usam metodologias do *design* como guia para o desenvolvimento do produto de moda. Com as respostas, pôde-se evidenciar como trabalham as fases em suas disciplinas, conforme a figura 30.

Figura 30 – Fases aplicadas nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV

	PROJETO DE COLEÇÃO I	Análise	Elaboração	Desenvolvimento	Comunicação
	PROJETO DE COLEÇÃO II	Pesquisa	Experimentação	Análise	Documentação
	PROJETO DE COLEÇÃO III	<i>Briefing</i>	Pesquisa	Desenvolvimento	
	PROJETO DE COLEÇÃO IV	Estudos	Pesquisa de campo/comportamento	Planejamento de produto	Execução

Fonte: Primária

Observou-se que as fases de um projeto são orientadas (progressivamente) para o resultado final a ser alcançado. Ressalta-se a relevância da estrutura em fases, permitindo que o estudante visualize e entenda o processo no qual está inserido.

Quanto às estratégias, como as fases são trabalhadas pelo professor em sala de aula, há o uso de aulas expositivas e teóricas, seguidas das práticas baseadas nas ferramentas que possibilitam solucionar questões referentes ao desenvolvimento do produto.

No curso de Design de Moda as quatro disciplinas de Projeto de Coleção se apresentam nos quatro semestres e evoluem de projetos de baixa e média para alta complexidade. Para identificar a consonância entre o cenário atual da indústria da moda e o tema tratado em cada período da disciplina de Projeto de Coleção, foi perguntado aos quatro professores o tema que conduz os projetos em suas disciplinas. A figura 31 traz o resultado.

Figura 31 – Temas trabalhados nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV

	DISCIPLINA	TEMA TRABALHADO POR PROJETO
	PROJETO DE COLEÇÃO I	Desenvolvimento de coleção com foco na SUSTENTABILIDADE
	PROJETO DE COLEÇÃO II	Desenvolvimento de coleção centrado no usuário
	Projeto de coleção III	Desenvolvimento de coleção voltado ao sistema <i>fast fashion</i>
	PROJETO DE COLEÇÃO IV	1) Desenvolvimento de projeto para uniformes 2) Desenvolvimento de projeto para Estamparia Moda Praia

Fonte: Primária

Considerando o conteúdo previsto na ementa, os professores possuem liberdade para articular sua disciplina, mantendo as complexidades necessárias, porém alinhando os temas de estudo com o cenário atual do mercado na indústria têxtil. Assim, a disciplina de Projeto de Coleção é atualizada e, com base na ementa prevista, os temas são articulados. Percebeu-se um enfoque diferenciado em cada projeto, que por sua vez é conduzido com etapas e ferramentas distintas para cada tema.

A fim de completar a última intencionalidade para o questionário, buscou-se perceber o pensamento do professor sobre a utilização de uma proposta projetual orientadora do processo de aprendizagem no curso. As questões levantadas foram: O que pensa sobre métodos projetuais aplicados nas disciplinas de Projeto de Coleção? Acha que alguma metodologia para o *design* de moda traria benefícios para a instituição?

Os quatro professores acreditam que métodos projetuais são fundamentais para atender às necessidades de um projeto, e o roteiro torna-se um processo norteador para estudantes com pouco conhecimento e experiência. Pensam, ainda, que as etapas de projeto de moda são simultâneas e interdisciplinares, o que permite adaptar as metodologias/os autores para as particularidades de cada projeto.

3.5 WORKSHOPS

O segundo instrumento trabalhado foi o *workshop*, cuja escolha se justifica e se situa como estratégia do *design* participativo no capítulo 3. Salienta-se que no caso desta pesquisa tal instrumento foi utilizado com a intenção de aproximar os professores do curso de Design de Moda, de registrar/compartilhar suas experiências acadêmicas em Projeto de Coleção e de construir uma estrutura adequada ao cenário do CST em Design de Moda do Senai/Curitiba.

Considerando a relevância das discussões que são conduzidas com base no encontro de pessoas com saberes afins, foram aplicados três *workshops*, divididos por temas de interesse que se alinham ao objetivo geral deste estudo. O planejamento dos *workshops* está explicitado na figura 32.

Figura 32 – Planejamento dos *workshops*

WORKSHOP 1: INTENCIONALIDADE
<p>Data: 2 de fevereiro de 2016.</p> <p>Participantes: Professores da unidade curricular de PROJETO DE COLEÇÃO I, II, III e IV.</p> <p>Objetivo: Analisar os temas tratados nas disciplinas de projeto de coleção, levantar as etapas utilizadas na condução dos projetos.</p>
WORKSHOP 2: INTENCIONALIDADE
<p>Data: 12 de fevereiro de 2016</p> <p>Participantes: Professores da unidade curricular de PROJETO DE COLEÇÃO I, II, III e IV.</p> <p>Objetivo: Identificar e organizar várias etapas dos autores design. Criar fases macroestruturais para as disciplinas de projeto de coleção.</p>
WORKSHOP 3: INTENCIONALIDADE
<p>Data: 25 de fevereiro de 2016</p> <p>Participantes: Todos professores do CST em design de moda.</p> <p>Objetivo: Identificar quais capacidades são importantes para o estudante durante seu processo de formação.</p>

Fonte: Primária

A preparação, a condução e as descobertas relacionadas a cada *workshop* são relatadas ao longo do capítulo. Ressalta-se que por conta do caráter progressivo da realização dos *workshops* e da interdependência dos resultados alcançados em cada *workshop* para o refinamento do próximo, cada um é detalhado por ordem de acontecimento, para favorecer a compreensão da experiência em sua totalidade.

3.5.1 Workshop 1

3.5.1.1 Workshop 1: preparação

O *workshop* 1 foi planejado para ser um momento de troca de experiências dos professores de Projeto de Coleção, promovendo discussões orientadas com base nas intencionalidades propostas (figura 26). Privilegiando a geração de ideias como condutora de novas práticas pedagógicas, também foi considerada a percepção do coordenador/autor deste estudo.

Com o instrumento de pesquisa denominado *workshop* 1, pretendeu-se um mergulho maior nessas informações a fim de identificar quais temas são tratados e quais etapas são utilizadas na condução do produto final de cada projeto de coleção. Com esse intuito, os professores das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV foram convidados a compartilhar: suas práticas pedagógicas em sala de aula, a abordagem aplicada nas metodologias e as etapas de projeto usadas por semestre.

O *workshop* 1 foi realizado em 2 de fevereiro de 2016 com quatro horas programadas e o mesmo grupo composto pelos quatro professores da disciplina de Projeto de Coleção I, II, III e IV já apresentados na figura 22. Para a participação dos integrantes, a preparação do *workshop* 1 privilegiou um espaço confortável, munindo a todos de material de suporte (*post-it*, quadro branco, canetas), para o momento que estariam focados nas questões a serem compartilhadas e discutidas.

A preparação incluiu a entrega do material de suporte, do plano de ensino das disciplinas de Projeto de Coleção (anexos 2, 3, 4 e 5) para leitura, com a intenção de situar o professor a respeito da dinâmica do *workshop* 1 e da organização do roteiro para o dia da aplicação.

A figura 33 apresenta o roteiro da atividade. É importante dizer que ele permitiu utilizar melhor o tempo para coletar informações para as intencionalidades propostas.

Figura 33 – Roteiro do *workshop* 1

ROTEIRO PARA WORKSHOP 1: EQUIPE SENAI DESIGN DE MODA



Fonte: Primária

Com a chegada dos professores, foi feita a apresentação do coordenador/autor quanto aos objetivos do *workshop* 1: obter a visualização de todos os projetos quanto aos procedimentos metodológicos utilizados.

3.5.1.2 Da condução às descobertas do *workshop* 1

A condução e as descobertas dessa atividade foram estruturadas abrangendo as seguintes intencionalidades: intencionalidade do conhecimento metodológico dos projetos, intencionalidade do alinhamento dos métodos de *design* e moda e intencionalidade da percepção do professor.

A participação dos professores de Projeto de Coleção foi fundamental para a discussão sobre o uso das metodologias do *design* na constituição das etapas. O *workshop* 1 começou com a apresentação da primeira intencionalidade: discutir o objetivo metodológico do projeto quanto ao uso das metodologias do *design* na constituição das etapas, temas e autores. Com esse cenário, cada professor apresentou os objetivos gerais de sua disciplina. Em seguida foram iniciadas as discussões, e os professores do grupo foram convidados a definir seu projeto em uma palavra.

Optou-se pelo uso da palavra-chave (conforme figura 34), em razão do seu caráter de síntese e por entender que, para a evolução do *workshop* 1, a definição por parte de cada professor de palavra-chave relacionada à ação que ocorre na sua disciplina de projeto desencadeia a obtenção das respostas.

Figura 34 – Palavras-chave: ação que ocorre nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV



Fonte: Primária

Dessa forma, com a definição das palavras-chave (projetação, experimentação, atualização, profissionalização) dada pelos professores da disciplina Projeto de Coleção I, II, III e IV, foi possível visualizar com mais clareza os norteadores de cada projeto que conduzem as etapas projetuais da disciplina. A palavra-chave imprime um verbo de ação e, ao serem questionados sobre uma palavra que definisse sua disciplina, os professores estabeleceram a tônica do seu projeto.

Para a disciplina Projeto de Coleção I, em função do contato inicial com a metodologia projetual, a palavra *projetação* define as ações que ocorrem na disciplina. É importante que nesse primeiro contato com a atividade projetual no *design* de moda o estudante tenha uma visão ampla de todas as etapas projetuais da cadeia têxtil.

Para a disciplina Projeto de Coleção II, a palavra definida pelo professor, *experimentação*, engloba o processo de prototipagem que acontece nas etapas projetuais de Projeto de Coleção II. Assim, com essa abordagem ao longo das

disciplinas de Projeto de Coleção I e II, o estudante está preparado para a atualização.

A palavra definida pelo professor de Projeto de Coleção III, que trata das tendências de mercado no contexto do *design* de moda, direcionando o estudante a desenvolver produtos de moda em consonância com as tendências de mercado e consumo atuais, foi *atualização*.

Para o professor da disciplina Projeto de Coleção IV, a palavra *profissionalização* foi escolhida, pois as ações que integram a atividade projetual tratam da viabilidade comercial e da apresentação final do produto de modo profissional.

Com a identificação das palavras-chave, o *workshop* evoluiu para a próxima questão, e os professores foram mobilizados a responder a respeito do tema de projeto de coleção abordado. Uma vez que Projeto de Coleção mantém características distintas entre si (I, II, III e IV), foi importante para a coleta de dados do *workshop* 1 saber se as palavras definidas pelo grupo de professores (projeção, experimentação, atualização, profissionalização) alinham-se ao tema (conforme figura 35) e ao nível de complexidade de cada Projeto de Coleção (I, II, III e IV).

Figura 35 – Temas e palavras-chave que ocorrem nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV

	DISCIPLINA	TEMA TRABALHADO POR PROJETO	PALAVRAS-CHAVE PROJETO DE COLEÇÃO
	PROJETO DE COLEÇÃO I	Processo/ SUSTENTABILIDADE	PROJEÇÃO (metodologias projetuais)
	PROJETO DE COLEÇÃO II	Centrado no usuário	EXPERIMENTAÇÃO (do processo prototipar)
	PROJETO DE COLEÇÃO III	<i>Fast-fashion</i>	ATUALIZAÇÃO (tendência/mercado)
	PROJETO DE COLEÇÃO IV	1) Uniformes 2) Estamparia moda praia	PROFISSIONALIZAÇÃO (viabilidade comercial)

Fonte: Primária

Com o conhecimento do tema de todos os projetos, foi incentivada uma discussão conjunta sobre a coerência entre a palavra-chave e o tema de cada projeto de coleção. Essa discussão trouxe uma resposta positiva de todos os professores quanto à palavra-chave que define a tônica de seu projeto e a pertinência com o tema proposto.

Na sequência, ainda referente ao tema, abriu-se outra discussão direcionada pelo autor com foco na adequação dos temas de cada projeto (processo e sustentabilidade, centrado no usuário, *fast-fashion*, uniformes e estamparia moda praia) ao cenário atual do mercado da moda. O grupo de professores compartilhou como observa o cenário atual do mercado de moda e como, com base nele e em suas demandas, conduz os temas de estudo. Essa observação foi importante para o trabalho, uma vez que se constatou que Projeto de Coleção III e Projeto de Coleção IV podem ter seus temas alterados, já no segundo semestre de 2016. Nesse momento, os professores fizeram anotações pessoais a fim de que as discussões pudessem ser retomadas futuramente, alinhando o tema de projeto com o estudo de mercado e o comportamento de consumo atuais.

Os temas são flexíveis e permitem o uso de diferentes métodos e ferramentas do *design* para o seu desenvolvimento. Ainda que ocorra a mudança do tema, o professor pode transitar na metodologia de *design* elencando quais etapas e fases são mais adequadas para o desenvolvimento do produto de moda.

Aprofundando a discussão, sondaram-se o uso de metodologias projetuais e sua abordagem por autores do *design*. Para isso, o grupo de professores destacou, no seu respectivo tema de projeto, as etapas que compõem o desenvolvimento do produto de moda.

Cada professor foi convidado a preencher, com papel e caneta, suas etapas, o que possibilitou a todos visibilidade quanto ao tamanho das etapas, sequência de complexidade entre projetos, afinidades e pontos de diferença entre as disciplinas I, II, III e IV.

Figura 36 – Workshop 1: professores e as etapas das disciplinas de Projeto de Coleção



Fonte: Primária

Na figura 37 estão representadas as etapas de cada período de Projeto de Coleção, contidas também na figura anterior.

Figura 37 – Workshop 1: temas e etapas relacionados pelos professores

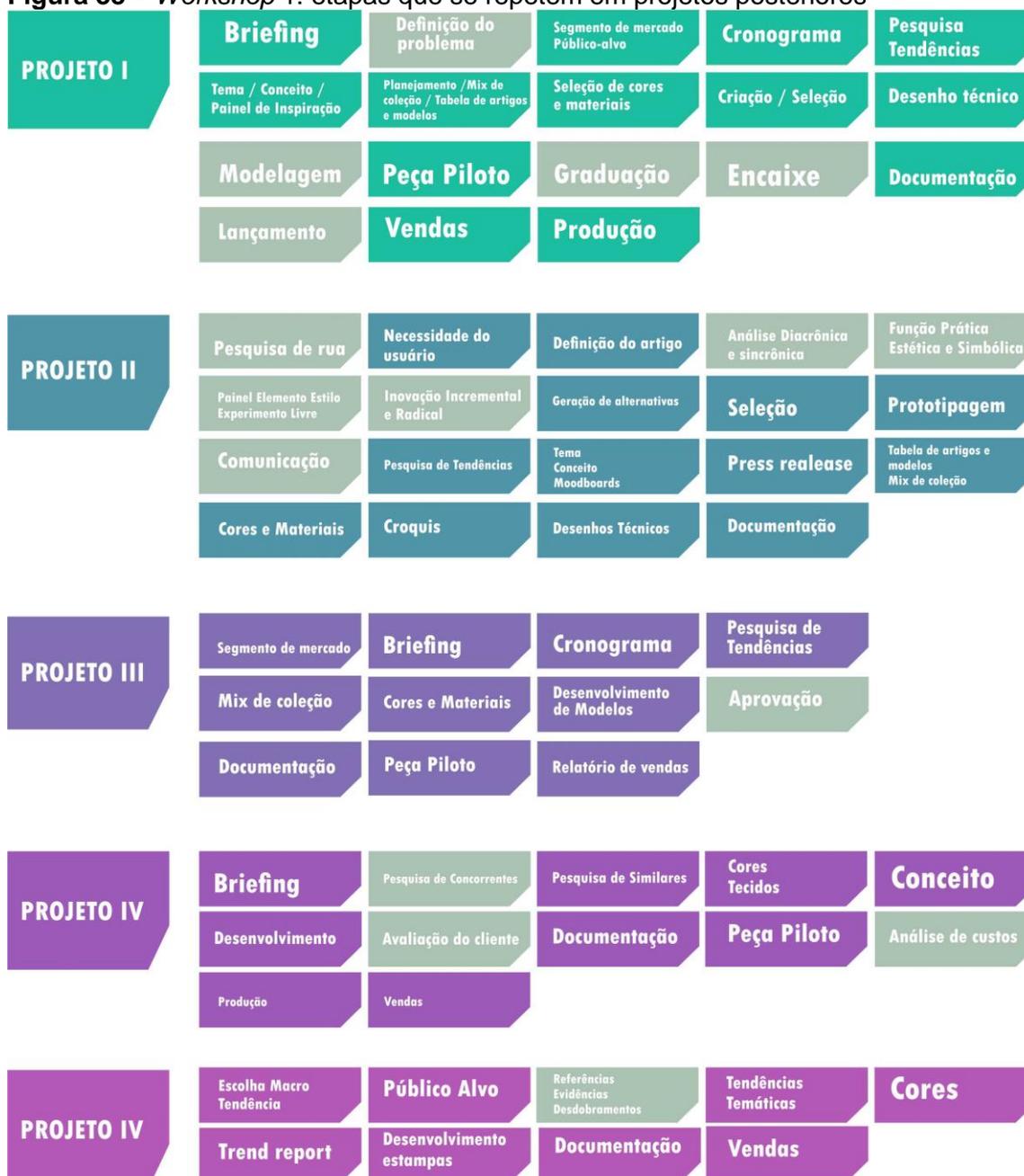


Fonte: Primária

A disciplina Projeto de Coleção I objetiva a construção de um raciocínio lógico e o conhecimento das etapas projetuais, por isso sua extensão. A Projeto de Coleção II, cujo caráter é o de experimentação, tem foco no usuário e para isso faz uso de mais etapas projetuais. Por sua vez, a disciplina III contempla uma visão de mercado com o uso do *fast-fashion*. Já a disciplina Projeto de Coleção IV é a que mais etapas possui, porém há uma divisão de conteúdos, pois o projeto engloba o desenvolvimento de dois produtos diferentes, uniformes e moda praia.

Ainda sobre o uso de metodologias projetuais e sua abordagem por autores do *design*, com base nas etapas destacadas pelo grupo de professores em Projeto de Coleção I, II III e IV, observou-se também que algumas etapas são reforçadas, aparecendo novamente em projetos diferentes.

Figura 38 – Workshop 1: etapas que se repetem em projetos posteriores



Fonte: Primária

No segundo momento, com base na observação dos professores sobre o painel formado pelas etapas projetuais, foram destacadas aquelas que não são reforçadas nos demais projetos, muitas vezes ficando restritas a um único período de Projeto de Coleção.

Figura 39 – *Workshop 1*: etapas restritas a um período da disciplina Projeto de Coleção



Fonte: Primária

Notou-se que para a disciplina Projeto de Coleção I, em que há o contato inicial com a metodologia projetual de *design*, e para a disciplina Projeto de Coleção II, cujos caráter de experimentação e foco estão nas necessidades do usuário, são utilizadas etapas projetuais não conhecidas pelos estudantes. Tais etapas se apresentam como uma nova oportunidade para ampliar suas competências e habilidades. As disciplinas de Projeto de Coleção III e IV também contêm novas etapas, e estas por sua vez estão conectadas às demandas do mercado atual e ao comportamento de consumo.

Da observação das etapas projetuais que constituem cada projeto, partiu-se para o levantamento dos autores que trazem em sua teoria as etapas mencionadas. Os autores foram inicialmente citados no questionário aplicado e respondido pelo grupo de professores. Na ocasião, pôde-se conhecer em quais autores e metodologias projetuais os professores apoiam sua unidade curricular/disciplina.

Importante ressaltar que o uso das etapas projetuais é o grande facilitador para que o produto final seja viabilizado. As discussões (ao final dessa intencionalidade) evidenciaram a necessidade de adequação dos temas das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV e de atualização, considerando aspectos como sustentabilidade e interdisciplinaridade.

Percebeu-se que os professores das disciplinas de Projeto de Coleção utilizam autores do *design* que fundamentam a metodologia projetual, porém a comunicação entre os professores acerca da metodologia projetual adotada e da articulação entre outras unidades curriculares/disciplinas (que podem auxiliar no desenvolvimento projetual) não fica clara, uma vez que a informação está disponível somente nos planos de aula⁹.

Por meio do *workshop* 1, pretendia-se verificar de forma participativa com os professores da disciplina se há junção entre as metodologias específicas do Design de Moda e do Design Industrial, ocorrendo então complementariedade.

⁹ O plano de aula é um instrumento no qual o professor aborda de forma detalhada as atividades que pretende executar em sala de aula e os meios para realização das mesmas.

Com base no levantamento dos autores de *design* que são utilizados pelo grupo de professores de Projeto de Coleção, verificou-se se existe um balanço entre as metodologias de *design* e de moda utilizadas em cada projeto. Os autores de moda e de *design* distribuem-se nas disciplinas de Projeto de Coleção, conforme figura 40.

Figura 40 – Autores de moda e *design* apresentados nas disciplinas de Projeto de Coleção

DISCIPLINA	TEMA TRABALHADO PROJETO	METODOLOGIA EM DESIGN	METODOLOGIA MODA
Projeto de coleção I	Processo/	Tim Brown Mike Baxter Bruno Munari Gui Bonsiepe	Sandra Rech Doris Treptow Maria F. C. Montemezzo Sue Junkye Jones
Projeto de coleção II	Centrado usuário	Mike Baxter Gui Bonsiepe Bernd Lobach	Escola Marangoni Sandra Rech Doris Treptow Maria F. C. Montemezzo
Projeto de coleção III	Fast fashion	Tim Brown Mike Baxter Bernd Lobach Nigel Cross	Doris Treptow
Projeto de coleção IV	1. Uniformes 2 Estamparia Moda Praia	Tim Brown Mike Baxter Barry Katz André B. do Valle	Sandra Rech Sue Junkye Jones Doris Treptow

Fonte: Primária

A soma de autores que referenciam as metodologias associados à moda é superada pelo número de autores do *design* industrial, o que resulta na busca por ferramentas que nem sempre estão alinhadas diretamente às especificidades do desenvolvimento de um produto de moda. Observou-se, com os professores, que a disciplina Projeto de Coleção III (cujo tema é o *fast-fashion*) possui pouco apoio bibliográfico, relacionado ao desenvolvimento projetual (contemplando fases e etapas) de produtos dessa natureza.

Nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II e IV, ocorre a equiparação entre metodologias do *design* e metodologias de moda. Em discussão com o grupo de professores, levantou-se que esse fato decorre do caráter sistematizado e processual que esses projetos de coleção apresentam fazendo uso de métodos consolidados do *design*.

Para a disciplina de Projeto de Coleção II, os autores Bonsiepe (1983; 1984; 2011) e Löbach (2001) apresentam as ferramentas que regem o projeto centrado no

usuário e que proporcionam resultados progressivos, culminando no produto final. Já nas disciplinas de Projeto de Coleção I, III e IV, encontra-se Tim Brown (2010), que aproxima o *design* de novas ferramentas que exploram o processo criativo. Na percepção conjunta dos professores é importante esse contato do estudante com diferentes ferramentas, trazendo maleabilidade para a busca de soluções projetuais e considerando as capacidades de cada estudante.

Unir as metodologias do *design* industrial com as do *design* de moda faz parte de um esforço conjunto dos professores. Considera-se importante que, para diferentes temas de projeto de coleção, o professor diversifique fases projetuais e ferramentas disponibilizadas pelos autores, utilizando as mais adequadas para a resolução do problema.

Com base nas palavras-chave levantadas ao longo do *workshop*, foi possível visualizar os temas que permeavam cada projeto. Com todos os dados em mãos, desenvolveu-se no decorrer do *workshop* um mapa mental das disciplinas de Projeto de Coleção, o que permitiu a visualização da estrutura e de etapas projetuais usadas em cada unidade curricular/disciplina de Projeto de Coleção.

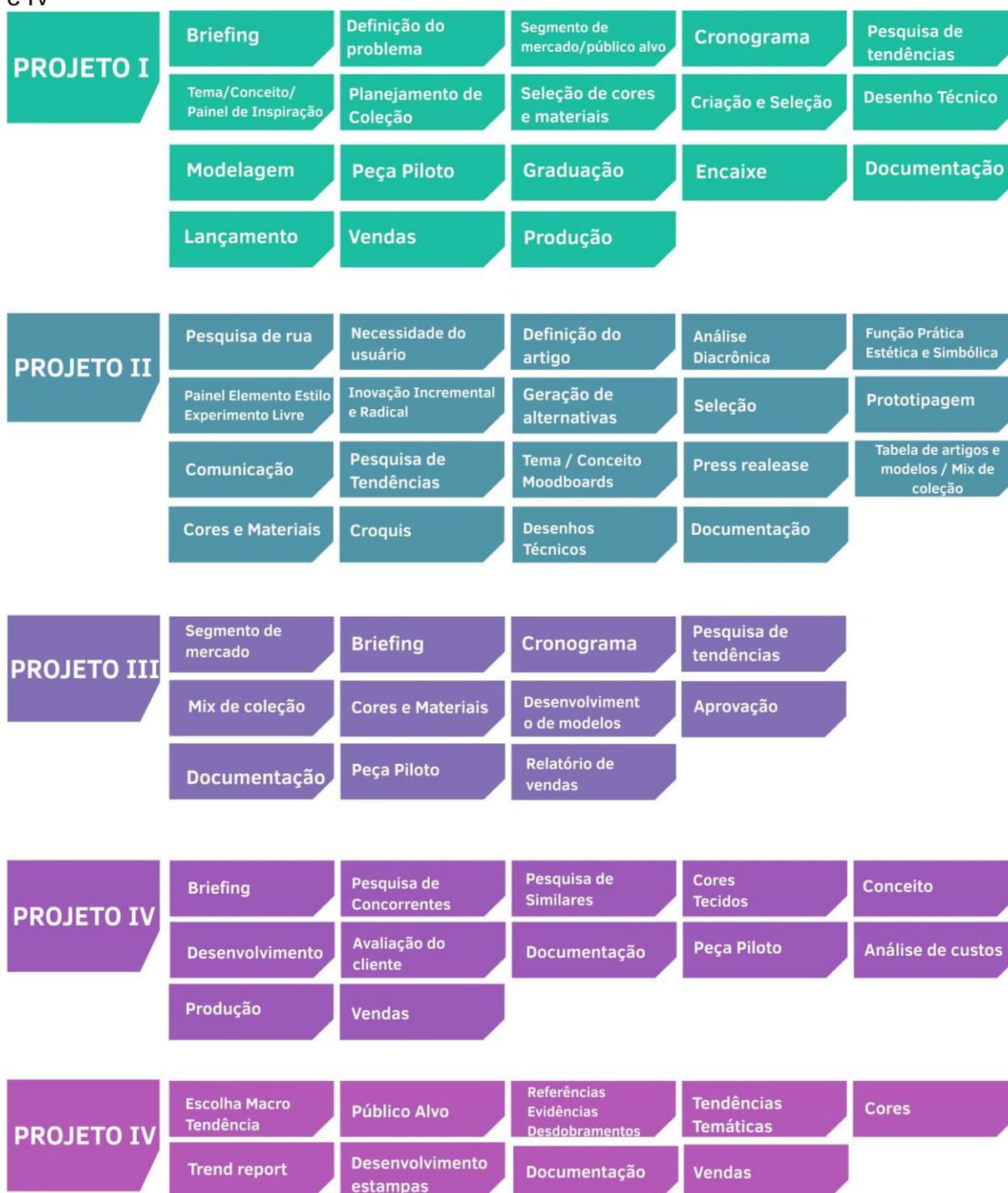
Figura 41 – *Workshop* 1: resultado do mapa mental com todas as etapas das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV



Fonte: Primária

O mapa mental foi transposto para o quadro a seguir e permitiu ao autor identificar a quantidade de etapas por temas de projeto, levando em conta que as disciplinas de Projeto de Coleção II, III e IV recebem a mesma carga horária (35 horas semestrais), enquanto a disciplina de Projeto de Coleção I possui o dobro de horas (70 horas semestrais).

Figura 42 – Mapa mental com todas as etapas das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV



Fonte: Primária

Percebendo as oportunidades interdisciplinares mediante a disciplina Projeto de Coleção, outras unidades curriculares/disciplinas do curso de Design de Moda permitem a visualização da interdisciplinaridade que já se possui. Identificam-se na figura 43 as unidades curriculares/disciplinas que já fazem ações efetivas na disciplina Projeto de Coleção.

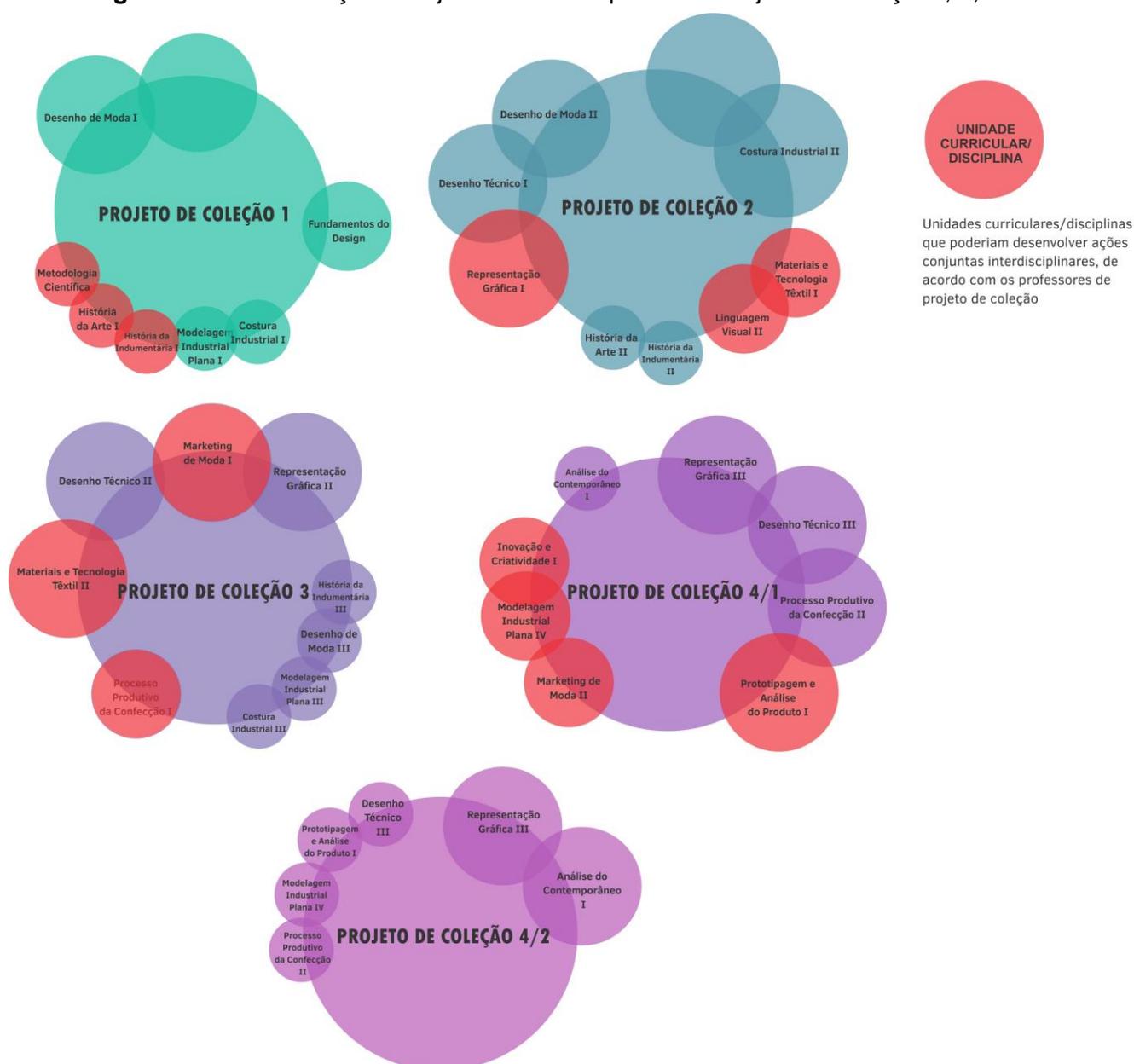
Figura 43 – Disciplinas que aplicam interdisciplinaridade nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV

PROJETO DE COLEÇÃO I	PROJETO DE COLEÇÃO II	PROJETO DE COLEÇÃO III	PROJETO DE COLEÇÃO IV
Desenho de Moda I	Desenho de Moda II	Desenho Técnico II	Desenho Técnico III
Fundamentos do Design	Desenho Técnico I	Processo Produtivo da Confecção I	Processo Produtivo da Confecção II
Linguagem Visual I	Linguagem Visual II	Modelagem Industrial Plana III	Análise do Contemporâneo I
	História da Indumentária II	Costura Industrial III	Representação Gráfica III
	Modelagem Industrial Plana II	Representação Gráfica II	
	Costura Industrial II	Materiais e Tecnologia Têxtil II	
	Representação Gráfica I		
	Materiais e Tecnologia Têxtil I		

Fonte: Primária

Com a visualização da figura 43, que mostra as unidades curriculares/disciplinas que hoje atuam nos projetos, foi proposto que os professores idealizassem para o próximo semestre (agosto de 2016) quais unidades curriculares/disciplinas poderiam desenvolver ações conjuntas interdisciplinares em seus projetos. A figura 44 demonstra os resultados desse exercício.

Figura 44 – Futuras ações conjuntas das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV¹⁰



Fonte: Primária

Os professores das disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III e IV definiram como importante uma ação futura com as unidades curriculares/disciplinas identificadas na figura anterior usando a cor vermelha. Nesse momento do *workshop* 1, abriu-se espaço para a reflexão do quanto ainda podem ser exploradas de forma conjunta as demais unidades curriculares/disciplinas do curso de Design de Moda, juntamente com os resultados pretendidos em Projeto de Coleção.

¹⁰ A unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção IV divide-se em dois projetos durante o semestre.

É salientado que ao término do *workshop* 1 foi possível: figurar as abordagens teóricas e os autores utilizados e visualizar o conjunto de metodologias projetuais e etapas.

Uma vez mapeadas as abordagens, avançou-se para o *workshop* 2, na intenção de compor um quadro visual com as metodologias projetuais dos quatro períodos de Projeto de Coleção. Considera-se que a visualização de todo o conjunto das práticas projetuais é o que levará ao resultado final deste estudo, passando o que antes era somente verbalizado para uma estrutura gráfica visual compartilhável entre todos.

Realça-se que, dos *insights* provenientes do *workshop* 1, é fundamental levar para discussões futuras as possibilidades de trabalho em conjunto entre as unidades curriculares/disciplinas de Projeto de Coleção e as demais unidades curriculares/disciplinas que formam o curso de Design de Moda do Senai/Curitiba. Assim que a informação sobre o que acontece em cada Projeto de Coleção fica clara para todos, é possível analisar com maior profundidade se os temas estão pertinentes ao contexto atual do mercado da moda. Ao analisar os temas, surge a necessidade de evidenciar e conhecer as etapas projetuais utilizadas para cada projeto de coleção. Portanto, foi natural que o *workshop* 1 tivesse sua continuidade por intermédio do planejamento do *workshop* 2.

3.5.2 Workshop 2

3.5.2.1 Workshop 2: preparação

O *workshop* 2, que teve por objetivos identificar e organizar as várias etapas utilizadas nas disciplinas de Projeto de Coleção I, II, III, IV, foi realizado em 12 de fevereiro de 2016 com a participação do mesmo grupo de professores. A figura 45 apresenta o roteiro da atividade.

Figura 45 – Roteiro para o *workshop 2*

AQUECIMENTO	14h Chegada dos professores convidados 14:15h Aquecimento - Leitura dos resultados do questionário e <i>workshop 1</i>
LEITURA	15h) Apresentação das etapas propostas pelos autores de <i>design</i> 15:30h Levantamento das características comuns entre as fases de <i>design</i>
GERAÇÃO	16:30h Criação das fases projetuais para o curso de <i>design</i> de moda
RESULTADOS	18h Apresentação dos resultados

Fonte: Primária

As discussões foram conduzidas pelo coordenador/autor deste trabalho e, para a preparação do *workshop 2*, foram utilizados os resultados do questionário e do *workshop 1*, bem como as intencionalidades propostas. Tais conteúdos foram entregues via *e-mail* dois dias antes da data do *workshop 2*. A leitura desses conteúdos permitiu a preparação e perceber o foco dos professores, sendo as intencionalidades o ponto de partida para o encontro, que durou quatro horas.

3.5.2.2 Da condução às descobertas do *workshop 2*

A condução e as descobertas dessa atividade foram estruturadas abrangendo as seguintes intencionalidades: intencionalidade da aplicação da teoria dos autores do *design*, intencionalidade da identificação das fases projetuais e intencionalidade da percepção do coordenador.

Com a chegada dos professores, o autor deste estudo retomou as discussões anteriores, expondo sua percepção quanto ao levantamento de dados do questionário e do *workshop 1*. Assim, as intencionalidades do *workshop 2* ficaram nítidas e começaram a ser trabalhadas.

Diferentemente do *workshop 1*, voltado para o levantamento das informações, o *workshop 2* foi mais colaborativo¹¹, pois alinhou a equipe e sincronizou práticas e intenções.

¹¹ A colaboração nesta pesquisa vem no sentido de ajuda e contribuição em busca de um objetivo comum. A cooperação e a colaboração podem ser estabelecidas como uma interação.

Para o *workshop* 2, os autores foram divididos em autores do *design* clássicos e contemporâneos. Essa divisão decorreu (além do tempo cronológico em que as obras foram compostas) das características que, em algumas abordagens metodológicas, são mais relacionadas aos desafios do século XX e, em outras, que consideram os desafios da atualidade¹².

Figura 46 – Autores clássicos e contemporâneos de *design*

AUTORES CLÁSSICOS
BERNHARD E. BURDEK
BERND LOBACH
BRUNO MUNARI
GUI BONSIPE
MIKE BAXTER
AUTORES CONTEMPORÂNEOS
TIM BROWN (IDEO)
LUIZ VIDAL NEGREIROS GOMES
MARIA C. DE FATIMA SANCHES MONTEMEZZO
SANDRA RECH
SUE JENKYN JONES
TREPTOW

Fonte: Primária

Essa divisão permite que os professores adotem metodologias projetuais que se complementam. Ao mesmo tempo, por meio de sua aplicação, ela proporciona segurança para alcançar os resultados finais (autores clássicos) e flexibilidade para os processos criativos que conduzem à inovação (autores mais atuais).

Buscou-se identificar se a prática que compreende os temas de estudo e as etapas corresponde com as teorias dos autores, abordadas no capítulo 2. Para isso, foram mostradas as etapas que cada professor elencou para o seu projeto e, ao lado, as etapas propostas pelos autores do *design*. Com essa informação, entendeu-se que os autores e sua metodologia projetual compõem um cardápio flexível para a disciplina Projeto de Coleção e que a mistura entre autores clássicos e contemporâneos permite que o aluno atinja resultados satisfatórios principalmente

¹² Destaca-se que a abordagem a respeito de metodologias projetuais conduzida no tópico 2.5 (capítulo 2) foi desenvolvida e atualizada iterativamente (de forma reiterada/cíclica) com as informações obtidas aqui no intuito de fundamentar a etapa participativa do estudo de campo.

quando os aspectos que devem ser considerados para o desenvolvimento do produto tratam da inovação, da sustentabilidade, da criatividade, da tecnologia e do processo produtivo do vestuário.

A figura 47 permite a visualização das fases projetuais estruturadas por autores do *design* e por autores de moda. Ela foi concebida e preparada pelo autor, para ser utilizada no *workshop 2*, com base na teoria que trata dos autores do *design* e nas informações levantadas no questionário com o grupo de professores.

Figura 47 – Fases de um projeto de *design*

METODOLOGIAS DESIGN
Fases de um projeto de design

FASES	AUTORES DO DESIGN/DESENHO INDUSTRIAL							AUTORES DO DESIGN DE MODA			
	BURDEK (2010)	LOBACH (2001)	IDEO (2009)	MUNARI (1981)	BONSIEPE (1983)	BAXTER (2011)	GOMES (2001)	MONTEMEZZO (2003)	RECH (2002)	JONES (2005)	TREPTOW (2013)
1	Problemática	Fase de preparação	Compreender	Problema	Problemática	Preparação	Identificação	Planejamento	Geração de conceitos	Briefing	Planejamento
2	Análise da situação	Fase da geração	Observar	Definição do problema	Análise	Geração de ideias	Preparação	Especificação Projeto	Triagem	Desenvolvimento	Cronograma da coleção
3	Definição do problema/ definição de metas	Fase da avaliação	Visualizar	Componentes do problema	Definição do problema	Seleção de ideias	Incubação	Delimitação Conceitual	Projeto Preliminar	Custeio	Parâmetro da coleção
4	Projeto de conceitos/ construção de alternativas	Fase da realização	Avaliar Aprimorar	Recolher dados	Anteprojetos; Geração de alternativas	Revisão do processo criativo	Esquentação	Geração Alternativas	Avaliação Melhoramento	Gerenciamento do tempo	Dimensão da coleção
5	Valoração e precisão das alternativas		Implementar	Análise dos dados	Projeto		Iluminação	Avaliação Elaboração	Prototipagem Projeto final	Inspiração	Pesquisa de Tendências
6	Planejamento do desenvolvimento e de produção			Criatividade	Avaliação, Decisão,		Elaboração	Realização		Apresentação	Desenvolvimento
7				Materiais e tecnologia	Realização		Verificação				Fase de realização
8				Experimentação	Análise final						
9				Modelo							
10				Verificação							
11				Desenho de construção							
12				Solução							

Fonte: Primária

A visualização das fases do projeto de *design* proposta pelos autores permitiu aos professores das disciplinas de Projeto de Coleção a compreensão do universo de cada autor e de suas metodologias. A utilização de teóricos mostra que a predominância de autores clássicos é uma realidade. Quanto aos autores associados ao *design* de moda, com metodologias voltadas para o desenvolvimento de coleção de moda, nota-se que são poucos em comparação aos do *design*.

Houve um momento livre para a troca de ideias entre os professores, que, depois de verem a imagem mostrada na figura 47, puderam encontrar fases e autores que pudessem ser integrados ao seu projeto.

O grupo de professores identificou nas fases propostas por diferentes autores do *design* possibilidades de uso flexível considerando diversas fases e teóricos, para customizar uma única estrutura projetual. Também foram discutidas as similaridades e diferenças nos processos metodológicos de cada autor de *design* e de moda.

As fases projetuais apresentadas anteriormente, na figura 47, foram identificadas por cores. Assim, nessa intencionalidade, com relação aos resultados para o *workshop 2*, pretendeu-se obter (levando em conta as fases dos processos metodológicos de diferentes autores de *design* e moda) um agrupamento por fases, possibilitando a visualização e a comparação de similaridades. Com base nos autores levantados pelo grupo de professores, foi possível compor a figura 48.

Figura 48 – Fases de um projeto de *design*: agrupamento por fases

FASES	AUTORES DO DESIGN/DESENHO INDUSTRIAL							AUTORES DO DESIGN DE MODA			
	BURDEK (2010)	LOBACH (2001)	IDEO (2001)	MUNARI (1981)	BONSIPE (1983)	BAXTER (1998)	GOMES (2000)	MONTEMEZZO (2003)	RECH (2002)	JONES (2005)	TREPTOW (2007)
1	Problematização	Fase de preparação	Compreender	Problema	Problematização	Preparação	Identificação	Planejamento	Geração de conceitos	Briefing	Planejamento
2	Análise da situação	Fase da geração	Observar	Definição do problema	Análise	Geração de idéias	Preparação	Especificação Projeto	Triagem	Desenvolvimento	Cronograma da coleção
3	Definição do problema/ definição de metas	Fase da avaliação	Visualizar	Componentes do problema	Definição do problema	Seleção de idéias	Incubação	Delimitação Conceitual	Projeto Preliminar	Custeio	Parâmetro da coleção
4	Projeto de conceitos/construção de alternativas	Fase da realização	Avaliar Aprimorar	Recolher dados	Anteprojeto; geração de alternativas	Revisão do processo criativo	Esquentação	Geração Alternativas	Avaliação Melhoramento	Gerenciamento do tempo	Dimensão da coleção
5	Valoração e precisão das alternativas		Implementar	Análise dos dados	Projeto		Iluminação	Avaliação Elaboração	Prototipagem Projeto final	Inspiração	Pesquisa de Tendências
6	Planejamento do desenvolvimento e de produção			Criatividade	Avaliação, decisão,		Elaboração	Realização		Apresentação	Desenvolvimento
7				Materiais e tecnologia	Realização		Verificação				Fase de realização
8				Experimentação	Análise final						
9				Modelo							
10				Verificação							
11				Desenho de construção							
12				Solução							

Fonte: Primária

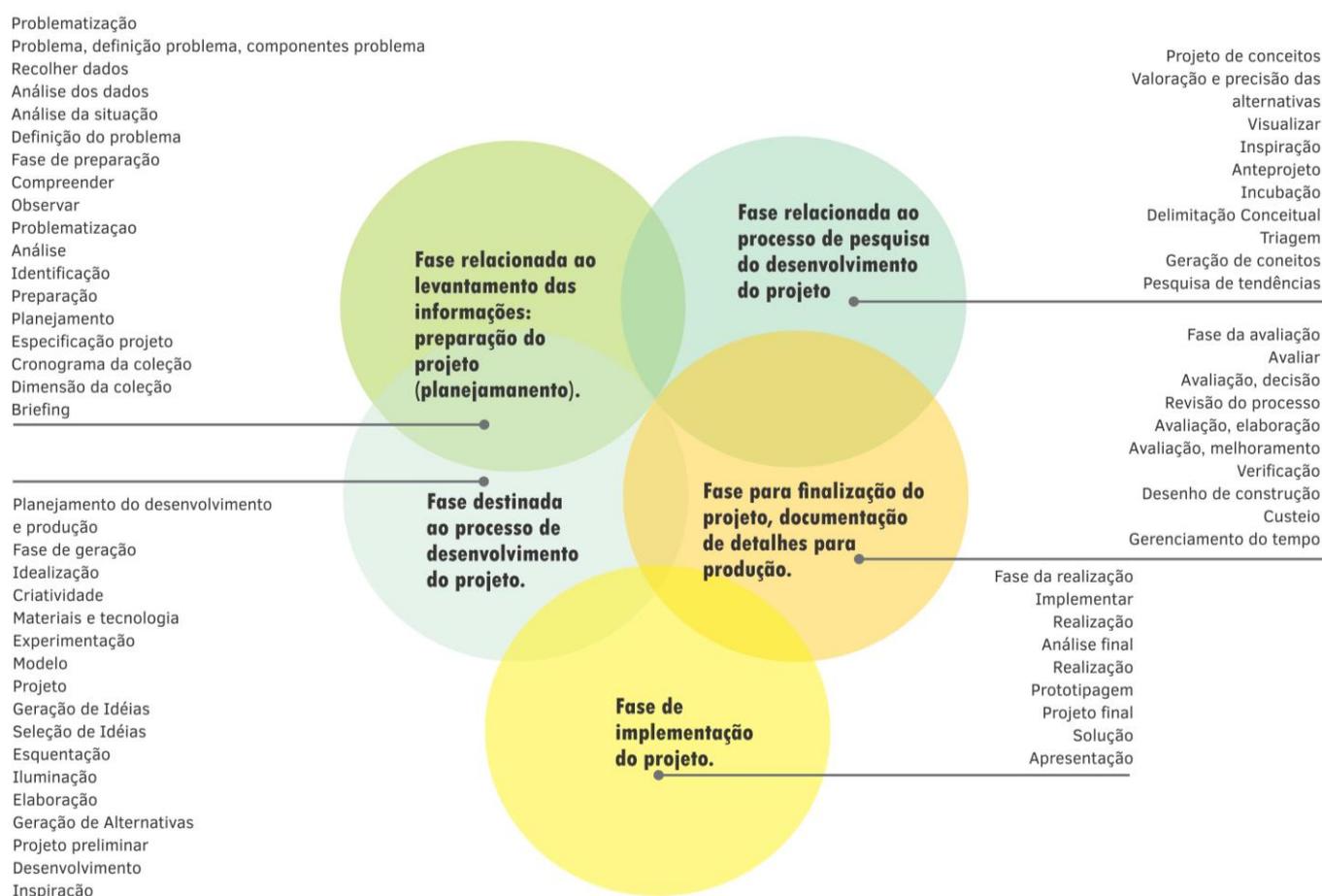
Com base na importância que os autores conferem às fases num projeto de *design*, de forma empírica, as informações foram organizadas por fases. Para isso, foram utilizadas cinco cores que caracterizam fases relacionadas a: 1) *processo de*

preparação (planejamento); 2) *processo de pesquisa*; 3) *desenvolvimento do projeto* em si; 4) *finalização do projeto*, por meio de sua documentação e seu detalhamento para a produção; 5) *implementação do projeto*.

Mediante as cores, destacaram-se as similaridades existentes entre as fases utilizadas por diferentes autores de moda e *design*, mostrando-as como fase essencial no desenvolvimento do produto. O agrupamento das fases permite também a flexibilidade e a utilização de processos de *design* intercalados com processos de *design* de moda.

Após conhecidas as fases projetuais de cada autor do *design* e utilizando sua percepção para estabelecer macrofases, o autor elaborou a síntese visual das fases de metodologia de *design* separando-a por assuntos (figura 49).

Figura 49 – Síntese visual das fases



Fonte: Primária

Com base nos autores levantados pelo grupo de professores, foi possível comprovar, usando a teoria, a relação das cinco fases propostas pelo autor com as metodologias de *design* já existentes, verificando entre ambas uma ligação. Nesse momento o autor, em conjunto com os professores das disciplinas de Projeto de Coleção, determinou o conceito de macroestruturas (analisar, elaborar, projetar, comunicar, implementar), caracterizado na figura 50.

Figura 50 – Conceito de macroestruturas

Fases	Nomenclatura definida	CARACTERÍSTICAS
1	ANALISAR	A fase de analisar diz respeito a fase inicial de preparação e planejamento do projeto e está relacionada ao levantamento das informações. Levantamento necessidades do cliente.
2	ELABORAR	Fase relacionada ao processo de pesquisas do desenvolvimento do projeto.
3	PROJETAR	Fase relacionada ao processo de desenvolvimento e criação do projeto.
4	COMUNICAR	Fase para finalização e revisão do projeto, neta fase é realizada a documentação de detalhes para produção.
5	IMPLEMENTAR	Fase de implementação do projeto. Produção do produto.

Fonte: Primária

A sistematização das macroestruturas (figura 51) é o que possibilita a organização das fases projetuais dos professores do CST em Design de Moda Senai/Curitiba, que será visualizada no capítulo 5.2.

Com a percepção do coordenador/autor deste trabalho, após o agrupamento de fases, foi elaborado um quadro da síntese visual das fases e metodologias do *design*, aglutinadas por etapas. Para identificar o agrupamento das fases de diferentes autores, foram utilizadas palavras-chave então definidas fundamentadas na teoria: *analisar, elaborar, projetar, comunicar e implementar*. Assim, tornava-se mais prático para o professor se identificar em cada agrupamento e selecionar, pelo

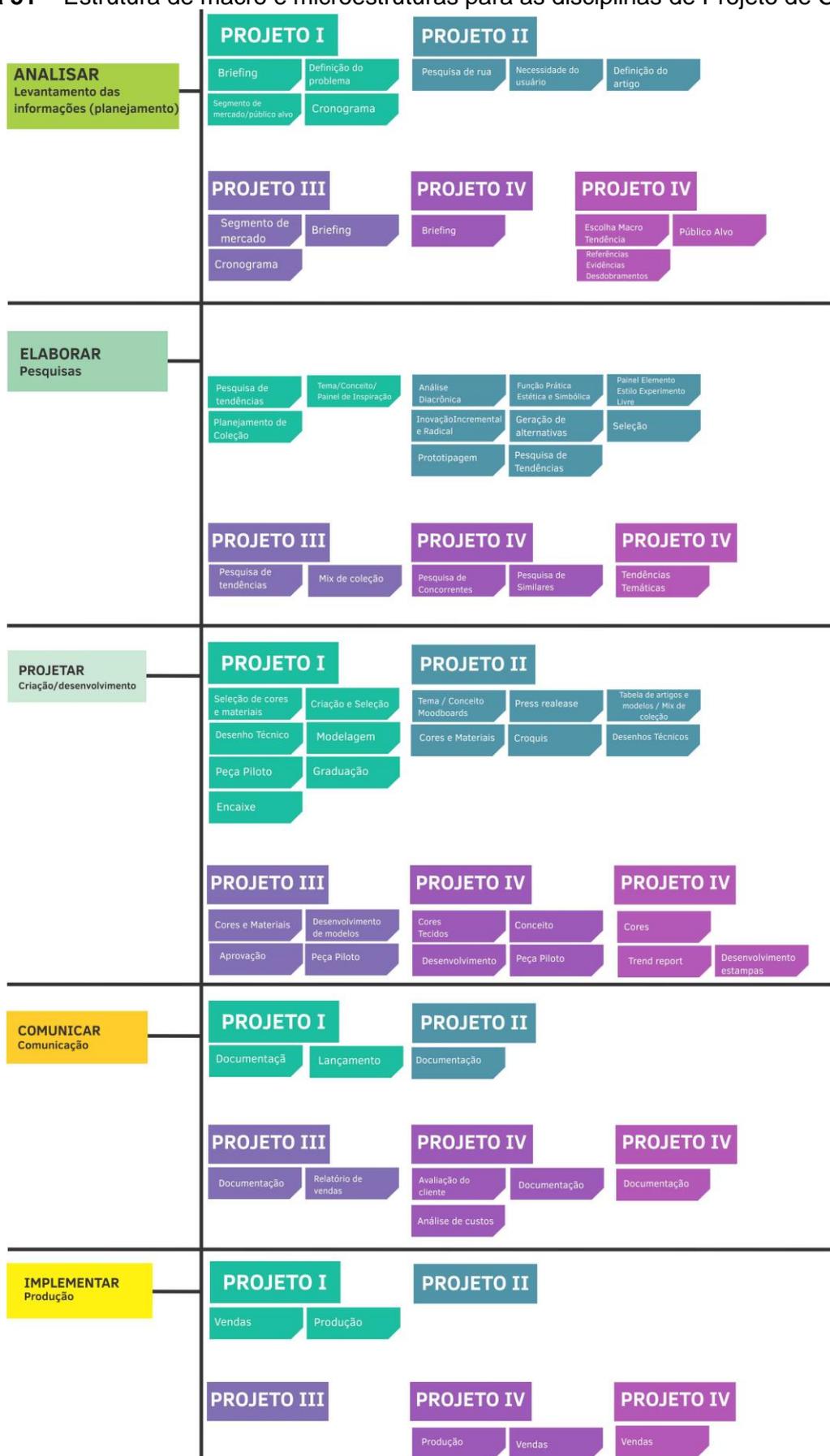
verbo de ação, o método projetual que melhor se adaptasse ao seu tema e a sua complexidade.

O *workshop 2* trouxe como resultado a visão panorâmica das fases projetuais de cada autor de *design* citado pelo grupo de professores em seu plano de unidade curricular/disciplina. Na sequência, as fases foram agrupadas e identificadas por palavras-chave.

Na percepção do coordenador/autor deste estudo, situar-se em todas as fases é fundamental para o professor de Projeto de Coleção, bem como conhecer as fases e os métodos específicos de diferentes autores, além daqueles que as demais disciplinas de Projeto de Coleção utilizam.

Finalizando o *workshop 2*, com as macroestruturas identificadas (analisar, elaborar, projetar, comunicar e implementar), iniciou-se o processo de organização das etapas projetuais. Representadas na figura 51, as macroestruturas deram origem às microestruturas, já levantadas no *workshop 1*, para o grupo de professores.

Figura 51 – Estrutura de macro e microestruturas para as disciplinas de Projeto de Coleção



Fonte: Primária

O resultado do *workshop 2* gera uma visão clara quanto à utilização de etapas projetuais (microestrutura) e de como as fases já levantadas pelo grupo de professores no *workshop 1* estão alinhadas com as palavras-chave. A visão das estruturas projetuais utilizadas nas disciplinas de Projeto de Coleção, como um todo, traz para cada nível (projetos I, II, III e IV) a oportunidade de trabalhar fases, etapas e ferramentas que ainda não foram utilizadas, bem como também a oportunidade de reforçar a aplicação de fases e etapas que são mais utilizadas por todos os períodos do Projeto de Coleção do curso de Design de Moda.

3.5.3 Workshop 3

3.5.3.1 Workshop 3: preparação

Ao término do *workshop 2*, a questão emergente foi: com as fases projetuais mapeadas, quão preparado o estudante estaria para desenvolver competências e habilidades correspondentes a cada nível de projeto? Entendeu-se que as capacidades¹³ seriam o ponto de partida para a preparação do aluno. As capacidades, por sua vez, não seriam somente tratadas e restritas ao grupo de professores de Projeto de Coleção. Conforme a figura 44, que mostra as possibilidades interdisciplinares entre as demais unidades curriculares/disciplinas do CST em Design de Moda, todos os professores do curso, na sua disciplina, desenvolvem capacidades que formam o perfil de saída do estudante.

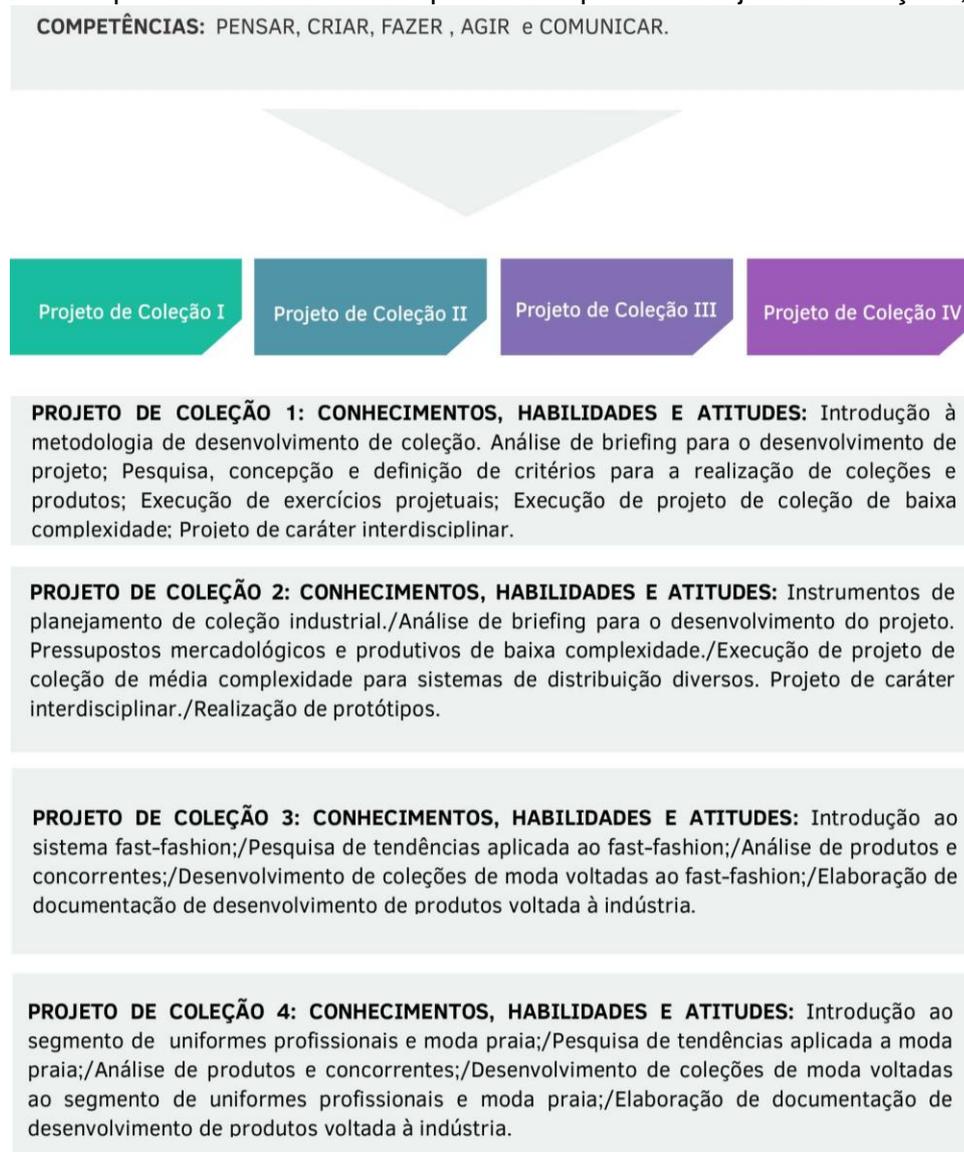
No *workshop 2*, que foi realizado em 25 de fevereiro de 2016 com a participação de todos os professores, as fases projetuais agrupadas foram identificadas em cada projeto. Essa visualização desencadeou discussões sobre a preparação do aluno para a compreensão e aplicação de cada fase, com base em suas competências e habilidades adquiridas em todo o curso de Design de Moda. Para a metodologia Senai (de formação por competências), as competências e habilidades são fios condutores que guiam o desenvolvimento do estudante. Ao

¹³ É o conjunto articulado e coerente de resultados de aprendizagens que um processo formativo deve garantir para que uma pessoa possa demonstrar desempenhos competentes. Sua característica fundamental é a possibilidade de ser transferível a contextos e problemas distintos daqueles que se utilizam para seu desenvolvimento. São desenvolvidos nos processos de ensino e aprendizagem, visando ao desenvolvimento das competências de um perfil profissional. As capacidades são transversais e manifestam-se em uma ou mais competência, ou, ajuda, uma mesma competência pode solicitar múltiplas capacidades (DEPRESBITERIS, 1998).

atingir as competências e habilidades delineadas para a unidade curricular/disciplina, o estudante estará apto a adquirir outras competências e habilidades com maior grau de complexidade.

Para a disciplina Projeto de Coleção, na figura 52, constam as competências¹⁴ e habilidades¹⁵ para cada nível de projeto, conforme o PPC do CST em Design de Moda (SENAI, 2015).

Figura 52 – Competências e habilidades para a disciplina de Projeto de Coleção I, II, III e IV



Fonte: Senai, 2015

¹⁴ A competência caracteriza-se, então, pela condição de alocar esses saberes, como recursos ou insumos, por meio de esquemas mentais adaptados e flexíveis, tais como análises, sínteses, inferências, generalizações, analogias, associações, transferências, entre outros, em ações próprias de um contexto profissional específico, gerando desempenhos eficazes (BRASIL, 2000, p. 10).

¹⁵ “Habilidades: capacidades ou atributos adquiridos com a prática e que se relacionam com a percepção, a coordenação motora, a destreza manual e a capacidade intelectual essenciais ao desempenho de uma atividade” (SENAI, 2013, p. 206).

Para atingir as competências e habilidades, o estudante é constantemente avaliado de acordo com as capacidades alcançadas. Estas, para o Senai/Curitiba, estão divididas em: *capacidades técnicas*¹⁶, *sociais*¹⁷, *organizativas*¹⁸ e *metodológicas*¹⁹, que estão inseridas no documento chamado *Conteúdos formativos, enviado ao Curso de Design de Moda, pela mantenedora*. Portanto, as capacidades chegam aos professores já definidas pelo comitê técnico do Senai de formação profissional.

Na figura 53, são apresentadas as capacidades técnicas pertinentes à unidade curricular/disciplina de Projeto de Coleção e as capacidades sociais, organizativas e metodológicas, que são as mesmas para todas as unidades curriculares/disciplinas do curso de Design de Moda do Senai.

¹⁶ Relativas à área profissional em que atua o estudante.

¹⁷ Capacidades que permitem responder a relações e procedimentos estabelecidos na organização do trabalho e integrar-se com eficácia, em nível horizontal e vertical, cooperando com outros profissionais de forma comunicativa e construtiva (SENAI, 2013).

¹⁸ Capacidades de coordenar as diversas atividades, participar na organização do ambiente de trabalho e administrar racional e conjuntamente os aspectos técnicos, sociais e econômicos implicados, bem como utilizar de forma adequada e segura recursos materiais e humanos à disposição (SENAI, 2013).

¹⁹ Capacidades que permitem responder a situações novas e imprevistas que se apresentam no trabalho, com relação a procedimentos, sequências, equipamentos e produtos, bem como encontrar soluções apropriadas e tomar decisões autonomamente (SENAI, 2013).

Figura 53 – Capacidades técnicas e capacidades sociais, organizativas e metodológicas pertinentes à unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção

CAPACIDADES TÉCNICAS: Identificar as etapas do projeto, desenvolver capacidade de pesquisa, desenvolver a capacidade de criatividade pessoal, executar e representar graficamente uma coleção de moda.

CAPACIDADES SOCIAIS, ORGANIZATIVAS E METODOLÓGICAS: participar de grupos de trabalho; demonstrar atitude proativa; demonstrar organização; analisar criticamente; dar e receber feedback; manter relacionamento interpessoal; manter-se atualizado; ser organizado; ter atenção a detalhe; ter capacidade de ouvir críticas; ter capacidade de propor soluções; ter capacidade de síntese; ter raciocínio lógico; trabalhar em equipe; ter visão sistêmica; ter capacidade de argumentação; ter empatia; ter capacidade de observação.

Projeto de Coleção I	Projeto de Coleção II	Projeto de Coleção III	Projeto de Coleção IV
Desenho de Moda I	Desenho de Moda II	Desenho de Moda III	Inovação e Criatividade I
Fundamentos do Design	Desenho Técnico I	Desenho Técnico II	Desenho Técnico III
Linguagem Visual I	Linguagem Visual II	Marketing de Moda I	Marketing de Moda II
História da Arte I	História da Arte II	Processo Produtivo da Confecção I	Processo Produtivo da Confecção II
História da Indumentária I	História da Indumentária II	História da Indumentária III	Análise do Contemporâneo I
Modelagem Industrial Plana I	Modelagem Industrial Plana II	Modelagem Industrial Plana III	Modelagem Industrial Plana IV
Costura Industrial I	Costura Industrial II	Costura Industrial III	Prototipagem e Análise do Produto I
Metodologia Científica	Representação Gráfica I	Representação Gráfica II	Representação Gráfica III
	Materiais e Tecnologia Têxtil I	Materiais e Tecnologia Têxtil II	

Fonte: Primária

Para o *workshop* 3 a intencionalidade prevista busca identificar quais capacidades mencionadas anteriormente são importantes para que o estudante, durante seu processo de formação, receba desafios e atividades que correspondam ao Projeto de Coleção I, II, III e IV.

Entende-se para este estudo que, para o *workshop* 3, as capacidades adquiridas vão além da unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção, uma vez que nas etapas projetuais são necessárias competências e habilidades provenientes das demais unidades curriculares/disciplinas. Assim, diferentemente dos *workshops* 1 e 2, dos quais participaram somente os professores da unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção, o *workshop* 3, finalizador da etapa participativa do estudo de campo, reuniu todos os professores do CST em Design de Moda, no intuito de estabelecer uma integração entre os períodos de Projeto de Coleção e as demais disciplinas.

O *workshop* aconteceu no dia 25 de fevereiro de 2016, com duração de quatro horas. A figura 54 apresenta o roteiro da atividade.

Figura 54 – Roteiro do *workshop* 3

AQUECIMENTO	14h Chegada dos professores convidados 14:15h Entrega do material para workshop. (fichas, folhas, caneta)
APRESENTAÇÃO	15h Apresentação do workshop e seus objetivos. 15:30h Identificar as capacidades existentes no conteúdo formativo.
GERAÇÃO	16:00h Verificar capacidades adequadas ao cenário atual. Atividade: Manter,opor , retirar ou acrescentar novas atividades.
RESULTADOS	18h Apresentação resultados: Capacidades resultantes quanto ao cenário atual.

Fonte: Primária

Considerando que os objetivos dessa etapa foram readequar as estratégias pedagógicas que atuam sobre as unidades curriculares/disciplinas de Projeto de Coleção e estimular sua implantação no segundo semestre de 2016, a pedagoga Cristina Mendes da Silva e o coordenador da área de educação, José Ayrtton Vidal Júnior, também foram convidados. A figura 55 apresenta o convite para o *workshop*.

Figura 55 – Convite para o *workshop 3*

Fonte: Primária

Todos os participantes do *workshop 3* receberam os dados levantados nas ações anteriores com o propósito de informá-los sobre o que foi feito e prepará-los para a intencionalidade do *workshop 3*. O material impresso (preparado para a atividade) foi disposto nas mesas (colocadas em uma sala de aula) no intuito de apoiar os grupos. O material preparado para a atividade é apresentado nos apêndices 1 e 2 do trabalho.

3.5.3.2 Da condução às descobertas do *workshop 3*

O *workshop 3*, na sua preparação, contemplou a identificação das capacidades existentes no conteúdo formativo. Em seguida, buscou-se pelo grupo manter, opor, retirar as capacidades existentes ou acrescentar novas. Na sua finalização, o *workshop 3* trouxe para conhecimento de todos os participantes as capacidades resultantes, verificadas em conjunto quanto a sua adequação ao cenário atual da indústria da moda, a metodologia Senai de formação por competências e as unidades curriculares/disciplinas do curso de Design de Moda. A condução e as descobertas dessa atividade foram estruturadas abrangendo apenas uma *intencionalidade: a das fases projetuais e da adequação das capacidades necessárias*.

Iniciou-se com a verificação (em conjunto com o grupo participante) a respeito do uso das capacidades adequadas ao contexto atual do mercado e da sociedade e, principalmente, se após analisar e reconhecer tais capacidades, o grupo considerava que elas eram pertinentes aos temas de estudo das unidades curriculares/disciplinas que circundam as disciplinas de Projeto de Coleção.

As capacidades técnicas para este estudo estão interligadas aos temas pertinentes a cada projeto de coleção. Portanto, como cada professor da disciplina Projeto de Coleção já explorou essas capacidades quando descreveu suas fases projetuais no *workshop* 1, tratou-se nesse momento somente das capacidades sociais, organizativas, metodológicas e da capacidade mercadológica, trazida para a discussão como uma nova capacidade a ser delineada pelo grupo participante.

Considerou-se, com base nas discussões, que para atuar no mercado da moda o estudante deve estar em constante atualização, atendendo ao mercado e a suas implicações quanto à viabilidade financeira dos produtos desenvolvidos. Logo, a capacidade mercadológica foi trazida para o *workshop* 3, mesmo não pertencendo à documentação original do CST em Design de Moda. Acreditou-se que o *workshop* 3 consistia em uma oportunidade para pensar a preparação do aluno para o mercado.

Com a divisão das capacidades sociais, organizativas e metodológicas, os grupos desenvolveram suas atividades no Laboratório de Criatividade (figura 56), trabalhando a princípio livremente na construção das informações, conforme o tempo dado para essa ação.

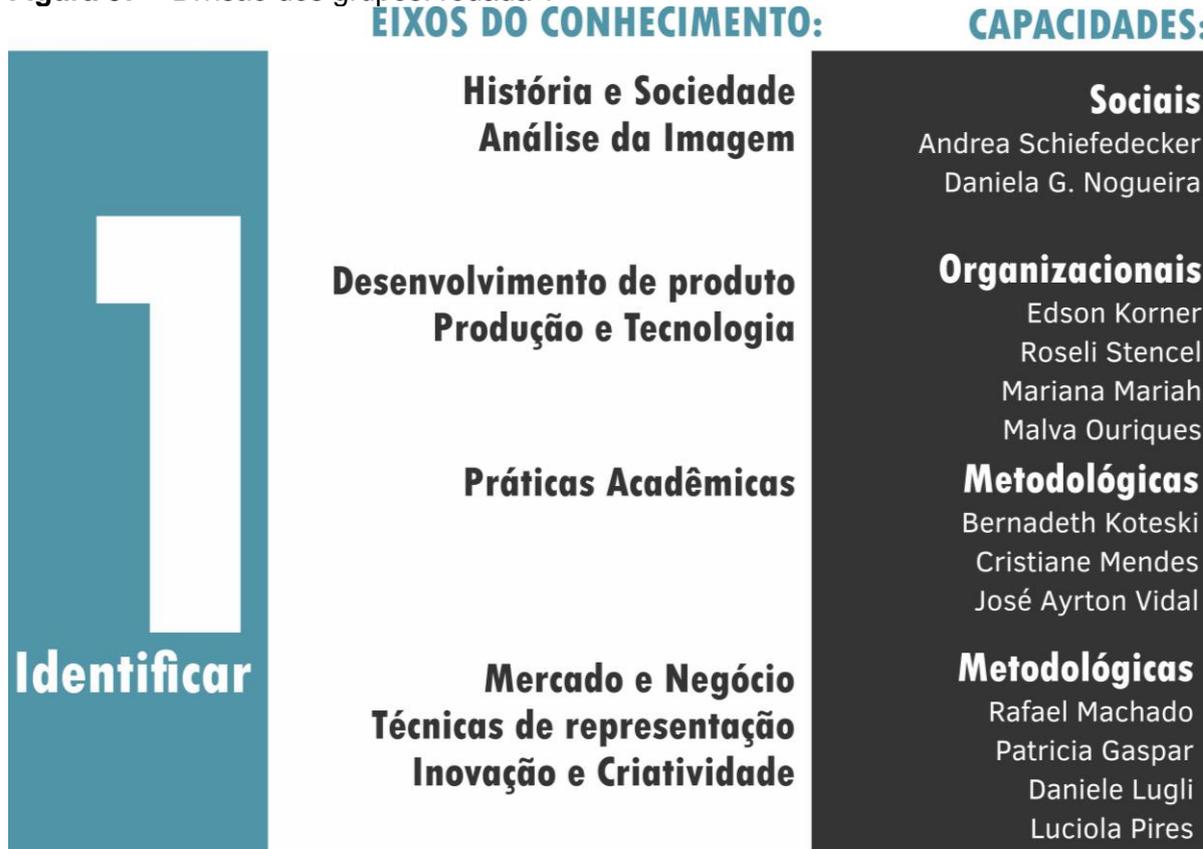
Figura 56 – Professores do CST em Design de Moda no *workshop 3*



Fonte: Primária

Foram estabelecidas três rodadas com tempo determinado para que o grupo de professores executasse suas ações, referentes à verificação das capacidades sociais, organizacionais, metodológicas e mercadológicas. A divisão dos grupos, estruturada com base nas capacidades, está detalhada nas figuras 57, 58 e 59.

Figura 57 – Divisão dos grupos: rodada 1



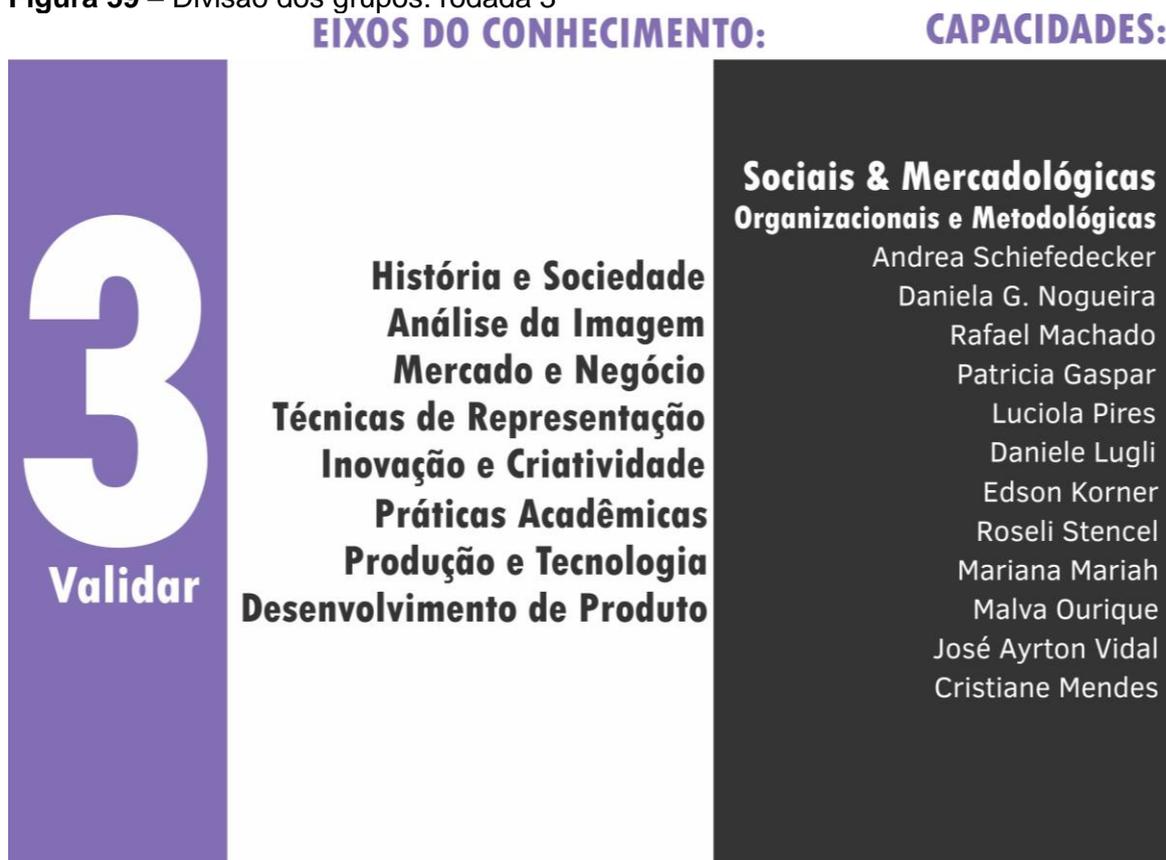
Fonte: Primária

Figura 58 – Divisão dos grupos: rodada 2



Fonte: Primária

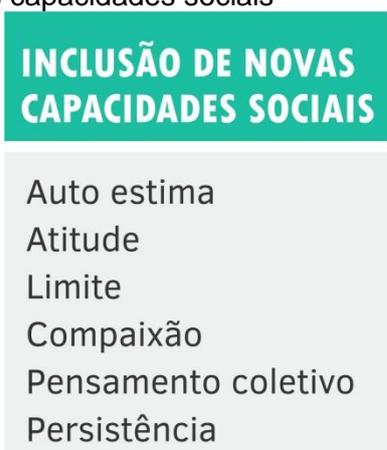
Figura 59 – Divisão dos grupos: rodada 3



Fonte: Primária

Após a explicação dos procedimentos para o *workshop* 3, os professores foram reunidos em grupos, alinhados a um ou mais eixos de conhecimento que conduzem o curso de Design de Moda Senai/Curitiba.

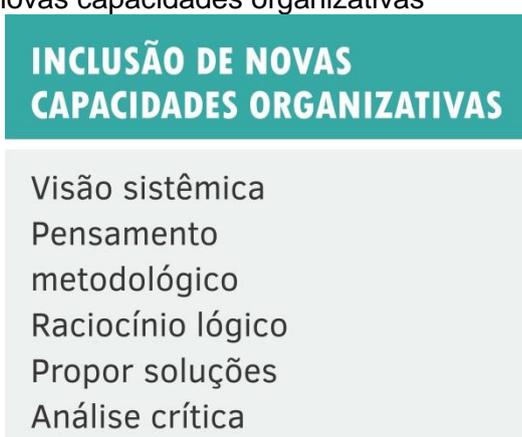
Assim, para as capacidades sociais, o grupo formado pela professora Daniela Nogueira (eixo história e sociedade) e Andrea Schiefedecker (eixo análise da imagem) sugeriu a inclusão de novas capacidades, que conforme a figura 60 se mostram adequadas aos temas de projeto e ao perfil de saída do aluno no cenário atual da indústria da moda.

Figura 60 – Inclusão de novas capacidades sociais

Fonte: Primária

Entendeu-se que a inclusão das capacidades sociais da figura 60 auxiliam no desenvolvimento da atividade projetual do *designer*, considerando temas atuais e o mercado da moda.

Para as capacidades organizativas, o grupo formado pelo professor e autor do estudo, Edson Korner (eixo desenvolvimento de produto), Roseli Stencil (eixo produção e tecnologia), Mariana Mariah (eixo desenvolvimento de produto), Malva Ouriques (eixo desenvolvimento de produto), após reflexão, considerando o eixo de conhecimento de cada participante, propôs a inclusão de novas capacidades organizacionais, dispostas na figura 61.

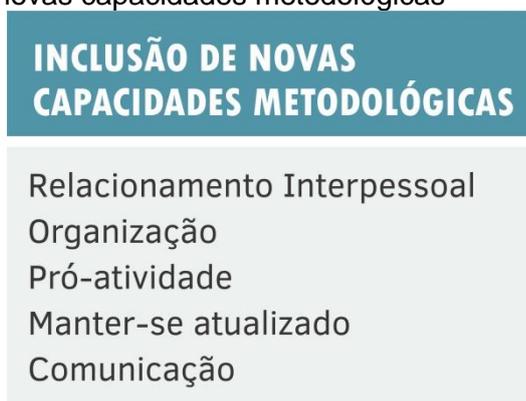
Figura 61 – Inclusão de novas capacidades organizativas

Fonte: Primária

Compreendeu-se que a inclusão das capacidades organizacionais da figura 61 auxiliam no desenvolvimento da atividade projetual do *designer*, levando em conta temas atuais e o mercado da moda.

Para as capacidades metodológicas, o grupo de professores composto por Maria Bernadeth Koteski (eixo práticas acadêmicas), Cristiane Mendes (coordenadora pedagógica) e José Ayrton Vidal Júnior (coordenador de educação) acrescentou as capacidades metodológicas vistas na figura 62.

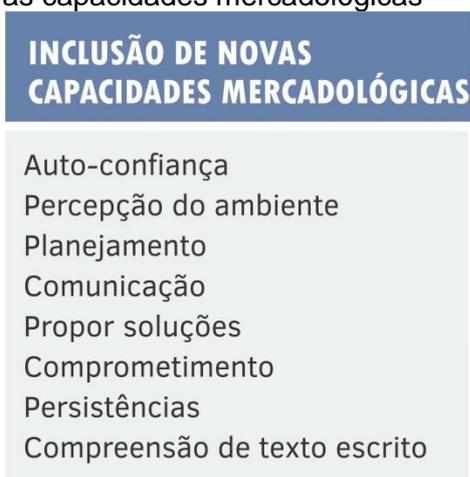
Figura 62 – Inclusão de novas capacidades metodológicas



Fonte: Primária

Por fim, tratou-se das capacidades mercadológicas (figura 63), que não pertencem ao grupo das capacidades da metodologia Senai de formação por competências, mas cuja consideração para este estudo, e aproveitando o momento de imersão do *workshop* 3, era importante.

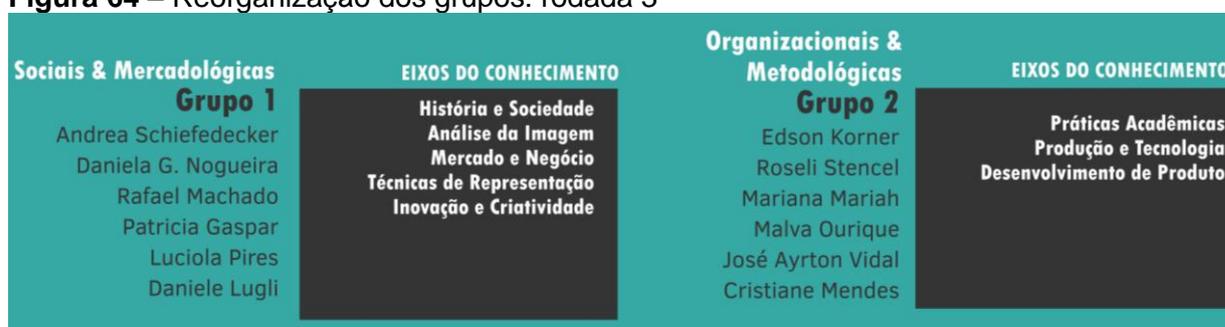
Os professores Rafael Machado (mercado e negócio), Patrícia Gaspar (mercado e negócio) e Daniele Lugli (técnicas de representação) uniram-se em grupo, por conta da ligação do seu eixo de conhecimento com a dinâmica do mercado, e então, pensando que não existiam capacidades mercadológicas nos documentos Senai, construíram novas capacidades que serviriam para o intuito do *workshop* 3, quanto ao alinhamento e à viabilidade de um produto de *design* de moda ao mercado atual.

Figura 63 – Inclusão de novas capacidades mercadológicas

Fonte: Primária

Com a adequação das capacidades sociais, organizativas, metodológicas e mercadológicas à disciplina Projeto de Coleção, finalizadas na primeira rodada do *workshop 3*, com o resultado visto nas figuras anteriores, deu-se a aplicação por parte do autor da segunda rodada do *workshop 3*.

Para esse momento, segundo a percepção do autor quanto ao conteúdo e à afinidade dos eixos do conhecimento (norteadores das unidades curriculares/disciplinas do curso de Design de Moda), os professores foram reorganizados em novos grupos, conforme figura 64. Buscou-se com isso verificar se as novas capacidades determinadas pelo grupo de professores na rodada anterior do *workshop 3* estariam em consonância com os outros eixos do conhecimento, de forma a reforçar o aprendizado do aluno por meio de diferentes unidades curriculares/disciplinas.

Figura 64 – Reorganização dos grupos: rodada 3

Fonte: Primária

Assim, as capacidades sociais e mercadológicas foram unidas por meio do grupo 1, porque trazem capacidades que posicionam o estudante perante o mercado, desenvolvendo sua segurança e também estratégias para atuação. Os professores que compõem o grupo 1 estão alinhados no tocante ao seu eixo de conhecimento (e conseqüentemente às unidades curriculares/disciplinas e a seus conteúdos de aula), trabalhando com o aluno o aspecto social e também o mercado da moda.

As capacidades organizacionais e metodológicas uniram-se no grupo 2, em função de características dos eixos de conhecimento dos professores, que tratam de aspectos que permitem o desenvolvimento de produtos por intermédio da estruturação de etapas e métodos.

Todos os professores do curso de Design de Moda (figura 21) foram trazidos para a discussão sobre a relevância dessas capacidades, não somente para Projeto de Coleção, mas também para suas unidades curriculares/disciplinas.

Como resultado do *workshop* 3, foi possível obter um mapa geral, atualizado com as capacidades que compõem o perfil de saída do aluno.

Figura 65 – Síntese visual das capacidades

INCLUSÃO DE NOVAS CAPACIDADES SOCIAIS	INCLUSÃO DE NOVAS CAPACIDADES ORGANIZATIVAS	INCLUSÃO DE NOVAS CAPACIDADES METODOLÓGICAS	INCLUSÃO DE NOVAS CAPACIDADES MERCADOLÓGICAS
Auto estima Atitude Limite Compaixão Pensamento coletivo Persistência	Visão sistêmica Pensamento metodológico Raciocínio lógico Propor soluções Análise crítica	Relacionamento Interpessoal Organização Pró-atividade Manter-se atualizado Comunicação	Auto-confiança Percepção do ambiente Planejamento Comunicação Propor soluções Comprometimento Persistências Compreensão de texto escrito

Fonte: Primária

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E SÍNTESE DO MODELO PROJETUAL PROPOSTO PARA AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO DO CST DO SENAI/CURITIBA

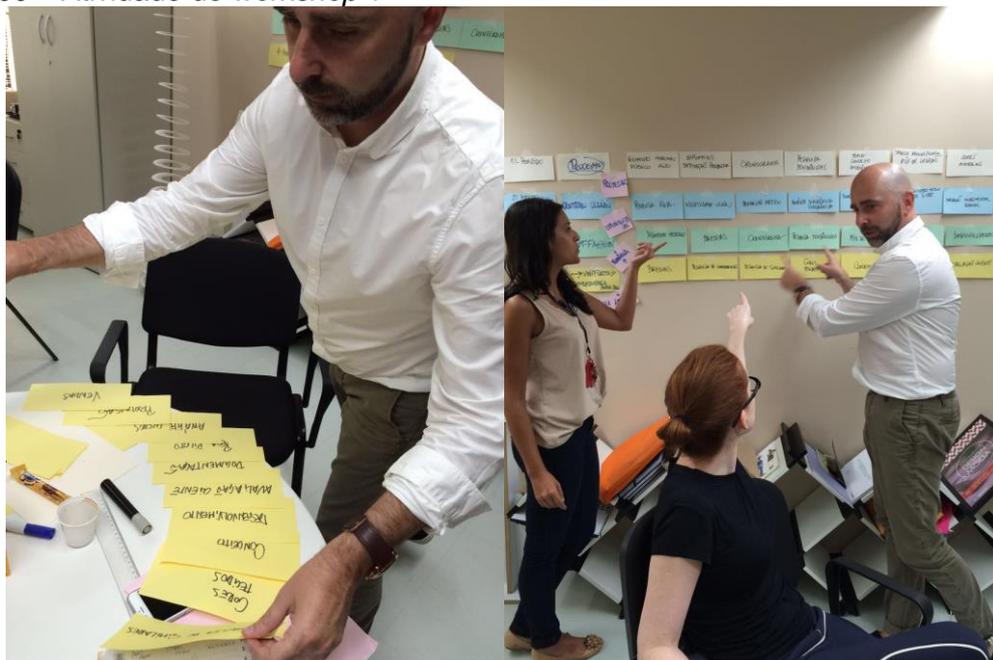
4.1 DISCUSSÃO DO RESULTADOS

Como resultado das intencionalidades, pôde-se compreender como cada professor de Projeto de Coleção prepara sua unidade curricular/disciplina, considerando as metodologias que utiliza, de forma que, ao desenvolver produtos de moda, exista a aproximação de autores do *design* industrial.

As metodologias empregadas baseiam-se em autores do *design* que, para este estudo, foram classificados como clássicos e contemporâneos/atuais. Assim, na descoberta teórica, percebe-se que os fundamentos teóricos da unidade curricular/disciplina se originam com base na bibliografia dos autores do *design* industrial. Tais autores impactam nas ações práticas dos professores em sala de aula, no que diz respeito à escolha de fases e etapas projetuais que melhor correspondem com as intenções do tema do projeto de coleção de cada período.

O resultado, no que concerne ao primeiro momento da fase participativa da pesquisa, que trata do conhecimento de quais metodologias projetuais são aplicadas em sala, conduziu o grupo na obtenção de uma visão geral das metodologias projetuais. Conseqüentemente, fundamentada na teoria, a discussão avançou sobre a descoberta prática dos professores das disciplinas de Projeto de Coleção, resultando em conhecer as etapas de desenvolvimento de projeto adotadas nos diferentes períodos do CST em Design de Moda (conforme figura 30).

Figura 66 – Atividade do *workshop* 1



Fonte: Primária

Obtido esse panorama, a percepção do professor quanto ao uso das metodologias projetuais aumentou, à medida que, ao identificar as etapas dos demais períodos de Projeto de Coleção, cada professor se colocou diante de outras fases e etapas que também estão disponíveis para serem aplicadas no seu projeto. Segundo todo o grupo de professores, os métodos projetuais são determinantes para o resultado final, e a visualização desses métodos possibilitaria para o professor mapear o desenvolvimento do estudante, identificando as metodologias já aprendidas e os autores conhecidos.

Ao avançar nos resultados, ainda pensando nas intencionalidades, procurou-se identificar a temática de cada projeto e seu alinhamento com o mercado da moda atual. Essa discussão resultou em ação, prevista para o segundo semestre de 2016, com a reunião pedagógica para um novo alinhamento temático, tratando de temas para o desenvolvimento de projeto de coleções que mais atendam às demandas do mercado.

Na discussão, que teve maior abrangência dado o depoimento de cada professor em relação ao cenário atual do mercado da moda, percebeu-se que, dos quatro níveis de disciplinas de Projeto de Coleção do curso (I, II, III e IV), o que se colocava como favorável a atender às demandas do mercado era a disciplina Projeto de Coleção III. Nela, o estudante já terá passado pelas disciplinas I, na qual aprende as bases metodológicas para desenvolver produtos de moda, e II, em que, por meio

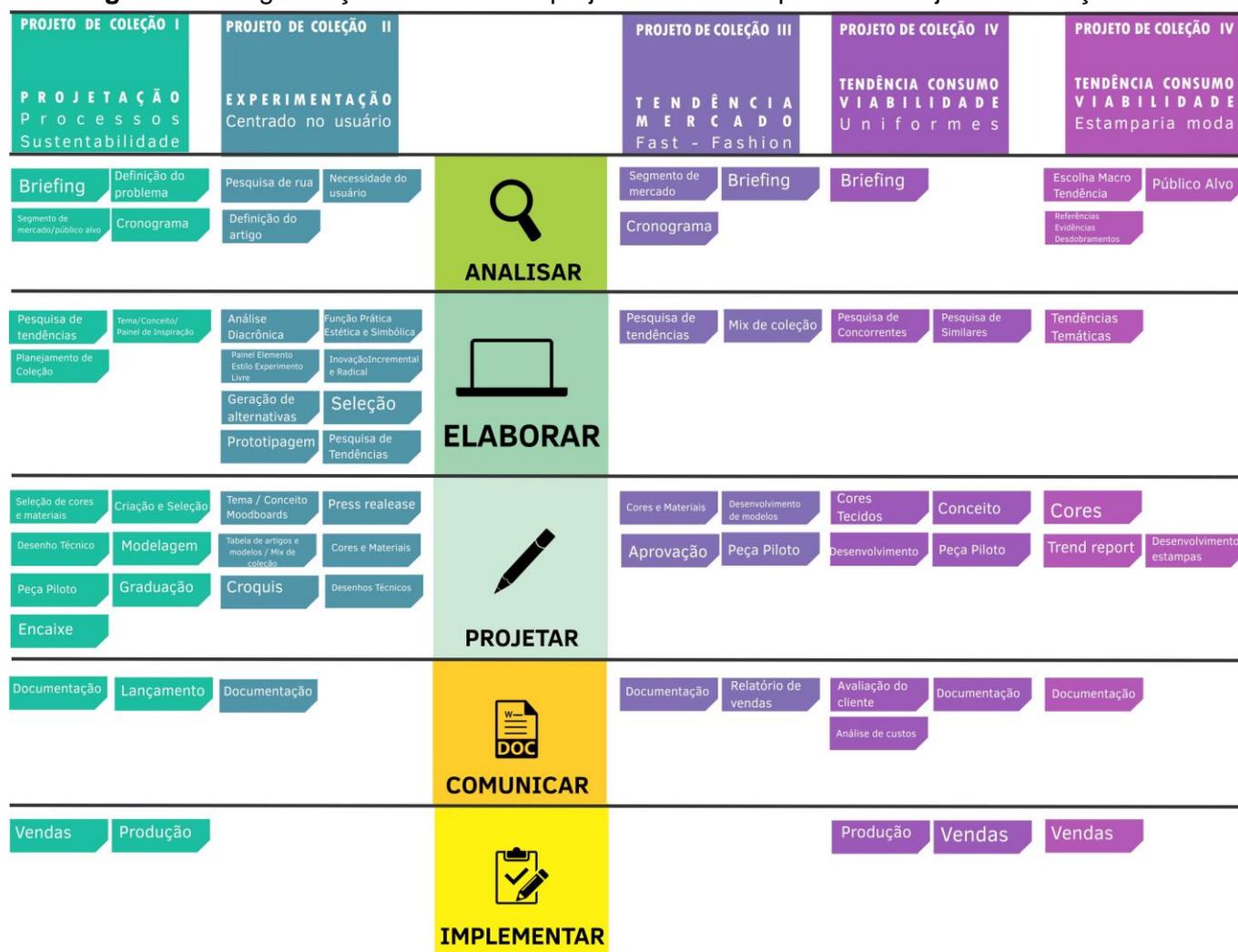
da experimentação, são abordadas e compreendidas as necessidades do usuário. Dessa forma, uma das disciplinas de Projeto de Coleção, ou seja, o Projeto de Coleção III, torna-se moldável e receptiva aos desafios que surgem por meio do cenário atual, possibilitando a adaptação metodológica, projetual e temática às demandas do mercado da moda.

Considerou-se na discussão tanto autores de *design* quanto de moda. O avanço das discussões resultou na percepção de que, embora o *design* de moda tenha especificidades acerca do desenvolvimento do seu produto, são utilizadas metodologias do *design* industrial, adaptadas para a realidade do desenvolvimento de coleções. São poucos os autores de metodologias destinados ao *design* de moda. Na unidade curricular/disciplina os professores trazem outras ferramentas, decorrentes de sua prática profissional como *designers* e em empresas de confecção que, em função da constante prática, são usadas com eficiência no processo educacional. Tais ferramentas, inseridas pelos professores nas disciplinas de Projeto de Coleção, constituem etapas e fases projetuais.

4.2 MODELO PROJETUAL PROPOSTO PARA AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO DO CST DO SENAI/CURITIBA

A pesquisa encontra seu objetivo final *na visualização da organização das metodologias das disciplinas de Projeto de Coleção*, conforme mostra a figura a seguir.

Figura 67 – Organização dos métodos projetuais das disciplinas de Projeto de Coleção



Fonte: Primária

A investigação, por fim, permitiu identificar que o desenvolvimento do estudante, na disciplina Projeto de Coleção, advém não somente da aplicação de métodos projetuais para o desenvolvimento de coleção de moda, na disciplina. Desse ponto, a discussão avançou, e, considerando a metodologia Senai por formação em competências (retoma-se aqui a relação entre as unidades curriculares/disciplinas e os eixos de conhecimento), o perfil de saída do aluno está condicionado às competências e habilidades desenvolvidas durante o curso. Tais competências e habilidades são estabelecidas de forma a compor cada unidade curricular/disciplina do curso, que por sua vez corresponde a um eixo do conhecimento. Determinantes para adquirir competências e desenvolver habilidades, despontam as capacidades. Caracterizadas na metodologia Senai de formação por

competências, as capacidades estão divididas entre sociais, organizacionais e metodológicas.

Em caráter de experimentação e no sentido de identificar as capacidades necessárias para o estudante que melhor o preparem para progredir na teoria e na prática do *design* de moda, foi acrescentada a capacidade mercadológica, atividade que envolveu os demais professores que compõem o quadro docente do CST em Design de Moda, conforme figura 68.

Figura 68 – Atividade do *workshop* 3



Fonte: Primária

Realça-se que a definição das capacidades é determinante para a interdisciplinaridade entre todas as unidades curriculares/disciplinas do curso, uma vez que permite nas unidades curriculares/disciplinas diferentes potencializar capacidades comuns a todas as demais unidades curriculares/disciplinas do curso.

O resultado da última etapa da investigação em campo trouxe uma abrangência maior para o estudo, alinhando Projeto de Coleção com todas as demais unidades curriculares/disciplinas. Na percepção dos professores, o

alinhamento fica claro no momento em que todas as etapas da investigação trouxeram de forma instrutiva e visual a compreensão do que é realizado em sala de aula quanto a projetar uma coleção de moda.

Ao finalizar os procedimentos que conduziram a investigação, observaram-se já alterações no processo do CST em Design de Moda. Essas alterações, que dizem respeito a propostas de atividades e criação de desafios conjuntos por parte de todos os professores, foram sentidas pelo autor, estimulando-o a validar os resultados finais com a sua equipe de professores.

O objetivo da validação foi oferecer *feedback* do resultado a toda a equipe, consolidando a estrutura projetual desenhada a coletar seus depoimentos e, principalmente, estimular os *insights* que promoverão mudanças em todas as unidades curriculares/disciplinas do curso, no que se refere à realização de trabalhos conjuntos e à abrangência unidade curricular/disciplina das disciplinas de Projeto de Coleção.

4.3 VALIDAÇÃO DO MODELO PROJETUAL PROPOSTO PARA AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO DO CST DO SENAI/CURITIBA

A validação dos resultados foi feita em uma reunião conjunta, realizada no Laboratório de Criatividade, no dia 5 de abril, com a participação de todos os professores do CST em Design de Moda.

Essa etapa trouxe para todos os professores os modelos mentais dispostos nas figuras do capítulo 4, provenientes da aplicação de um questionário e de dois *workshops* destinados ao grupo de professores de Projeto de Coleção e um *workshop* final (*workshop* 3) aplicado a todos os professores do CST em Design de Moda.

Referindo-se aos modelos mentais propostos no capítulo 4, montou-se um roteiro, como na figura 69, para a apresentação da validação aos professores.

Figura 69 – Roteiro para validação dos professores

<p>14h Chegada dos convidados 14:15h Aquecimento - Pensar no problema: Apresentação do coordenador dos objetivos do encontro para validação. Apresentação da organização da pesquisa.</p>
<p>14:30h Apresentação dos resultados do detalhamento técnico. Apresentação questionário Apresentação workshop 1 Apresentação workshop 2 Apresentação workshop 3</p>
<p>15:30h Apresentação dos resultados finais. Apresentação da organização metodológica. 16:00 Início da validação 17:15h Perguntas aos professores 18:00h Percepções finais</p>

Fonte: Primária

Durante o processo de validação, como roteiro foram determinadas as questões que constam da figura 70.

Figura 70 – Roteiro de perguntas para validação dos professores

VALIDAÇÃO

QUAL SUA PERCEPÇÃO SOBRE O QUE ACONTECE NA UC DE PROJETO DE COLEÇÃO DE MODA?
QUANTO A ORGANIZAÇÃO
QUANTO A POSIÇÃO DA SUA DISCIPLINA

COMO ENXERGA ESSA ORGANIZAÇÃO NOS MÉTODOS PROJETAIS DO CURSO?
AFETA SUA UC?

PODER VERIFICAR VISUALMENTE AS FASES E ETAPAS DE CADA PROJETO AUXILIA NA CONDUÇÃO DE SUA UC?

CAPACIDADES ORGANIZADAS POR PROJETOS AUXILIA NO DESENVOLVIMENTO DE SUAS PRÁTICAS PEDAGÓGICAS?

Fonte: Primária

Com essas questões, foi possível conhecer a visão de cada professor quanto à unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção, ao seu funcionamento, às abordagens temáticas e à organização de cada Projeto de Coleção (I, II, III e IV).

Na percepção dos professores que participaram da validação, a unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção tem sua importância acerca da mobilização do aluno em prol de um objetivo: desenvolver um produto de moda. Assim, os professores consideram que Projeto de Coleção é a unidade curricular/disciplina norteadora do curso, contribuindo para o desenvolvimento no estudante da noção de processos, o que o capacita também para as demais disciplinas do curso de Design de Moda em uma visão sistêmica e projetual. Isso ocorre com mais facilidade entre as trocas interdisciplinares que ocorrem com as unidades curriculares/disciplinas de Modelagem, Costura e Linguagem Visual, que veem sua unidade curricular/disciplina como base e apoio para Projeto de Coleção.

Resulta dessa validação considerar que todos os eixos e suas unidades curriculares/disciplinas devem procurar integrar-se. A professora Maria Bernadeth Koteski, da unidade curricular/disciplina Metodologia Científica, por exemplo, sente que sua disciplina está um pouco isolada do processo.

Durante a validação com os professores, discutiu-se sobre a integração de Projeto de Coleção com as demais unidades curriculares/disciplinas do curso. Entendeu-se que é nas etapas projetuais que a junção de saberes entre unidades curriculares/disciplinas deve acontecer, e, para isso, é necessário que todos os professores tenham acesso ao que acontece em cada Projeto de Coleção (I, II, III e IV). Ou seja, é com base no conhecimento da estrutura projetual utilizadas nas disciplinas de Projeto de Coleção que pode haver interdisciplinaridade e reforço das capacidades nas demais unidades curriculares/disciplinas. Saber o que ocorre e como se dá a abordagem das fases projetuais é o que vai proporcionar para as demais unidades curriculares/disciplinas um posicionamento melhor e conjunto ao Projeto de Coleção.

Ao aplicar essas questões no processo de validação dos resultados, buscou-se sensibilizar os professores do curso, fazendo vir à tona a sua percepção quanto à relação da sua unidade curricular/disciplina com a de Projeto de Coleção.

Finalizadas as questões que tratavam sobre a percepção dos professores do curso acerca de projeto de coleção, no segundo momento do processo de validação, dando sequência ao roteiro mostrado na figura 68, outras questões foram aplicadas.

Com relação aos métodos projetuais e sua organização (palavra-chave que envolve o objetivo geral deste estudo), os professores reafirmam a sua importância quanto a pensar em uma ordem lógica para a construção do produto do vestuário. Consideram ainda que, ao adquirir habilidades, é possível colocar em prática o passo a passo (entendido aqui como etapas e fases que compreendem o desenvolvimento processual) essencial em qualquer disciplina.

Para a professora Malva Ouriques, a organização projetual (que traz na sua essência a construção de um pensamento lógico) afeta a sua unidade curricular/disciplina Modelagem no que se refere a organizar processos mentais lógicos, que não é uma habilidade do estudante em desenvolvimento. Para a professora Daniela Nogueira, que ministra Projeto de Coleção II (cuja palavra-chave é experimentação, o ato de projetar), o conhecimento da sequência das etapas (devidamente organizadas) permite ao estudante experimentar diferentes ferramentas nas fases projetuais, oportunizando ao seu projeto processos criativos mais soltos, que pensam além da prática e teoria, mas seu repertório pessoal enquanto criador de produtos para o *design*.

Retomando o processo de validação, a estrutura projetual apresentada na figura 67 foi distribuída para todos os professores, que passaram então a dar suas considerações sobre o roteiro preparado para a validação.

Visualizando o processo, os professores ficaram impressionados com a extensão da estrutura projetual para cada Projeto de Coleção. Eles exemplificaram a extensão mencionando as estruturas projetuais das disciplinas de Projeto de Coleção, como a II e a IV, em que são realizados dois projetos com resultados diferentes na mesma unidade curricular/disciplina.

Tal percepção fez a todos questionarem sobre a carga horária e a aplicação teórico-prática. Do questionamento espontâneo surgido nesse momento, emergiu a possibilidade de utilização de outras unidades curriculares/disciplinas como braço de apoio para Projeto de Coleção, fazendo com que parte das ações fosse realizada em outra unidade curricular/disciplina do mesmo período – fato que já ocorre em Projeto de Coleção II, em que a professora trabalha em conjunto com as unidades curriculares/disciplinas Modelagem Industrial Plana II, Costura Industrial Plana II, Desenho de Moda II e Desenho Técnico II para a concretização do produto.

Sequencialmente, as considerações vieram sobre o tema principal do estudo, a organização projetual de Projeto de Coleção, inserida na Faculdade de Tecnologia

Senai/Curitiba. A professora de Linguagem Visual, Andrea Shiefedecker, ressaltou a organização de forma visual como essencial, no sentido de permitir que as unidades curriculares/disciplinas do curso e seus respectivos eixos do conhecimento ficassem conectados e interagissem, perante as demandas do mercado da moda.

Já a professora Maria Bernadeth Koteski (das disciplinas Metodologia Científica e Projeto Integrador V) salientou que não tinha dimensão do tamanho das fases e etapas e foi com base nessa visão que ela conseguiu determinar em quais momentos seus conhecimentos se inseriam, permitindo a sua ligação com a Metodologia Projetual por meio de atividades propostas em Metodologia Científica. Como exemplo, a docente citou o trabalho conjunto na pesquisa de tema e na transcrição do conceito do produto.

Verificando visualmente como as fases e etapas de cada projeto auxiliam na condução da sua disciplina, foi relevante o depoimento da professora Patrícia Gaspar (das disciplinas Marketing de Moda I e II), para a qual não se deve saber o que acontece nas unidades curriculares/disciplinas de Projeto de Coleção por intermédio dos alunos, em conversas paralelas em sala de aula.

Para o professor de Gestão Empresarial I e II, Rafael Machado, o quadro visual das estruturas projetuais das disciplinas, ao dar a noção do todo, auxiliou no atendimento das demandas (dificuldades) do estudante. Igual consideração fez a professora de Modelagem Informatizada, Mariana Mariah, que ao visualizar a figura apontou à caneta, no mesmo instante, a sua entrada em cada Projeto de Coleção.

Para o autor (coordenador do curso e também professor de Projeto de Coleção I), durante o processo de validação ficou claro que ao ter conhecimento de toda a ação (etapas e fases) que acontece em Projeto de Coleção, ele se posiciona com mais segurança em sala de aula, trazendo o conteúdo específico de sua unidade curricular/disciplina para contribuir com Projeto de Coleção.

O estudante necessita do exercício de saber lidar dentro da empresa com os desafios de setores (modelagem, costura e prototipagem, entre outros) que se ligam ao desenvolvimento do produto de moda. Nesse sentido, a professora de Costura Industrial, Roseli Stencil, considera sua unidade curricular/disciplina fundamental, pois conduz o aluno, nos períodos II, III e IV, à prática constante da confecção de suas peças para a coleção. O mesmo acontece com Modelagem e com o professor de Processos, Rafael Machado. Para ele, ao conhecer os processos para a confecção de sua peça na disciplina de Costura, o estudante chega às etapas finais

da Metodologia Projetual (precificação, distribuição e entrega) com mais probabilidade de acerto.

Entrando na leitura das capacidades desenvolvidas no *workshop* 3 e que se alinham de forma complementar com todas as unidades do curso, os professores utilizam as capacidades de maneira específica. Para a professora de Projeto de Coleção III, Daniele Lugli, elas se tornam essenciais para todas as disciplinas e permitem a inserção dos professores em um nível de complexidade correto. No mesmo sentido, a professora complementa expressando que uma estrutura em comum para todos os projetos e a percepção do que elas têm em comum podem estipular o nível de complexidade adequado.

Ao final do processo de validação, os professores foram estimulados a propor alterações e também a trazer ideias que se somariam à concepção de aplicação do modelo proposto.

Quanto à organização e estrutura, no momento da validação não foram mencionadas alterações. No tocante a ideias para a aplicação do modelo no curso, a professora de Modelagem, Malva Ouriques, propôs que o quadro visual que sintetiza as estruturas projetuais de todas as disciplinas deveria ser encaminhado aos professores do curso no início de cada semestre letivo, para que pudessem se organizar em relação ao cronograma e traçar estrategicamente o seu plano de aula, a fim de entrar no tema proposto pelo respectivo Projeto de Coleção do período. Complementando a ideia, a professora de Linguagem Visual, Andrea Schiefedecker, achou interessante transformar o documento visual em um infográfico, para distribuir para todos os professores e também colocá-lo em destaque nas salas de aula, acompanhando a visualização dos eixos de conhecimento do curso de Design de Moda, atualmente já dispostos em sala de aula.

4.4 FEEDBACK DOS PROFESSORES ACERCA DA EXPERIÊNCIA CONDUZIDA

Por fim, os professores tiveram a oportunidade de relatar sua experiência participativa durante a investigação. Recortaram-se os trechos mais significativos de seus depoimentos:

“Projeto enriquecedor para o curso” (Malva Ouriques).

“Vai conectar mais o projeto” (Maria Bernadeth Koteski).

“Dar mais visibilidade para o trabalho do outro” (Mariana Mariah).

“Sair do individual e dar mais conexão para cada disciplina” (Daniele Lugli).

“Aprimora o processo” (Rafael Machado).

“Trazer os teóricos do design para o curso e disponibilizar faz com que o professor de Moda se aproprie de conhecimentos de outros autores” (Roseli Stencil).

“O design é integrador, e entende-se como agente dessa integração as pessoas que estão mediando e executando os processos do design. Quando isso é compartilhado, já dentro da instituição de ensino, a moda fica mais humana, uma vez que é desenvolvida por seres que dividiram sua visão geral com o todo!” (Daniela Nogueira).

“Traz uma aproximação maior entre as disciplinas. É a conexão aproximando o curso!” (Patrícia Gaspar).

“A organização nos processos de um curso traz à tona a interdisciplinaridade tão procurada!” (Patrícia Sabatowich).

“Poder compartilhar conhecimentos através da visualização dos métodos do curso traz maior organização para todo o projeto do curso” (Andrea Schiefedecker).

“Dinâmica ao curso! Essa aproximação entre disciplinas ao Projeto de Coleção traz ao estudante maior perspectiva de conhecimento!” (Lucíola Pires).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciar este estudo, havia uma clara intenção: contribuir de forma significativa para a unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção I, ministrada pelo autor deste trabalho e professor da disciplina¹, que ao longo de 11 anos está comprometido profissionalmente com o Senai/Curitiba.

Ser sensível às necessidades do grupo de professores no que diz respeito à atuação profissional e aos rumos da unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção foi o ponto de partida para questionar-se quanto ao tema a ser tratado no Mestrado Profissional em Design da Univille. Considerando também as discussões preexistentes entre professores, fruto da relação diária e pensante com a profissão de *designer*, e a vontade de aprofundar tais discussões trazendo seu resultado como um novo sopro às unidades curriculares/disciplinas do CST em Design de Moda, conduziu-se à escolha do tema, posicionando a instituição de ensino (Senai) como parte do desenvolvimento da indústria de moda. Assim, estabeleceu-se a problemática: como arquitetar de forma participativa uma estrutura projetual orientada para as disciplinas de Projeto de Coleção?

Os aspectos teóricos e o estudo de campo fizeram parte do caminho delineado aqui, uma vez que, ao buscar a validação para as discussões propostas, os instrumentos de pesquisa traziam bases teóricas que permitiam transformar as experiências em direcionamentos concretos e aplicáveis. Considera-se que cada uma das quatro fases empregadas (do capítulo 1 ao 5), definidas como *analisar, identificar* (1), *definir e criar* (2) e *idealizar e elaborar* (3) e *validar* (4), culminaram no objetivo geral: organizar as estruturas das metodologias aplicadas nas disciplinas de Projeto de Coleção do CST em Design de Moda.

Durante as fases 1, 2 e 3, a teoria levantada permitiu obter conhecimento sobre as metodologias de projeto (de autores do *design*) e sua utilização nas práticas projetuais do professor de Projeto de Coleção, contudo pensa-se que o tom deste estudo se deu quando o encontro dessa teoria (capítulos 1 e 2) se arquitetou em como obter as informações sobre as metodologias projetuais praticadas no dia a dia, em sala de aula, relevando seus processos empíricos, surgidos com base na

¹ Edson Korner, formado em Design Industrial pela Pontifícia Universidade Católica (PUC), pós-graduado em Moda e Gestão pelo Senai/Blumenau, *designer* de moda atuante no mercado de Curitiba e coordenador do CST em Design de Moda da Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba.

prática profissional do professor e também fundamentados por autores do *design*. Essa informação tornou-se a fonte de conhecimento para que, de modo participativo, o modelo projetual foco deste estudo se concretizasse.

A última fase, *Validar* (4), tratou então de ratificar a organização da estrutura proposta. Nesse momento se deu a resposta à problemática, pois o modelo projetual que trata da organização das etapas e fases projetuais foi validado pelos professores oportunizando, para além do seu resultado, *insights* e desdobramentos que comprometem a todos *quanto a adequações futuras*: expor com mais ênfase para os estudantes os autores do *design* mencionados no estudo e estar aberto a outros autores que virão, trazendo uma visão contemporânea dos autores clássicos já utilizados.

Com o levantamento teórico, intenciona-se rever a bibliografia apresentada nas ementas das disciplinas de Projeto de Coleção. Quer-se estar atento para que todos os professores saibam onde estão inseridos em cada fase e etapa do projeto. Isso pode ocorrer por meio de reuniões pedagógicas específicas para tratar desses temas com todos os professores do CST em Design de Moda, para o alinhamento das propostas de cada professor para o semestre letivo de Projeto de Coleção. Questionar os temas de projeto de coleção vigentes e abrir-se para a percepção do cenário atual da moda e para as demandas provenientes da indústria e do comportamento de consumo da sociedade também é importante.

Ainda no sentido de atualizar-se no contexto atual, pensa-se em acrescentar na metodologia projetual ferramentas da inovação, bem como promover a interação de outras unidades curriculares/disciplinas com a disciplina Projeto de Coleção, tornando outras disciplinas espaço propício para o conhecimento e reforço das capacidades sociais, organizacionais, metodológicas e mercadológicas comuns à formação do estudante. Por fim, entre o presente e o futuro, deve-se olhar com atenção para um aspecto transversal surgido durante todo o processo que envolveu o estudo: a mudança de foco na condução da disciplina Projeto de Coleção de Moda, que atualmente lida somente com o desenvolvimento de coleções de moda.

Os capítulos que constituem este estudo e os *workshops* participativos trouxeram à tona uma nova discussão para a unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção e que deve estender-se para todo o CST em Design de Moda. Essa discussão aponta para a direção do ato de projetar e para a preparação do aluno para tal, que tem de ser questionada quanto a apenas preparar o estudante para

projetar apenas coleções de moda (vestuário ou acessórios). Como *insight* finalizador, professores e estudantes precisam ampliar os tipos de produtos que produzem, uma vez que a metodologia projetual pode ser empregada a uma gama maior de produtos e objetos (têxtil, casa, decoração, indústria automobilística etc.). Em conjunto com as demais disciplinas, as especificidades de cada produto podem ser aprendidas conjuntamente. As intencionalidades permitiram conduzir os instrumentos de pesquisa para que as discussões com o grupo de professores focassem nos aspectos principais deste trabalho ao longo da pesquisa de campo, propiciando, por intermédio das respostas, alcançar o objetivo geral.

Observar as mudanças que aconteceram durante a aplicação deste estudo e, principalmente, na investigação em campo, trouxe a percepção para o autor de que cada professor se sente motivado por uma mesma razão, a de acreditar no *design* como um provedor da qualidade de vida das pessoas por meio do desenvolvimento de produtos, considerando-se para isso a relevância do cenário atual e a atualização constante dos temas de Projeto de Coleção.

Portanto, um dos pontos a serem trabalhados, dando continuidade às questões levantadas, diz respeito à abrangência dos projetos de coleção de cada período e sua interface com a sustentabilidade, a inovação e outros novos aspectos que venham a fazer parte da qualidade de vida das pessoas. No decorrer do processo, também foi detectada a falta de enfoque em relação ao tema sustentabilidade, e para isso foi realizada a mudança do tema da disciplina Projeto de Coleção I para *sustentabilidade em projetos de moda*, já sendo aplicado no primeiro semestre de 2016.

Para isso, o uso do processo participativo, ao qual os professores estiveram conectados durante a execução deste trabalho, é considerado para o autor, também na sua qualidade de professor da unidade curricular/disciplina Projeto de Coleção e coordenador do CST, como essencial para deixar vir à tona as vivências do dia a dia, protagonizadas em sala de aula por professores e alunos. O aspecto participativo da investigação possibilitou a imersão no tema do estudo e gerou entrosamento entre o autor, membros da equipe pedagógica e professores do curso.

Como em todo processo, ao se permitir também ser guiado por ele, percebeu-se que o conhecimento não sobrevive isoladamente, e o que faz com que o conhecimento tenha continuidade é a conexão que se estabelece entre quem ensina e quem apreende o conhecimento. Assim, ficou claro para o autor que, ao conectar o

conhecimento, conectaria também para o seu estudo, de maneira participativa, as pessoas. Nesse sentido, considera-se que, ao unir à sua equipe de professores as trocas do conhecimento adquirido com a experiência em sala, deu-se *vida* à investigação aqui delineada e, com essa primeira *entrada*, outras oportunidades de construção conjunta no curso ocorrerão.

Portanto, acredita-se que cada professor da equipe do CST em Design de Moda é um propagador dos resultados aqui obtidos, e há nisso também satisfação pessoal enquanto aluno do Mestrado Profissional, que é saber que o que foi proposto como resultado final deste estudo vai reverberar entre professores e alunos, uma vez que a implantação dos resultados já começou.

Ao ser abraçado pela equipe de professores do CST em Design de Moda, uma perspectiva estimulante é considerada para este capítulo final: o bom desempenho do futuro profissional na indústria da moda no desenvolvimento do produto de moda também se conecta à melhora do contexto econômico e social do país, e a instituição de ensino não permanece em uma ilha, no momento em que se torna o porto de onde partem seus profissionais.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Grazyella C. Oliveira de. Cenários constituintes dos cursos superiores de Moda no Brasil: conjunturas da década de 80 aos dias atuais. *In*: SEMINÁRIO MODA DOCUMENTA, 5./CONGRESSO INTERNACIONAL DE MEMÓRIA, DESIGN E MODA, 2., São Paulo, 2015. **Moda documenta/moda e sociedade: percursos diversos**. São Paulo, 2015.

ANASTASIOU, Léa das Graças C. Ensinar, aprender, apreender e processos de ensinagem. *In*: _____; ALVES, Leonir Pessate. **Processos de ensinagem na universidade**. Joinville: Editora Univille, 2003.

ARAGÃO, Irina; FORMIGA, Simone. **Design e moda**. Rio de Janeiro: Senai/CETIQT, 2010. 154 p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO (Abit). **Indústria têxtil e de confecção brasileira**. Brasília: Abit, jun. 2013. Disponível em: <http://www.abit.org.br/conteudo/links/publicacoes/cartilha_rtcc.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2014.

BARROS, Simone; NEVES, André M.; SÓTER, Clarissa Menezes. *Design de produtos com valor de moda*. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8. **Anais...** São Paulo: Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil, 2008. Disponível em: <<http://www.modavestuario.com/34Designdeprodutocomvalordemoda.pdf>>. Acesso em: set. 2015.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Blücher, 2011.

BEST, J. W. **Como investigar en educación**. 2. ed. Madrid: Morata, 1972.

BONACIN, R. **Um modelo de desenvolvimento de sistemas para suporte à cooperação fundamentado em Design Participativo e Semiótica Organizacional**. Tese (Doutorado em Ciência da Computação)–Instituto de Computação Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br>>. Acesso: 1.º ago. 2012.

BONSIEPE, Gui. **A tecnologia da tecnologia**. São Paulo: Blücher, 1983.

_____. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blücher, 2011.

_____. **Metodologia experimental: desenho industrial**. Brasília: CNPq/Coordenação Editorial, 1984.

BRASIL. **Decreto n.º 5.773, de 9 de maio de 2006**. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5773.htm>. Acesso em: 10 nov. 2015.

BRITO, Andréia Bordini de. **Ampliação do vocabulário em desenho industrial: considerações para o projeto de produto**. Dissertação (Mestrado)–2004.

BROWN, Tim. **Design thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

BÜRDEK, Bernhard E. **Design**: história, teoria e prática do *design* de produtos. 2. ed. São Paulo: Blucher, 2010.

CIPINIUK, Alberto; PORTINARI, Denise B. Sobre métodos de *design*. In: COELHO, Luiz A. L. (Org.). **Design método**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.

COELHO, Luiz Antônio L. **Conceitos-chave em design**. São Paulo: Novas Ideias, 2008.

COUTO, Rita Maria de Souza. **Movimento interdisciplinar de designers brasileiros em busca de educação avançada**. Tese (Doutorado em Educação)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DEPRESBITERIS, Léa. Avaliação da aprendizagem do ponto de vista técnico-científico e filosófico-político. **Série Idéias**, São Paulo, n. 8, 1998.

DREYFUSS, Henry. **Designing for people**. Nova York: Allworth, 2003.

DULCI, Luciana Crivellari. O conhecimento nos cursos superiores brasileiros: a constituição da formação em Design de Moda. In: CONGRESSO LATINOAMERICANO DE SOCIOLOGÍA, 29., Santiago, Chile, 2013. **Anais...** 2013.

FASCIONI, Lúgia. **O design do designer**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.

FAZENDA, Ivani C. A. **Interdisciplinaridade**: história, teoria e pesquisa. 4. ed. Campinas: Papirus, 1994.

FERRAZ, Ribeiro Crislei. **Pesquisa de satisfação dos alunos do Curso Superior de Tecnologia em Moda do Senai-Curitiba**. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso)–Pós-Graduação de Gestão Estratégica em Moda. Curitiba: Faculdade de Tecnologia Senai/Curitiba, 2015.

FERREIRA, Patrícia Castro; COUTO, Rita Maria de S. Sob o olhar do *design*: a construção de um ponto de vista. **Estudos em Design**, v. 20, p. 1-14, 2012.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda e sustentabilidade**: *design* para mudança. São Paulo: Senac, 2011.

FLORI, Rogério Justino; TOURINHO, Irene. **Trilheiros que buscam ensinagem na moda**. Dissertação (Mestrado)–2010.

FOLLMANN, Giselle Blasius. **Proposta de modelo para o planejamento de projetos em design**: uma contribuição para o ensino do *design* no Brasil. Dissertação (Mestrado em Design)–Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FONTOURA, Antônio Martiniano. A interdisciplinaridade e o ensino do *design*. **Projética**, Londrina, 1.º jun. 2011.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo**: *design* e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007. 347 p.

FREITAS, Ranielder Fábio de; CARVALHO, Cyntia Oliveira de; MENESCAL, Richarley Evangelista. *Design* emocional e o *designer* como interpretador de desejos e necessidades: revisão da literatura. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1. Disponível em: <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/estudos_em_design.php?strSecao=INPUT2&Session=SHOW9&NrSeqFas=123&cor=#EC008C>. Acesso em: 19 abr. 2016.

_____; COUTINHO, Solange Galvão; WAECHTER, Hans da Nóbrega. **Análise de metodologias em design**: a informação tratada por diferentes olhares. Analysis of Methodologies in Design: the information processed by different looks. 2013.

FUAD-LUKE, A. Slow design: a paradigm for living sustainably? **Slow Design**, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, Luiz Vidal Negreiros. **Criatividade**: projeto, desenho, produto. Santa Maria: sCHDS, 2001.

_____. Sobre metódicas, metodologia e métodos para o projeto de desenho e produto industrial. In: WESTIN, Denise; COELHO, Luiz Antônio L. (Orgs.). **Estudo e prática de metodologia em design nos cursos de pós-graduação**. Rio de Janeiro; Novas Ideias, 2011.

HALUCH, Aline. Pesquisa histórica em *design* essencialmente interdisciplinar. **DesignBrasil**, 2005. Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br/artigo/pesquisa-historica-em-Design-essencialmente-interdisciplinar>>. Acesso em: 6 jun. 2015.

HOFFMANN, Maria Gorete. **Fast fashion**: risco ou oportunidade. Relatório de inteligência. Sistema de Inteligência Setorial. 2011.

IDEO. **Design kit**: the field guide to Human-Centered Design. EUA: Ideo, 2009. 102 p. Disponível em: <<http://www.ideo.com/work/human-centered-Design-toolkit/>>. Acesso em: abr. 2015.

IMBERNÓN, Francisco (Org.) **A educação no século XXI**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN (ICSID). **Definition**. Disponível em: <<http://www.icsid.org/>>. Acesso em: 10 de nov. 2015.

IPE, Minu. Knowledge sharing in organizations: a conceptual framework. **Human Resource Development Review**, v. 2, n. 4, dez. 2003.

JANIUNAITE, B.; PETRAITE, M. The relationship between organizational innovative culture and knowledge sharing in organization: the case of technological innovation implementation in telecommunication organization. **Socialiniai Mokslai**, n. 3, v. 69, p. 14-23, 2010.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

KELLEY, Tom; LITTMAN, Jonathan. **A arte da inovação**: lições de criatividade da Ideo, a maior empresa norte-americana de *design*. São Paulo: Futura, 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**: técnicas de pesquisa. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEE, Jung-Joo. **Against method**: the portability of method in Human-Centered Design. Tese (Doutorado)–Departamento de Design, Aalto School of Arts, Design and Architecture, Helsínquia, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **Império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Edgard Blücher, 2001. 206 p.

_____. **Diseño industrial**: bases para la configuración de los productos industriales. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

LUPTON, Ellen. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MACHADO, Nilson José. *In*: PERRENOUD *et al.* **Competências para ensinar no século XXI**. São Paulo: Artmed, 2002.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. Tradução de Astrid de Carvalho. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2011.

MEIER, Marcos; GARCIA, Sandra. **Mediação da aprendizagem**: contribuições de Feuerstein e de Vygotsky. Curitiba: do Autor, 2007.

MONTEMEZZO, Maria Celeste F. Sanches. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial)–Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2003.

MORAES, Dijon de. **Metaprojeto**: o *design* do *design*. São Paulo: Blücher, 2010.

MOURA, M. Interdisciplinaridades no *design* contemporâneo. *In*: MENEZES, Marizilda; PASCHOARELLI, Luis Carlos; MOURA, Mônica (Orgs.). **Metodologias em *design***: inter-relações. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011. p. 274-290. v. 1.

MOZOTA, Brigitte Borja de. **Design management**: using design to build brand value and corporate innovation. Paris: Allworth Press, 2003.

MULLER, M. J. A. **Participatory design**: the third space in HCI. 2002. Disponível em: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=772138>>. Acesso em: 27 jul. 2015.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

NEVES, Manuela; BRANCO, João. **A previsão de tendências para a indústria do vestuário**. Guimarães, Portugal: TecMinho, 2000.

PARODE, Fabio; REYES, Paulo. O *design* em tempos de sustentabilidade. **Cadernos Proarq**, Rio de Janeiro, n. 14, 2010.

PEDRO, Edmundo da Silva; RODRIGUES, Joveli Ribeiro. Desafios da avaliação por competência no ensino superior de Moda. *In*: CONTEXTMOD, 2., 2014. **Anais...**, 2014.

PÊGO, Kátia Andréa Carvalhaes. **Guia para inserção dos parâmetros ambientais no *design* de móveis de madeira**. Barbacena: EdUEMG/Livronovo, 2010. 36 p.

PEREIRA, Raquel da Silva *et al.* O ensino de inovação na Administração, Ciências Contábeis, Turismo e Tecnologia em gestão: um estudo exploratório em instituições de ensino superior brasileira. **Revista de Administração e Inovação**, v. 9, n. 4, p. 221-244, 2012.

PERRENOUD, Philippe *et al.* **Competências para ensinar no século XXI**. São Paulo: Artmed, 2002.

PETERS, Tom. **Reimagine!** Excelência nos negócios numa era de desordem. São Paulo: Futura, 2004.

PIRES, Dorotéia Baduy. A história dos cursos de Design de Moda no Brasil. **Nexos**, São Paulo, v. 9, n. 9, p. 112, 2002.

_____. (Org.). **Design de moda**: olhares diversos. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.

_____. *Design* de moda: uma nova cultura. **DObra[s]**, Barueri, v. 1, n. 1, p. 66-73, out. 2007.

_____. **O desenvolvimento de produtos de moda**: uma atividade multidisciplinar. Londrina, 2003. 23 p. (no prelo).

_____. O desenvolvimento de produtos de moda: uma atividade multidisciplinar. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 6., 2004. São Paulo. **Anais...** São Paulo: 2004. 1 CD-ROM.

QUEIROZ, Cyntia Tavares Marques de. **Do estilismo ao design**: os currículos do bacharelado em Moda da Universidade Federal do Ceará. 195 f. Tese (Doutorado em Educação)–Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2014.

_____; BASSO, Aline Teresinha. Moda e metodologia: o *design* como mediador. **ModaPalavra E-periódico**, n. 8, v. 17, p. 91-118, 2015.

RECH, Sandra R. **Moda**: por um fio de qualidade. Florianópolis: Editora da Udesc, 2002.

REFOSCO, E.; OENNING, J.; NEVES, M. Da alta costura ao *prêt-à-porter*, da *fast fashion* a *slow fashion*: um grande desafio para a moda. **ModaPalavra E-periódico**, ano 4, p. 1-15, 2011.

RENFREW, Elinor. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre; Bookman, 2010.

ROCHA, Marcelo; DORRESTEIJN, Hans; GONTIJO, Maria José (Orgs.). **Empreendedorismo em negócios sustentáveis**: plano de negócios como ferramenta do desenvolvimento. São Paulo: Peiropólis; Brasília: Instituto Internacional de Educação do Brasil, 2005.

ROMEIRO FILHO, Eduardo. **Projeto do produto**: apostila do curso de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). 7. ed. Belo Horizonte: Lidep/DEP/EE/UFMG, 2004.

ROZENFELD, Henrique *et al.* **Gestão de desenvolvimento de produtos**: uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Saraiva, 2006.

SABRÁ, Flávio; NORONHA, Carla. **Inovação, estudos e pesquisas**: reflexões para o universo têxtil e de confecção. São Paulo: Estação das Letras, 2012. v. 1.

SANCHES, Lucinéia. **Os moldes da moda**: um estudo sobre os cursos de Moda no Brasil. 120 f. Dissertação (Mestrado em Educação)–Fundação Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2006.

SANCHES, Maria C. de Fátima. Projetando moda: diretrizes para a concepção de produtos. *In*: PIRES, Dorotéia B. (Org.). **Design de moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

_____. Projeto integrador: uma reflexão para a evolução da sistematização de projeto de ensino de *design* de moda. **Projética**, Londrina, v. 1, n. 1, p. 101-114, dez. 2010.

SANDERS, Elizabeth B.-N. From user-centered to participatory design approaches. *In*: FRASCARA, J. (Org.), **Design and the social sciences**. UK: Taylor & Francis Books, 2002.

SANTA ROSA, José Guilherme; MORAES, Anamaria de. **Design participativo**: técnicas para inclusão de usuários no processo de *ergodesign* de interfaces. Rio de Janeiro: Rio Books, 2012.

SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. **Gestão da inovação na prática**: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. São Paulo: Atlas, 2009.

SELAU, Luiza Grazziotin. *Design* como gerador de cultura sustentável. **Imagem**, v. 3, p. 1-9, 2013.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL (Senai). Departamento Nacional. **Metodologia Senai de educação profissional**. Brasília: Senai/DN, 2013.

_____. Departamento Nacional. **Norteador da prática pedagógica**: formação em competências. Brasília: Senai, 2006.

_____. Departamento Regional do Paraná. **Rotas estratégicas para o futuro da indústria paranaense: roadmapping** de produtos de consumo – 2015. Curitiba: Senai/PR, 2007.

_____. **Plano de Desenvolvimento institucional**. Faculdade de Tecnologia em Design de Moda. Curitiba, 2014.

_____. **Projeto Pedagógico**: Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda. Curitiba, 2015.

SOUZA, Cyntia Santos Malaguti de; NEIRA, Luz Garcia; BASTIAN, Winnie. Regulação do ensino do *design* de moda para quem? *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9., São Paulo, 2010. **Anais...** 2010.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2002.

TEIXEIRA, G. **A questão do método na investigação científica**. São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.serprofessoruniversitario.pro.br/ler.php?modulo=21&texto=1660>>. Acesso em: 13 abr. 2016.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 13. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

_____. **Metodologia da pesquisa-ação**. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT Keith. **Gestão da inovação**. 3. ed. Tradução de Elizamari Rodrigues Becker et al. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 5. ed. Brusque: do Autor, 2013.

VASCONCELOS, Luís. A. L. **Uma investigação em metodologias de design**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design)–Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

_____. *et al.* Um modelo de classificação para metodologias em *design*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9., São Paulo, 2010. **ModaPalavra E-periódico**, ano 9, n. 17, jan./jun. 2016. Acesso em: 1.º jan. 2016.

VEZZOLI, Carlo. **Design de sistema para sustentabilidade**: teoria, métodos e ferramentas para o *design* sustentável de “sistema de satisfação”. Salvador: EDUFBA, 2010.

_____. O cenário do *design* para uma moda sustentável. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). **Design de moda**: olhares diversos. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008. p. 197-205.

ZIEDE, Mariângela; ARAGÓN, Rosane. Docência no ensino superior: inovando e reconstruindo práticas pedagógicas na educação a distância. **Currículo sem Fronteiras**, v. 14, n. 3, p. 254-279, 2014.

GLOSSÁRIO

COLEÇÃO: Conjunto de produtos com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas épocas do ano.

CONTEÚDO FORMATIVO: Conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes pedagogicamente organizado no interior das unidades curriculares, necessário para o desenvolvimento das competências nas dimensões teórica e prática.

DESIGN: Atividade projetual que consiste em determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente. Tais propriedades podem ser estéticas, funcionais e estruturais que fazem com que um produto tenha uma unidade coerente do ponto de vista, tanto do produto, como do consumidor.

DESIGNER DE MODA: profissional que atua diretamente com o desenvolvimento e criação do produto, como seu design, funcionalidade, estrutura, assim como desenvolvimento de pesquisas de materiais e de tendências de consumo.

DISCIPLINA/UNIDADE CURRICULAR: Unidade pedagógica que compõe o currículo, constituída, numa visão interdisciplinar, por conjuntos coerentes e significativos de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais, independente em termos formativos e de avaliação durante o processo de aprendizagem.

FAST FASHION: Moda rápida desenvolvida de acordo com tendências lançadas nos mais importantes centros da moda e comercializada por grandes lojas de departamentos.

INTERDISCIPLINARIEDADE: Caracteriza-se por uma abordagem que articula diferentes campos do conhecimento e práticas profissionais, possibilitando o intercâmbio entre ambos. Uma ação educativa interdisciplinar favorece a flexibilidade curricular, pois rompe com a visão fragmentada e contribui com o enriquecimento da prática pedagógica e com o desenvolvimento de pesquisas e projetos integradores.

MÉTODO: é um termo usado para definir determinada maneira para realizar determinado objetivo.

METODOLOGIA: é o estudo dos métodos, ou etapas a seguir num determinado processo. Engloba a estruturação sistemática de todos os métodos que poderiam ser utilizados na configuração de produtos.

METODOLOGIA PROJETUAL: estudo dos procedimentos metodológicos para o desenvolvimento de um projeto.

PLANO DE CURSO: Parte integrante da proposta pedagógica, que tem por finalidade garantir a organicidade e continuidade do curso. Deve conter, no mínimo, introdução (justificativa e objetivos), clientela (requisitos de acesso), perfil profissional de conclusão, organização curricular, sistemática operacional, critérios para aproveitamento de conhecimentos e experiências anteriores, sistemática de avaliação (critérios de avaliação) e certificação (certificados e diplomas).

PROCESSO: Caminho em si composto de fases por onde o método percorre. Difícil perceber método separado do processo, sendo este caracterizado pelas grandes etapas que aquele deve percorrer.

PROJETO: do latim (*projectu*), significa o Plano para a realização de um ato; desígnio, intenção. (MICHAELIS, 2014). Pode tratar-se ainda de um esforço temporário realizado para criar um produto ou serviço único (PMI, 2000)

SLOW FASHION: movimento antagónico a fast fashion, ligado à desaceleração da moda que oferece peças atemporais, duráveis, respeita às tradições locais e são produzidas de maneira ética.

TRANSVERSALIDADE: Termo que, na educação, é entendido como uma forma de organizar o trabalho didático na qual alguns temas são integrados nas áreas convencionais de forma a estarem presentes em todas elas. O conceito de transversalidade surgiu no contexto dos movimentos de renovação pedagógica, quando os teóricos conceberam que é necessário redefinir o que se entende por aprendizagem e repensar também os conteúdos que se ensinam aos alunos.

ANEXOS

ANEXO 1 – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA

ANEXO 2 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO I

ANEXO 3 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO II

ANEXO 4 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO III

ANEXO 5 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO IV

ANEXO 1 – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA A PARTIR DOS FUNDAMENTOS DO DESIGN/DESENHO INDUSTRIAL

Pesquisador: Edson Korner

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 45303215.3.0000.5366

Instituição Proponente: FUNDACAO EDUCACIONAL DA REGIAO DE JOINVILLE - UNIVILLE

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 1.147.717

Data da Relatoria: 10/07/2015

Apresentação do Projeto:

A presente pesquisa objetiva o desenvolvimento de uma estrutura metodológica para a disciplina de projeto de produto de moda, que concilie questões de inovação e sustentabilidade para a melhoria do processo projetual na formação dos alunos do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda - Senai Curitiba. De cunho exploratório, qualitativo e de pesquisa aplicada a metodologia contemplará revisão de literatura, levantamento de informações, análise de dados e desenvolvimento da proposta metodológica.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Propor uma estrutura metodológica para a disciplina de projeto de produto de moda, que concilie questões de inovação e sustentabilidade para a melhoria do processo projetual na formação dos alunos do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda - Senai Curitiba.

Objetivo Secundário:

A. Analisar, a partir de diferentes autores, as metodologias de design com foco na criatividade, para identificar aquelas que são aplicáveis ao processo de desenvolvimento do produto de moda. B. Definir, com base nas metodologias do desenho industrial/design, uma estrutura metodológica

Endereço: Paulo Malschitzki, nº 10. Bloco B, Sala 17.

Bairro: Zona Industrial

CEP: 89.219-710

UF: SC

Município: JOINVILLE

Telefone: (47)3461-9235

E-mail: comitetica@univille.br



Continuação do Parecer: 1.147.717

flexível e adaptável ao processo projetual de design de moda para o Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda – Senai Curitiba. Concepção/Idealização/elaboração de uma estrutura metodológica a partir da prática dos alunos estrutura metodológica proposta na disciplina de

Projeto de Coleção I situada no primeiro período I do curso Design de Moda da faculdade de tecnologia Senai Curitiba.D. Analisar/Discutir o processo metodológico de forma participativa a aplicação desse procedimento para que possa ser inserido na disciplina de Projeto de Coleção I da Faculdade de Tecnologia Senai Curitiba.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Conforme exposto no parecer substanciado nº 1.121.159.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Conforme exposto no parecer substanciado nº 1.121.159.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Conforme exposto no parecer substanciado nº 1.121.159. A Carta de Anuência requerida em parecer anterior foi anexada ao sistema e está de acordo com a Resolução 466/12 e complementares.

Recomendações:

Não se aplica.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

O projeto "METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA A PARTIR DOS FUNDAMENTOS DO DESIGN/DESENHO INDUSTRIAL", de CAAE 45303215.3.0000.5366 teve sua(s) pendência(s) esclarecida(s) pelo(a) pesquisador(a) Edson Korner, de acordo com a Resolução CNS 466/12 e complementares, portanto, encontra-se APROVADO.

Informamos que após leitura do parecer, é imprescindível a leitura do item "O Parecer do CEP" na página do Comitê no sítio da Univille, pois os procedimentos seguintes, no que se refere ao enquadramento do protocolo, estão disponíveis na página. Segue o link de acesso (<http://community.univille.edu.br/cep/status-parecer/577374>).

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Endereço: Paulo Malschitzki, nº 10. Bloco B, Sala 17.
Bairro: Zona Industrial **CEP:** 89.219-710
UF: SC **Município:** JOINVILLE
Telefone: (47)3461-9235 **E-mail:** comitica@univille.br



Continuação do Parecer: 1.147.717

Considerações Finais a critério do CEP:

Diante do exposto, o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade da Região de Joinville - Univille, de acordo com as atribuições definidas na Res. CNS 466/12, manifesta-se pela aprovação do projeto de pesquisa proposto.

JOINVILLE, 13 de Julho de 2015

Assinado por:
Eleide Abril Gordon Findlay
(Coordenador)

Endereço: Paulo Malschitzki, n° 10. Bloco B, Sala 17.
Bairro: Zona Industrial **CEP:** 89.219-710
UF: SC **Município:** JOINVILLE
Telefone: (47)3461-9235 **E-mail:** comitetica@univille.br

ANEXO 2 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO I

Departamento Regional do Paraná – Senai Campus da
Indústria
Faculdade de Tecnologia SENAI /CURITIBA
Plano de Ensino



Nome do Curso: Tecnólogo em Design de Moda	
Unidade Curricular: Projeto de Coleção I	Carga horária: 70hs
Período: 1º	Ano: 1/2016
<p>Ementa: Capacitar o aluno a desenvolver projetos de moda de caráter técnico e de baixa complexidade compreendendo basicamente todas as etapas da metodologia, bem como estimular sua capacidade criativa no que diz respeito a produção criativa de coleções viáveis, funcionais e com a realidade do seu segmento de mercado e seu público-alvo. Vivenciar o processo criativo na moda.</p> <p>Temas de estudo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introdução à metodologia de desenvolvimento de coleção. Pesquisa, concepção e definição de critérios para a realização de coleções e produtos. • Execução de exercícios projetuais. • Análise de briefing para o desenvolvimento de projeto. • Execução de projeto de coleção de baixa complexidade. Projeto de caráter interdisciplinar. 	

Bibliografia Básica

- MATHARU, Gurmit. O que é design de moda? Porto Alegre: Bookman, 2011.
- JONES, Sue Jenkyn. Fashion Design: manual do estilista. São Paulo: Cosac Naif, 2007.
- BAXTER, M. Projeto do Produto: guia prático para design de novos produtos. 2 ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.
- SORGER, Richard; UDALE, Jenny. Fundamentos de Design de Moda. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Bibliografia Complementar

- SEIVEWRIGHT, Simon. Pesquisa e design. Porto Alegre: Bookman, 2009. (Fundamentos de design de moda).
- DISITZER, Márcia; VIEIRA, Sílvia. A moda como ela é: bastidores, criação e profissionalização. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006.
- MORRIS, Richard. Fundamentos de design de produto. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. Desenvolvendo uma coleção. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- PIRES, Dorotéia Baduy. Design de moda: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- BURDEK, B.E. Design: história, teoria e prática do design de produtos. Rio de Janeiro: Edgard Blücher, 2006.
- CARDOSO, R. Uma introdução à história do design. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.
- GOMES FILHO, J. Design do objeto: Bases Conceituais. São Paulo: Ed. Escrituras, 2006.
- OSTROWER, Fayga. Criatividade e processos de criação. 12. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.
- LIPOVETSKI, Gilles. O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- VILLAÇA, Nízia; CASTILHO, Kathia [org.]. Plugados na moda. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.
- RODRIGUES, Iesa; ACIOLI, Paula. 30 estilistas: à moda do Rio. Rio de Janeiro: Senac, 2001.

ANEXO 3 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO II

Departamento Regional do Paraná – Senai Campus da
Industria

Faculdade de Tecnologia SENAI /CURITIBA
Plano de Ensino



Nome do Curso: Tecnólogo em Design de Moda		Carga horária: 35hs
Unidade Curricular: Projeto de Coleção II		
Período: 2º	Ano: 1/2016	
<p>Ementa: Aplicação de metodologia de pesquisa e projeto para o desenvolvimento de projetos de baixa/média complexidade, na área de vestuário contemplando design industrial. Apresentação de resultados por meio de representação e desenho técnico, modelo peça piloto e memorial descritivo: book de coleção.</p> <p>Temas de estudo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicação de técnicas de <i>Coolhunter</i> para pesquisa de público alvo. • Estudo e análise de público alvo, estilo de vida e necessidade de usuário. • Funções do produto – prática, estética e simbólica. • Análise Diacrônica e Sincrônica. • Aplicação de técnicas do processo criativo para desenvolvimento do produto – inovação. • Geração, seleção e concepção de peça piloto. • Aplicação das etapas de Planejamento de coleção (tendências – tema – conceito – painel de inspiração – press release – tabela de artigos e modelos – mix de coleção – cartela de materiais – cartela de cores – croquis da coleção – desenhos técnicos.) 		

Bibliografia Básica:

VALLE, André Bittencourt do; [ET AL.]. *Fundamentos do gerenciamento de projetos*. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

JONES, Sue Jenkyn. *Fashion Design: Manual do Estilista*. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

NOCÊRA, Rosaldo de Jesus. *Gerenciamento de projetos: teoria e prática*. Santo André: Ed. do Autor, 2009.

Bibliografia Complementar:

SORGER, Richard & UDALE, Jenny. *Fundamentos de Design de Moda*. Editora Bookman Porto Alegre, 2009

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. *Desenvolvendo uma coleção*. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ERNER, Guillaume. *Vítimas da moda? Como criamos, por que a seguimos*. São Paulo: Editora Senac, 2005.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro. *Design & Consumo*. Curitiba: Peregrina, 2010.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro. *Design & Identidade*. Curitiba: Peregrina, 2008.

PIRES, Dorotéia Baduy. *Design de moda: olhares diversos*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

PALOMINO, Erika. . *A moda*. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2003. 98 p. ISBN 85-7402-346-9. EX: 106228, 85201 e 101675.

Elaborado em 07/05/2013 Atualizado em 06/02/2016
Professor: Daniele Gomes Nogueira

ANEXO 4 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO III

Departamento Regional do Paraná – Senai Campus da
Indústria

Faculdade de Tecnologia SENAI /CURITIBA
Plano de Ensino



Nome do Curso: Tecnólogo em Design de Moda	
Unidade Curricular: Projeto de Coleção III	Carga horária: 35hs
Período: 3º	Ano: 1/2016
<p>Ementa: Conhecer as bases e o funcionamento do sistema fast-fashion.</p> <p>Simular processos criativos num ambiente de empresa, desenvolvendo coleções de moda voltadas a tendências.</p> <p>Aplicar conhecimentos interdisciplinares no desenvolvimento de coleção de moda.</p> <p>Temas de Estudo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introdução ao sistema fast-fashion; • Pesquisa de tendências aplicada ao fast-fashion; • Análise de produtos e concorrentes; • Desenvolvimento de coleções de moda voltadas ao fast-fashion; • Elaboração de documentação de desenvolvimento de produtos voltada à indústria. 	

Bibliografia Básica

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion Design**: Manual do Estilista. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

VALLE, André Bittencourt do; [ET AL.]. **Fundamentos do gerenciamento de projetos**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

CIETTA, Enrico **A revolução do fast-fashion**: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. São Paulo: Estação das letras, 2012.

Bibliografia Complementar

DISITZER, Márcia; VIEIRA, Sílvia. **A moda como ela é**: bastidores, criação e profissionalização. Rio de Janeiro: Senac, 2006.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de Design de Moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

PALOMINO, Erika. **A moda**. 2.ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

ANEXO 5 – PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA PROJETO DE COLEÇÃO IV

Departamento Regional do Paraná – Senai Campus da
Industria

Faculdade de Tecnologia SENAI /CURITIBA
Plano de Ensino



Nome do Curso: Tecnólogo em Design de Moda	
Unidade Curricular: Projeto de Coleção IV	Carga horária: 35hs
Período: 4º	Ano: 1/2016
<p>Ementa: Aplicação de metodologia de pesquisa e projeto para o desenvolvimento de projetos de média/alta complexidade, na área de vestuário contemplando design industrial. Apresentação de resultados por meio de representação e desenho técnico, modelo peça piloto e memorial descritivo : book de coleção</p> <p>Temas de estudo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Execução de projeto de coleção autoral de alta complexidade para sistemas de distribuição diversos, considerando pressupostos mercadológicos e produtivos de alta complexidade. • Realização de coleção autoral com a execução de protótipos. 	

Bibliografia Básica

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion Design**: Manual do Estilista. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

BROWN, Tim; KATZ, Barry. **Design thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. 3. reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

VALLE, André Bittencourt do; [ET AL.]. **Fundamentos do gerenciamento de projetos**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

MESQUITA, Cristiane. **Moda em ziguezague**: interações e expansões. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

Bibliografia Complementar

DISITZER, Márcia; VIEIRA, Sílvia. **A moda como ela é**: bastidores, criação e profissionalização. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de Design de Moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de moda**: olhares diversos. São Paulo.

Elaborado em 04/02/2013 Atualizado em 02/01/2016

Professor: Luciola Z Pires

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – MATERIAL 1 DE APOIO AO *WORKSHOP 3*

APÊNDICE 2 – MATERIAL 2 DE APOIO AO *WORKSHOP 3*

APÊNDICE 2 – MATERIAL 2 DE APOIO AO *WORKSHOP 3***CRUZAR . OPOR . CONFIRMAR . ACRESCENTAR****AS CAPACIDADES ORGANIZACIONAIS E METODOLÓGICAS**

<p>Capacidade definida entre o grupo</p> <p><i>exemplo</i></p>	<p>Motivo torna-se uma proposta de curso rápido abrangente às demais áreas (no primeiro momento e segmentado para as competências e habilidades específicas das unidades curriculares/disciplinas)</p>
<p><i>Segurança (social) + identificar estratégias (mercadológicas)</i></p>	<p><i>Da criatividade à venda: passos iniciais para formalizar seu negócio</i></p>

AUTORIZAÇÃO

Nome do autor: Edson Korner

RG: 2/R 1.776.710 SC

Título do Projeto Final: *DESIGN* E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA: A ORGANIZAÇÃO DE UMA ESTRUTURA PROJETUAL PARA AS DISCIPLINAS DE PROJETO DE COLEÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA DO SENAI/CURITIBA

Autorizo a Universidade da Região de Joinville – UNIVILLE, através da Biblioteca Universitária, disponibilizar cópias do projeto final de minha autoria.

Joinville, 14 de junho de 2016.



Mestrando(a)