

PESQUISA COMO PRINCÍPIO EDUCATIVO NA FORMAÇÃO DO DESIGNER DE MODA: UMA INVESTIGAÇÃO INICIAL NO CONTEXTO DOS TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO NO IFSC, CAMPUS ARARANGUÁ

JACKELINE DA ROSA MATTOS¹

CESAR LUIZ MOREIRA DA FONSECA MARQUES²

Resumo

Este trabalho explora a importância da pesquisa como princípio educativo no âmbito do curso de Design de Moda do IFSC, campus Araranguá, evidenciando os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC). Com uma abordagem qualitativa, foram realizadas análises documentais e coleta de dados com algumas alunas egressas, além do levantamento dos TCCs defendidos entre 2018 e 2021. Os resultados destacam a pluralidade das pesquisas e a interdisciplinaridade da área. Também indicam a pesquisa como ferramenta importante para uma formação que pretende ir além dos elementos mercadológicos e que produza designers de moda capazes de compreender o fenômeno da Moda em aspectos mais amplos.

Palavras-Chave: Pesquisa. Educação. Design de Moda. Moda. TCC.

1 INTRODUÇÃO

A Moda vai além do simples ato de vestir. Constitui um fenômeno complexo e humano que recebe e alimenta influências de cunho social, cultural, econômico, entre outros. Sua compreensão depende de relações com áreas que vão além dos elementos técnicos da confecção, exigindo incursões nos saberes da sociologia, filosofia, antropologia, economia, etc. (GODART, 2010; BARBOSA, 2021)

No Brasil, o ensino de Moda acompanhou as transformações do país, desde os liceus de artes e ofícios no século XIX até os cursos superiores, iniciados em 1987 na Faculdade Santa Marcelina, e que, posteriormente, se expandiram para universidades públicas como a Universidade Federal do Ceará e a Universidade do Estado de Santa Catarina. (MACEDO, 2022)

A Moda representa um setor econômico de grande relevância no Brasil, movimentando bilhões de reais anualmente. Em 2023, foram comercializadas 6,55 bilhões de peças, segundo o Sebrae, destacando o impacto do setor na economia criativa nacional. O crescimento do e-commerce, impulsionado pela pandemia,

¹Acadêmica do Curso Superior Tecnológico em Design de Moda (IFSC). Araranguá, Santa Catarina, Brasil. E-mail: jackelinedarosamattos@gmail.com

²Orientador, Mestre em Educação (UFPR). Docente no Departamento de Ensino, Pesquisa e Extensão (IFSC), Araranguá, Santa Catarina, Brasil. E-mail: cesar.marques@ifsc.edu.br.

consolidou-se como um dos principais formatos de consumo, representando 78% das compras online no país. (SEBRAE, 2023)

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Santa Catarina (IFSC) oferece cursos voltados para o setor da Moda desde o ensino médio integrado até o superior. É no âmbito do Curso Superior Tecnológico em Design de Moda do campus Araranguá que realizamos a presente investigação.

Segundo Pedro Demo (2011), a pesquisa como princípio educativo “faz parte integrante de todo processo emancipatório, no qual se constrói o sujeito histórico autossuficiente, crítico e autocrítico, participante, capaz de reagir contra a situação de objeto e de não cultivar os outros como objeto.” (p. 43). O autor destaca que a pesquisa deve fazer parte do cotidiano do aluno, visto que os principais aprendizados da academia vem do que se cria por conta própria, e não do que se decora.

Nesse contexto, uma das formas na qual a pesquisa como princípio educativo é vista no ensino superior é através do trabalho de conclusão de curso (TCC) (Demo, 2011). Através de uma análise das pesquisas desenvolvidas entre 2018 e 2021, além de experiências compartilhadas referentes a ele por algumas alunas egressas, esta pesquisa busca analisar a pesquisa no Curso Superior Tecnológico em Design de Moda a partir dos Trabalhos de Conclusão de Curso e de depoimentos de alunos egressos, com vistas a refletir sobre o papel da pesquisa na formação do Designer de Moda.

Por fim, espera-se que essa pesquisa contribua não apenas para a consolidação do curso de Design de Moda do IFSC, campus Araranguá, mas também para o debate sobre a importância da pesquisa como princípio educativo dentro das universidades, bem como para consolidar e valorizar a Moda como importante área interdisciplinar de conhecimento.

2 O ENSINO DE MODA NO BRASIL

O ensino de Moda no Brasil é resultado de um longo processo que reflete as mudanças sociais, culturais e econômicas do país. Segundo Macedo (2022), os liceus de artes e ofícios são o primeiro registro de formações na área, no século XIX, sendo que nestes lugares eram ofertados cursos como alfaiataria e sapataria, voltados para artesãos.

Com o avanço da industrialização no início do século XX, principalmente nas grandes metrópoles como São Paulo, essas qualificações não bastaram para a formação de um profissional que atendesse as demandas do setor produtivo. Impulsionada pelas mudanças urbanas e sociais, foram criadas nessa época as primeiras escolas profissionalizantes. (Macedo, 2022). Esses espaços, voltados em sua maioria para as classes operárias, ofereciam cursos como corte, costura e bordado para mulheres, enquanto para os homens eram ofertados ofícios como alfaiataria.

Na década de 1980 o ensino de Design de Moda começou a se estruturar no Brasil, como descreve Pires (2002):

No início da década de 80, ressentindo-se de um profissional criador, capaz de reger o grande concerto que envolve o complexo mecanismo da moda, as capitais dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, com a iniciativa do próprio setor e o apoio de algumas instituições de ensino, inauguraram os primeiros cursos profissionalizantes para o ensino da criação de moda no Brasil. Depois, em 1988, na cidade de São Paulo, surgiu o primeiro curso superior de moda do Brasil. A ideia era formar um profissional bem-informado e de sólida formação, pronto a qualificar a produção brasileira de moda e abrir espaço para novas ideias. (p. 2).

A implantação desses cursos foi influenciada pela demanda do setor industrial. Além disso, o ensino de Moda no Brasil não buscava apenas atender às demandas técnicas do mercado, mas também fortalecer a identidade criativa e estimular a inovação da indústria nacional. Dessa forma, os cursos profissionalizantes supriam a mão de obra para a produção, e os primeiros cursos superiores, estruturados em 1980, atendiam à demanda de profissionais para a criação. (MACEDO, 2022; MITRE, 2016)

Os cursos de ensino superior em Moda foram influenciados tanto pelos primeiros liceus, quanto pelos cursos técnicos e profissionalizantes. Macedo (2022), afirma que:

Desse modo, percebe-se que os cursos técnicos e profissionalizantes colaboraram para o surgimento dos primeiros cursos superiores no fim dos anos 1980 e anos 1990. Dentro desse processo, os cursos de formação em moda no Brasil começaram a consolidar seu escopo para a área do “fazer”, orientando-se principalmente para o desenvolvimento do vestuário. (Macedo, 2022, p.4)

Segundo Borges (2017), o primeiro curso superior foi iniciado na Faculdade Santa Marcelina, em 1987. Em seguida, a Universidade Paulista e a Universidade Anhembi Morumbi também implementaram a formação, ambas em 1990. Todas as três pioneiras estão localizadas no mesmo estado, São Paulo.

A partir dos próximos anos, a formação foi se expandindo para além do Sudeste e alcançou as instituições públicas, sendo que a Universidade Federal do Ceará (UFC) foi a primeira a estruturar um curso de bacharelado na área, em 1994. (Macedo, 2022)

Em seguida, outras universidades públicas também começaram a ofertar graduação em Moda, como a Universidade Federal de Goiás (UFG) e a Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Essa expansão ajudou a democratizar o acesso à formação superior, ampliando a influência da Moda em diferentes regiões do Brasil.

De acordo com Pires (2002), a criação desses cursos foi impulsionada por profissionais e instituições de ensino, enfatizando a importância de qualificar profissionais para atuarem no setor.

Na década de 2000, com cerca de 200 cursos em todo o país, tornou-se visível que o ensino de Moda se consolidou no Brasil. Tanto formações técnicas, superiores ou profissionalizantes, mostram uma demanda sempre crescente de um mercado cada vez mais globalizado e o papel da Moda como um campo interdisciplinar.

Dessa forma, o ensino de Moda no Brasil se desenvolveu gradualmente a partir de cursos profissionalizantes, acompanhando as transformações econômicas, sociais e culturais do país. A expansão dos cursos para novas regiões e instituições tornou a área mais acessível e diversa, consolidando-a como interdisciplinar e conectada com o mercado e a sociedade.

2.1. Breve Histórico do curso de Design de Moda do IFSC Araranguá

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina foi fundado em 2008, mas sua história remonta a Escola de Aprendizes Artífices de Santa Catarina, implantada em 1909. No início, a principal missão era formar profissionais que atendessem às demandas mercadológicas do setor produtivo da época. Em 2002, por meio da Lei Federal nº 8.948, a instituição foi alterada de Escolas Técnicas Federais para Centros Federais de Educação Tecnológica, CEFET.

Em 2008, no contexto de expansão, as atividades em Araranguá foram iniciadas, atendendo a uma demanda regional por profissionais qualificados no setor. É neste mesmo ano que a instituição tornou-se Instituto Federal, gerando mais

autonomia pedagógica, recursos financeiros, programas de incentivo à pesquisa e um aumento dos níveis e modalidades de ensino.

Inicialmente, os cursos ofertados no campus Araranguá eram técnico em Moda e Estilismo, Eletromecânica e Têxtil: Malharia e confecção. Posteriormente, passou a oferecer Licenciatura em Ciências da Natureza, Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio, Proeja e FICs (Cursos de Formação Inicial Continuada).

No planejamento do campus, foi previsto uma verticalização do ensino na área da Moda. Esse processo envolvia a criação de cursos que abrangiam desde a formação inicial até a superior, visando fornecer possibilidades de formação do nível técnico ao superior na mesma área de conhecimento. Nesse contexto, a proposta do curso superior de Tecnologia em Design de Moda surgiu.

Dessa forma, o histórico do campus Araranguá mostra uma trajetória de certa forma alinhada às demandas regionais e aos objetivos institucionais de qualificação profissional. A criação do curso superior de Tecnologia em Design de Moda atendeu à demanda de verticalização do ensino, no contexto das transformações sociais, culturais e econômicas regionais.

3 A PESQUISA COMO PRINCÍPIO EDUCATIVO

A pesquisa, conforme destacado por Pedro Demo (2011), é uma forma de conectar o ensino à criatividade e à emancipação, construindo indivíduos capazes de desenvolver conhecimentos, e não apenas reproduzi-los. Dessa forma, promove-se um ensino que não se baseie na imitação, mas sim na inovação e na autonomia. Segundo o autor:

Uma coisa é aprender pela imitação, outra pela pesquisa. Pesquisar não é somente produzir conhecimento, é sobretudo aprender em sentido criativo. É possível aprender escutando aulas, tomando nota, mas aprende-se de verdade quando se parte para a elaboração própria, motivando o surgimento do pesquisador, que aprende construindo. [...] Dialogar com a realidade talvez seja a definição mais apropriada de pesquisa, porque a apanha como princípio científico e educativo. Quem sabe dialogar com a realidade de modo crítico e criativo faz da pesquisa condição de vida, progresso e cidadania. Não faz sentido dizer que o pesquisador surge na pós-graduação, quando, pela primeira vez na vida, dialoga com a realidade e escreve trabalho científico. (DEMO, 2011, p.45)

Dentro da universidade, ela envolve tanto os alunos quanto os professores, sendo essencial durante toda a jornada acadêmica do indivíduo. O autor ainda frisa que, sem a pesquisa, “não há como falar de universidade. [...] Somente para ensinar,

não se faz necessária essa instituição e jamais se deveria atribuir esse nome a entidades que apenas oferecem aulas.” (p. 36)

Nesse contexto, conseguimos visualizar a necessidade de integrar a pesquisa na formação superior e técnica. A falta dessa prática limita o aluno e degrada o ensino, enquanto a sua presença potencializa a educação e o une à realidade e aos desafios da sociedade. (Demo, 2011)

Outro ponto essencial é o equilíbrio entre teoria e prática. Uma prática não se limita a simplesmente aplicar uma teoria, mas consiste em um processo contínuo de renovação do saber, interagindo com a realidade para gerar novas perspectivas. Pedro Demo (2011) enfatiza que:

Teoria e prática detêm a mesma relevância científica e constituem no fundo um todo só. A alma não substitui a outra e cada qual tem a sua lógica própria. Nos extremos, os vícios do teorismo e do ativismo causam os mesmos males. Não se pode realizar prática criativa sem retorno constante à teoria, bem como não se pode fecundar a teoria sem confronto com a prática. (DEMO, 2011, p.27)

Dessa forma, conseguimos uma prática flexível e fundamentada na pesquisa, promovendo soluções inovadoras. Quando a pesquisa acadêmica é a base do “fazer”, forma-se profissionais que entendem as dinâmicas sociais, culturais e econômicas, aliando-as às demandas técnicas e criativas do setor. (Demo, 2011)

A formação em moda é interdisciplinar, o que exige uma base acadêmica que vá além da demanda do “mercado de trabalho”. Unir a prática com a pesquisa, pode representar uma importante ferramenta para superar a limitação da visão mercadológica da formação em Design de Moda, bem como auxiliar em uma educação profissional e tecnológica mais integrada com o desenvolvimento humano, deixando de preparar os acadêmicos apenas para “fazer”, mas também para “criar”. Pedro Demo (2011) fundamenta essa percepção quando enfatiza que:

Toda prática deve ter a sua elaboração teórica, para realizar em plenitude o conforto da teoria com a realidade histórica; jamais trata-se de prática dispersa, intermitente, esporádica, sem rumo, sem método, sem compromisso com resultados; para tanto, é mister reconstruir teoricamente a prática, no que se garante também que a prática é fonte de conhecimento e não só aplicação decorrente. [...] Toda prática deve estar no contexto da formação acadêmica, unido saber e mudar, desde a aplicação teórica até a fundação científica do sujeito social e profissional (DEMO, 2011, p.105)

Outro ponto é a autonomia que a pesquisa pode gerar nos alunos, sendo ferramenta de auxílio na emancipação dos sujeitos. Demo destaca que “Pesquisa como princípio científico e educativo faz parte integrante de todo processo

emancipatório, no qual se constroi o sujeito histórico autossuficiente, crítico e autocrítico, participante”. (Demo, 2011, p. 43)

Esse processo vai além do meio acadêmico, impactando na forma com o que o aluno observa e percebe o meio ao seu redor. Dessa forma, alcançamos uma base de aprendizagem que não se limita à reprodução, mas que significa conhecer, saber e informar.

Assim, a pesquisa empodera a formação acadêmica, formando profissionais criativos, críticos e autônomos, que não se limitam à reprodução de conhecimentos. Quando a busca por conhecimento próprio é impulsionada, encontramos meios para que os alunos dialoguem com as suas realidades e sonhos, “o aluno leva para a vida não o que decora, mas o que cria por si” (Demo, 2011, p. 58).

4 A PESQUISA NOS DOCUMENTOS INSTITUCIONAIS DO IFSC

No Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) do IFSC 2020–2024, a pesquisa é destacada como o centro da formação educacional, evidenciando sua importância no desenvolvimento de soluções técnicas, tecnológicas e sociais. O documento apresenta a pesquisa como parte da missão do IFSC, junto com o ensino e a extensão.

Dentre os objetivos institucionais, destaca-se o incentivo à pesquisa como princípio educativo, explicitado no trecho: “O fomento à pesquisa e à inovação está pautado na valorização da pesquisa como princípio educativo e direcionado à investigação, geração e adaptação de soluções técnicas e tecnológicas em atendimento às demandas da comunidade.” (IFSC, 2020, p. 47)

O texto enfatiza que a pesquisa deve ser direcionada à investigação e à adaptação de soluções que atendam às demandas da comunidade. Essa abordagem interdisciplinar valoriza o trabalho coletivo e incentiva a inovação. Entende-se que o resultado disso seria a formação de profissionais críticos e éticos.

Por fim, o documento reforça que “a educação vai muito além de compartilhar saberes já produzidos. Como o professor e o aluno são sujeitos ativos do processo de ensino e aprendizagem, o espaço acadêmico será também um espaço para produzir novos saberes.” (IFSC, 2020, p. 77) Dessa forma, a pesquisa não se restringe às atividades acadêmicas, mas é apresentada como uma ponte entre o “saber” e o “fazer”.

Já nos Projetos Pedagógicos de Curso, o termo pesquisa como princípio educativo não aparece. No PPC de 2022, vemos a pesquisa de forma pontual relacionada com atividades avaliativas e de extensão, mas sem uma função relevante na formação do aluno. Cabe lembrar que no PPC anterior, por mais que a pesquisa não seja destacada como princípio educativo, o Trabalho de Conclusão de Curso ocupava esse papel. Sua retirada da estrutura curricular pode apontar um afastamento dos princípios de educação presentes no PDI da instituição.

5 METODOLOGIA

Neste estudo utilizamos uma abordagem qualitativa que contou com revisão bibliográfica, análises documentais e aplicação de formulário eletrônico. O objetivo principal foi analisar a pesquisa no Curso Superior Tecnológico em Design de Moda a partir dos Trabalhos de Conclusão de Curso e de depoimentos de alunos egressos, com vistas a refletir sobre o papel da pesquisa na formação do Designer de Moda.

Inicialmente, foi realizada uma busca na base de dados do Google Acadêmico e no Portal de Periódicos da Capes utilizando os termos: “Educação e Moda” e “Ensino de Moda”. Após análise dos resumos, foram separados cerca de 40 artigos para análise. Somado aos artigos, usamos duas obras de autores de referência, a saber Demo (2011) e Godart (2010) para realizar a revisão bibliográfica.

Em seguida, foi realizada uma análise documental no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC, 2020) e os Projetos Pedagógicos do Curso (PPC) de Design de Moda do Campus Araranguá (IFSC, 2014; 2022). O objetivo dessa etapa foi identificar se e como o conceito de pesquisa como princípio educativo está inserido na estrutura curricular e institucional.

Outro aspecto importante da análise documental foi o levantamento e categorização dos Trabalhos de Conclusão de Curso. Foram analisados os TCCs defendidos entre 2018 e 2021, categorizados por título, autores, ano, tema, área de conhecimento e tipo de pesquisa. Devido a mudanças no sistema interno da biblioteca do Campus Araranguá, os trabalhos de 2022 e 2023 não estavam disponíveis para consulta no momento da análise.

Para complementar a análise documental, aplicamos um breve questionário por meio de um formulário eletrônico elaborado no Google Forms para algumas

alunas egressas do curso, selecionadas aleatoriamente.

6 ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO

Ao analisar os dados referentes aos TCCs, chamou-nos a atenção a diversidade de temáticas pesquisadas (Gráfico 1). As pesquisas abrangem diversos temas, com ênfase nas áreas de sociologia, sustentabilidade e marketing, e questões como cinema, fotografia, gestão de negócios, entre outros (Vide Anexo I). Esses dados reforçam a moda como um campo interdisciplinar, onde a criação, a técnica e o mercado se entrelaçam, como apontam Sant'Anna e Rech (2014).

Percebemos ainda, ao analisar os conteúdos dos trabalhos, que o TCC pode atuar como um meio de emancipação do aluno, oferecendo espaço para expressar os seus pensamentos de forma crítica e fundamentada, trazendo, muitas vezes, solução de problemas da comunidade, bem como problematizando questões que até então estavam submersas. Essa análise mostra, assim como aponta Demo (2011), que através dessa ferramenta de pesquisa, os alunos vão além da reprodução de conhecimento e elaboram as suas próprias perspectivas da área de pesquisa.

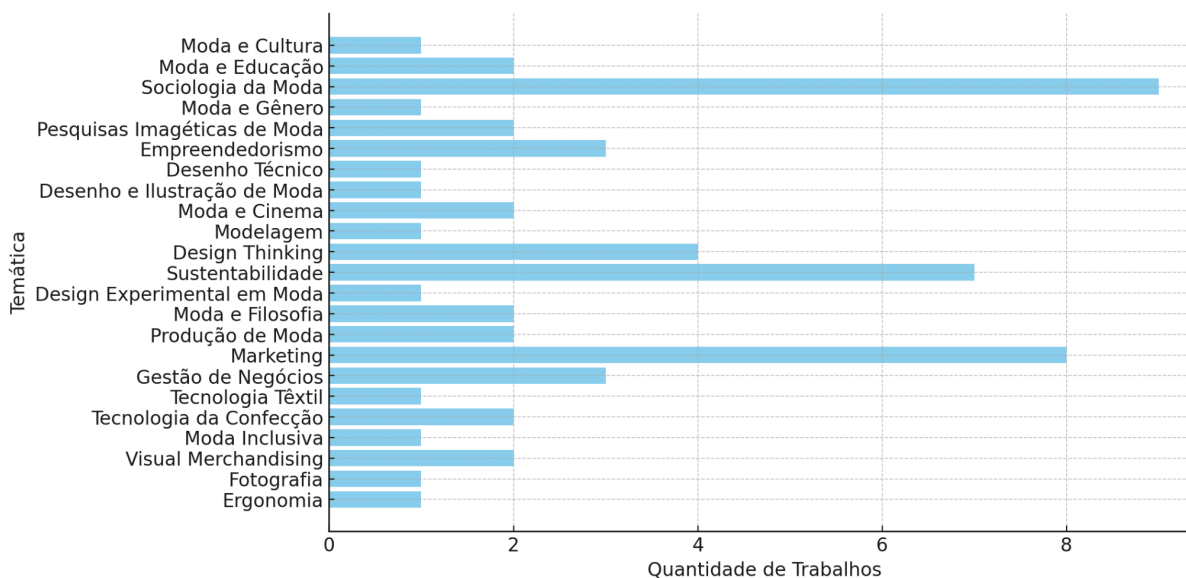


Gráfico 1 - Distribuição dos trabalhos por temática (Fonte: dados coletados pelos autores)

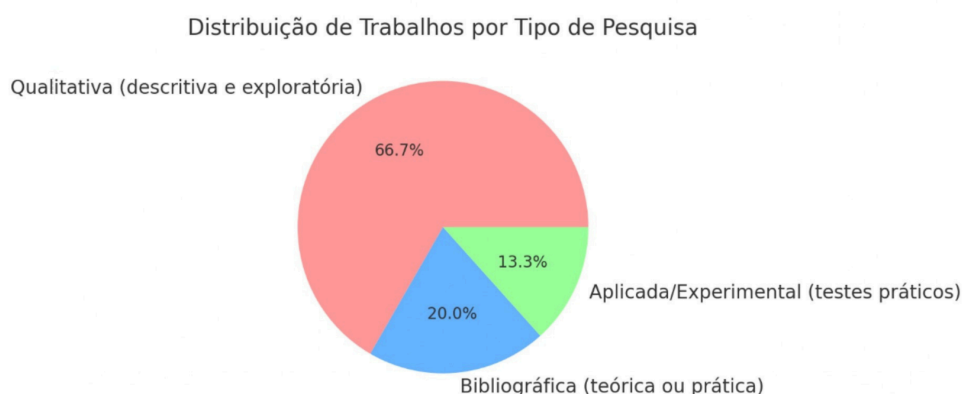


Gráfico 2 - Distribuição dos trabalhos por tipo de pesquisa (Fonte: dados coletados pelos autores)

No tocante aos tipos de pesquisa, vimos a predominância das pesquisas qualitativas descritivas e exploratórias (Gráfico 2). Outro ponto a destacar é o fato das pesquisas aplicadas constituírem a minoria dos trabalhos, apesar desse tipo de pesquisa ocupar lugar de destaque na instituição (IFSC, 2020). Seria isso um aspecto negativo da pesquisa no âmbito do curso de Design de Moda no Campus Araranguá? Não, de modo nenhum, pois entendemos que pesquisa constitui princípio educativo, não somente a pesquisa aplicada.

Nossa hipótese (que não poderá ser verificada no presente trabalho) é a de que no tocante aos tipos de pesquisa, a produção reflete muito mais a relação entre os interesses de pesquisa dos sujeitos, sejam eles discentes ou docentes (incluindo as possibilidades de realização dos projetos) do que os interesses ou prioridades institucionais. Entendemos que isso não é negativo também, pois, a nosso ver, são os sujeitos que pensam e que realizam, sendo que as instituições devem estar a serviço desses e não vice-versa.

Buscando compreender a perspectiva dos egressos sobre o papel da pesquisa na formação acadêmica, realizamos uma pesquisa por meio do Google Forms com sete ex-alunas, sendo que destas, duas não responderam.

Neste questionário, procuramos identificar se a experiência do TCC contribuiu: (1) para atuação dos egressos na área de moda; (2) se trouxe novas perspectivas sobre a visão desse sujeito sobre o Design de Moda e quais foram; (3) a importância da pesquisa na construção do pensamento crítico e (4) se as práticas investigativas ao longo do curso incentivaram reflexões sobre temas ainda pouco abordados em sala de aula.

Ao observar as respostas do primeiro ponto, percebemos que algumas ex-alunas seguiram a mesma área profissional que a temática da sua pesquisa abordava, já outras, foram por caminhos diferentes. Porém, ambas relatam que, indiferentemente do tema contribuir para a profissão delas hoje ou não, as práticas da pesquisa em si foram apontadas como relevantes para a compreensão do mercado e da sociedade.

As respostas da segunda questão foram unânimes: todas as cinco egressas responderam que sim, o TCC trouxe novas percepções sobre o Design de Moda para elas. Algumas mencionaram que desenvolveram uma visão crítica sobre assuntos que, até então, pareciam superficiais. Uma aluna em específico citou que a sua pesquisa a conectou com áreas que foram além da criação técnica.

Na terceira questão foi evidenciado que o TCC pode estimular a investigação de outros temas na pós-graduação, incentivando a formação continuada. Além disso, as ex-alunas citaram que a pesquisa incentiva o pensamento crítico e que, sem ela, o profissional de moda pode se limitar apenas às questões técnicas e mercadológicas.

Por fim, na última questão a maioria concordou que a pesquisa permite explorar temas pouco abordados em sala de aula. Uma ex-aluna colocou que, embora o TCC permita isso, sempre haverá brechas na formação acadêmica, pois o aprendizado continua nas experiências profissionais.

Esses exemplos mostram como o processo de realização da pesquisa de conclusão de curso teve potencial de ampliação da formação do designer para além dos aspectos mercadológicos. Permitiu que os alunos pesquisadores construíssem conhecimento, influenciando na forma com que eles enxergam a moda e sua interação com a sociedade. A maioria dos egressos relatou que seus TCCs permitiram reflexões mais amplas sobre a área, alinhando-se à ideia de que a moda deve ser compreendida como um fenômeno social, cultural e econômico amplo e complexo.

Como Pedro Demo (2011) destaca, a pesquisa é essencial para que teoria e prática se relacionem, permitindo que os alunos deixem de apenas reproduzir conhecimentos, mas também elaborá-los por meio das suas pesquisas. Esse ponto se concretiza na estrutura curricular do curso por meio justamente do TCC.

Em contrapartida, alguns egressos relataram que a pesquisa e a aplicação prática na moda ainda não são aceitas de forma positiva no mercado local. Temas

como sustentabilidade e sociologia, por exemplo, ainda são pouco incorporados pelas confecções locais. Para vencer essas limitações, entendemos que é essencial que a universidade continue incentivando a pesquisa como princípio educativo, apoiando um ensino que amplie as concepções sobre o fenômeno da Moda.

Dessa forma, os resultados obtidos por esse trabalho evidenciam o papel inovador da pesquisa. Permitir que os acadêmicos desenvolvam temas do seu interesse vai além de somente produzir conhecimento, é sobretudo aprender em sentido criativo, consolidando a moda como um importante objeto de estudo.

A partir dessa breve investigação, nos arriscamos a afirmar que desenvolvimento dos Trabalhos de Conclusão de Curso no curso de Design de Moda do IFSC Araranguá, usando a pesquisa como princípio educativo, cumpre um papel fundamental na formação de profissionais qualificados a enfrentar desafios contemporâneos e a propor soluções inovadoras. Como enfatiza Pedro Demo, “o aluno leva para a vida não o que decora, mas o que cria por si” (2011, p. 58). Nesse sentido, os TCCs analisados são um exemplo de como a pesquisa constitui importante elemento na formação do Designer de Moda, apresentando potencial de gerar resultados relevantes em contextos que vão além do pedagógico.

Cabe ressaltar que, apesar disso, na última atualização do Projeto Pedagógico de Curso (PPC), ocorreu a supressão do TCC. Ainda não podemos afirmar que impacto isso terá na formação dos discentes, mas, se o que apontamos aqui faz sentido, deve haver uma perda significativa nas oportunidades de vivência da pesquisa como princípio educativo no âmbito do curso.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa é vista como princípio educativo no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) do IFSC, sendo descrita como uma atividade inseparável do ensino e da extensão, impulsionada de forma que incentive a investigação e a inovação e fundamental para uma formação crítica, reflexiva e emancipatória.

A análise realizada mostrou a importância da pesquisa como princípio educativo para uma formação acadêmica que ultrapasse os aspectos mercadológicos, ajudando os discentes a compreender o fenômeno da Moda em aspectos mais amplos.

No âmbito do Curso Superior Tecnológico em Design de Moda do Campus Araranguá, os Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC), podem ajudar a formar

profissionais críticos e criativos, atentos às demandas sociais e econômicas do setor e se mostrou uma ferramenta de pesquisa importante para integrar teoria e prática, permitindo que os acadêmicos explorem temas diversos com importância social e econômica.

Os dados demonstraram a diversidade temática e metodológica das pesquisas realizadas, o que fortalece a ideia de que a Moda e pesquisa em Moda constituem fenômenos híbridos e interdisciplinares.

Por fim, levando em consideração a análise documental e os dados coletados com essa pesquisa, considerando ainda que são necessários mais estudos nesse sentido para uma afirmação mais veemente, entendemos que a ausência dos Trabalhos de Conclusão de Curso pode constituir perda significativa no contexto da pesquisa como princípio educativo no âmbito do curso de Design de Moda do IFSC Araranguá.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Carlos Alberto. Quando a moda não é só moda: o lugar da moda na sociologia de Simmel. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, v. 5, n. 3, p. 10-23.

DE MACEDO, Kárita Bernardo. **Entre ofícios, cultura e indústria: possíveis antecedentes da criação dos cursos superiores da área de moda no Brasil**. *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*, v. 6, n. 2, p. 01-22.

DE SOUZA BORGES, Marcia. Problematizando a formação superior em Moda. **dObra [s]–revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, v. 10, n. 21, p. 111-123, 2017.

DEMO, Pedro. **Pesquisa: princípio científico e educativo**. São Paulo: Atlas, 2011.

DOS SANTOS, Antônio Carlos Rodrigues; DE HELD, Maria Sílvia Barros. **Moda e a teoria da complexidade de Edgar Morin**. *Projetica*, v. 9, n. 2, p. 55-68, 2018.

DULCI, L. C. (2020). **Da técnica ao ensino superior: um olhar para a formação em moda no sudeste brasileiro**. *Ensinarmode*, v. 4, n. 2, p. 135-151.

FINI, Maria Inês. **Inovações no ensino Superior. Metodologias inovadoras de aprendizagem e suas relações com o mundo do trabalho: desafios para a transformação de uma cultura**. *Administração: Ensino e Pesquisa*, v. 19, n. 1, p. 176-183, 2018.

FORTUNA, Danielle Ribeiro; GOMES, Vanda Viana. **Midiatização, cultura do consumo e contemporaneidade: o caso Esquadrão da Moda**. ALCEU, v. 17, n. 35, p. 21-34, 2017.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: Editora Senac, 2010. 155 p.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA. **Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2020-2024**. Florianópolis: IFSC, 2020.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA. **Projeto Pedagógico de Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda**. Araranguá: IFSC, 2014.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA. **Resolução CEPE/IFSC Nº 102, de 08 de dezembro de 2022. Aprova a alteração do Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda**. Florianópolis: IFSC, 2022.

JÚNIOR, Almerly; BECKER, Elsbeth Léia Spode. **Moda: sua relação com o design de moda e a importância do ensino**. Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento, v 9, n.7.

MITRE, Maria Augusta da Silveira et al. **A aceleração dos ciclos da moda**. 2016.

RÚBIA SANT'ANNA, Maria.; REGINA RECH, Sandra. **40 ENPModa: Relações entre mercado e ensino no campo da moda**. Florianópolis: Udesc, 2014. 212 p.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. O ensino de história da moda no sul do país. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, v. 2, n. 2, p. 170-199.

SEBRAE. **Moda: o que esperar da indústria têxtil em 2023**. Portal Sebrae, 2023. Disponível em:

<<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-o-que-esperar-da-industria-textil-em-2023,3b84c93a0b8a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>> Acesso em: 21 de dezembro de 2025.

ANEXOS

Anexo I

Título	Ano	Tema
Mapeamento das atividades do planejamento de produto no setor de confecção	2018	Planejamento de produto no setor de confecção
Um estudo sobre a fidelização de clientes no segmento de varejo de moda	2018	Fidelização de clientes em lojas de vestuário de varejo
Meias: uma proposta de inclusão no vestuário para deficientes visuais	2018	Inclusão de deficientes visuais no mercado de vestuário

Moda e escola: uma experiência com alunos do 6° ano do ensino fundamental	2018	Inserção do Design de Moda no âmbito escolar
As relações não-sociais nas redes sociais: o instagram e a identidade de consumo	2018	Relações não-sociais em redes sociais, com foco no Instagram.
Economia criativa na moda: um estudo de caso do atelier calle 7 na cidade de araranguá-sc.	2018	Economia criativa na moda
Design thinking como possível abordagem no processo criativo em alunos com deficiência intelectual	2018	Uso do Design Thinking na educação inclusiva.
A utilização do design thinking em empresas de moda: uma proposta de modelo	2018	Uso do design thinking em micro e pequenas empresas de moda
Fashion revolution brasil: análise da interação entre consumidor e marca	2018	Transparência e ética na moda, interação com consumidores
Com que roupa eu vou? gênero e vestuário nas escolas estaduais de ensino médio no município de araranguá/sc	2018	Vestuário escolar e desigualdade de gênero
Ode à identidade: o design de superfície como interface entre indivíduo-leitor e símbolos	2019	Identidade cultural e design de superfícies têxteis
Análise das principais estratégias de marketing digital usadas por marcas de moda: um estudo de caso da marca mundo lolita.	2019	Estratégias de marketing digital para marcas de moda no Instagram.
Análise da função do personal stylist: uma pesquisa de campo com profissional da cidade de araranguá-sc	2019	O papel do personal stylist no mercado de moda.
Desenvolvimento de vestuário para crianças com deficiência visual: uma abordagem inclusiva	2019	Vestuário inclusivo para crianças com deficiência visual.
Fast fashion e slow fashion: o paradoxo e a transição	2019	A transição entre slow fashion e fast fashion
Branding sob o olhar da semiótica: análise do curso “efeito orna”	2019	Branding, empreendedorismo digital
A comunicação pela imagem: análise semiótica de campanhas publicitárias da farm	2019	Análise semiótica de campanhas de moda
Inovação na moda: reflexões sobre a cópia no fast fashion e a experimentação na moda	2019	Reflexos do fast fashion no mercado de moda
A pesquisa de mercado como referência para o direcionamento criativo de uma marca de moda	2019	Uso da pesquisa de mercado e tendências de moda em marcas do setor.
Moda para corpos falantes: potencial desconstrução da heteronormatividade através da coleção coexistência	2019	Desconstrução de normas estéticas
Marketing mix nas plataformas do ambiente virtual: um estudo de caso na empresa maria cereja acessórios	2019	Comparação entre o marketing tradicional e digital, focando no uso de redes sociais em empresas.
A abordagem do design thinking na solução de problemas em instituições de ensino: uma aplicação no curso de moda do ifsc araranguá	2019	Aplicação do Design Thinking para resolver problemas institucionais no ensino superior de design de moda.
A Indumentária do homem rural brasileiro como evidência da hierarquia geográfica na moda	2019	A moda no Brasil, a representação do homem interiorano.

Lavanderia em jeans e a sustentabilidade em moda: comparativo entre processos tradicionais e ecológicos	2019	Processos de lavanderia no jeans, com foco na sustentabilidade e impacto ambiental.
Da literatura para o cinema: uma análise de figurino em "o grande gatsby"	2019	Análise comparativa de figurinos de livros e adaptações cinematográficas de.
Um estudo sobre a importância das vitrines na cidade de araranguá sob o ponto de vista do consumidor.	2019	A relevância das vitrines no comércio local de Araranguá - SC
Sustentabilidade e suas concepções no curso superior de Tecnologia em Design de Moda	2019	Sustentabilidade e ensino de moda
Sagrado feminino na moda: um estudo de caso com as seguidoras da filosofia	2019	Moda voltada para o público feminino que segue a filosofia do Sagrado feminino
Proposta de reutilização de retalhos de couro provenientes das indústrias	2019	Reaproveitamento sustentável de retalhos de couro na tecelagem artesanal
O figurino da personagem jon snow, de Game Of Thrones: reflexões sobre processos de criação de trajes de cena.	2019	Análise de processos criativos nos figurinos da série Game Of Thrones.
Pichação e moda: efervescências sociais sob forma de roupa.	2020	Reflexão social da moda através da pichação
Desenho Técnico do Vestuário: Proposta de Construção de uma Base de Corpo Humano Plus Size	2020	Desenho técnico plus size
Moda Inclusiva: O uso de turbantes na rotina de mulheres em tratamento contra o câncer	2020	Moda inclusiva no contexto mulheres com câncer
Visual Merchandising como estratégia no varejo de moda	2020	Estratégias de visual merchandising no varejo
A moda com propósito em meio à modernidade líquida: Harmonia ou contradição?	2020	Comparação entre "Moda com propósito" e "Modernidade líquida"
Desafios do Empreendedorismo no Âmbito da Moda	2020	Práticas de comércio justo e na construção de negócios autênticos.
Confecção do Vestuário: Proposta de Mesa Articulada para a Redução de Resíduos Têxteis no Setor do Corte das Indústrias de Confecção.	2020	Redução de resíduos têxteis no setor de corte das indústrias de confecção por meio de uma mesa de corte articulada.
Jeans e Sustentabilidade: Caminhos Possíveis pelo Meio do Upcycling	2020	Sustentabilidade na moda, com foco em upcycling de jeans
A influência e a representatividade do Hip Hop como ferramenta de expressão na moda e no comportamento da população afro estadunidense	2020	O impacto do movimento Hip Hop na moda e no comportamento da população afro-americana
Empreendedorismo na Moda: O Papel do Freelancer Como Agente de Inovação	2020	O papel do freelancer no empreendedorismo da moda como um processo de inovação.
Crítica: Um Instrumento de Mudança na Moda	2020	A crítica como ferramenta de transformação.
Elementos fundamentais da vitrine de varejo de moda feminina: Um estudo de caso no shopping da cidade de Araranguá	2020	Práticas de vitrines no shopping de Araranguá
Indústria da moda, roupa e violência de gênero: Um	2020	Relação entre moda, vestuário e violência de

debate sobre a opressão social e a violência contra a mulher		gênero
Vivência Fotográfica e Moda Afetiva: Uma Proposta para o Aumento da Autoestima Feminina	2021	Moda afetiva e fotografia para autoestima
A importância das bases de modelagem no desenvolvimento de vestuário plus size: Um enfoque na antropometria e ergonomia	2021	Modelagem adequada para mulheres plus size, com foco em antropometria e ergonomia
Moda e Inovação: A Percepção do Público Sobre a Roupas Inteligente	2021	Percepção de roupas inteligentes
A Representação do Corpo Gordo no Desenho de Moda	2021	Representação crítica do corpo gordo no ensino do= desenho de moda
Marketing Digital e os Desafios na Criação de Conteúdo	2021	Dificuldades dos lojistas na criação de conteúdo no Instagram
Canvas Diagnóstico Empresarial: Uma Proposta Simplificada de Modelo de Análise de Negócio	2021	Integração de ferramentas de análise para pequenos negócios
Proposta de Utilização de um Vídeo para a Orientação de Colaboradores da Indústria da Confecção	2021	Uso de vídeos como ferramenta de capacitação
Um Guia Prático para Vitrines: Visando Auxiliar Estabelecimentos Comerciais da Cidade de Meleiro.	2021	A importância da criação de vitrines atrativas para aumentar as vendas do comércio
Pesquisa de Tendências e de Comportamento do Consumidor Aplicadas ao Marketing de Moda	2021	Pesquisa de tendências e comportamento para uma indústria de confecção.
A Utilização das Tendências de Moda nas Coleções em Marcas de um Shopping de Atacado de Araranguá-SC	2021	Uso das tendências no mercado atacadista.
Reflexões sobre o Consumo de Moda em Brechós na Atualidade	2021	Consumo em brechós e sua relação com a sustentabilidade na moda.
Consultoria de Moda: Um Estudo de Caso sobre Autoconhecimento e Autoestima	2021	Consultoria de imagem no autoconhecimento e na autoestima dos clientes.
A Moda como Veículo para Ações Sociais: Aplicação do Projeto "Quatro Patas de Amor"	2021	O uso da moda como meio de ação social para a causa animal.
Modelo de Planejamento e Desenvolvimento de Coleção de Moda para uma Empresa Júnior	2021	Planejamento e desenvolvimento de coleção de moda para empresas juniores
Confecção de Cobertas por Meio do Upcycling: Benefícios à Comunidade por Meio da Extensão	2021	Aplicação do upcycling para confecção de cobertas doadas
Vestibilidade e Conforto: Uma Proposta de Melhoria no Uniforme do Time Feminino de Futsal do IFSC Campus de Araranguá	2021	Melhoria de uniformes para desempenho esportivo
Tingimento Natural e Impressão Botânica: Um caminho para o Eco Fashion	2021	Tingimento natural e impressão botânica como alternativas sustentáveis para a moda