

A Experiência do Ensino, Pesquisa e Extensão de moda dentro da UPE Caruaru.

Izabele Sousa Barros

Docente do Curso de Adm com ênfase em MKT de Moda
Universidade Pernambuco- UPE
e-mail: bellebarros@hotmail.com

Ma. Ana Rita Valverde Peroba

Colaboradora do Programa de Extensão Modateca UPE
e-mail: ana.rperoba@gmail.com

Hannah Miranda Morais

Acadêmica do Curso de Adm com ênfase em MKT de Moda
Universidade Pernambuco- UPE
e-mail: hannah.miranda@hotmail.com

Resumo

O presente artigo tece a contribuição feita no ensino de moda na região do agreste pernambucano. Através do programa de extensão da UPE (Universidade de Pernambuco): Modateca- Centro de Negócios da Moda. Relata-se a experiência de três anos de projeto junto aos alunos, profissionais da área de moda e empresas do setor. Procura-se através desse artigo obter uma visão clara do papel do programa de extensão Modateca, para o ensino de moda nesse específico cenário. Aborda o conjunto das atividades acadêmicas, suas conquistas alcançadas, barreiras e suas potencialidades.

Palavras-chave: Modateca, Moda, Ensino.

Abstract

This paper explores the contribution made in the teaching of fashion in the agreste region of Pernambuco state. Through the extension program at the

UPE (University of Pernambuco): Modateca- Center for Fashion Business. Reports last three years experience of a extension project with students, professionals and fashion companies. Looking through that article to get a clear view of the role of the program Modateca for teaching in this specific fashion scene. Addressing all the academic activities, its achievements, barriers and their potential.

Keywords: *Modateca, Fashion, Education.*

Introdução

O projeto Modateca: Centro de Negócios da Moda, objetiva contribuir para a região do agreste pernambucano. Inaugurado oficialmente no ano de 2010. Visando a perspectiva do desenvolvimento local, segundo Salett Tauk (2004), diz respeito ao desafio da satisfação das necessidades essenciais ou de base; o desafio econômico da capacidade empresarial e de emprego; o da revitalização dos vínculos sociais; o da relação do local com o mundial; e finalmente, o desafio da participação, da democracia e do reconhecimento social. Franco (1998) contribui com este pensamento ao afirmar que para este desenvolvimento seja efetivo não basta crescer só economicamente. É preciso aumentar os graus de acesso das pessoas não só a renda, mas a riqueza, ao conhecimento e ao poder ou à capacidade de influenciar.

Diante disso, o programa Modateca se coloca como agente capaz de contribuir com a acessibilidade à informação de moda. Promovendo o conhecimento e contribuindo para formação de uma nova sociedade, como também o fomento do estudo de moda. Luois Favreau (1995) destaca que o principal fator de desenvolvimento é uma integração por parte do estado, empresas privadas, os movimentos sociais, as instituições de ensino universitário e as comunidades locais, trabalhando em parceria onde todos possam ser beneficiados. O desenvolvimento local é entendido como um processo que mobiliza pessoas e instituições. Buscando a transformação da economia e da sociedade local, criando oportunidade de renda e superando as dificuldades para favorecer a melhoria das condições de vida da população local. Constituindo-se assim, num processo que o autor chama de “concertação social”. (JESUS, 2003)

Diante disto, o programa Modateca vislumbra fornecer material e atividades técnicas científicas e culturais referentes ao estudo de moda. A moda surge como ferramenta de comunicação. Formando a história e estabelecendo relações entre os objetos, o ambiente e as relações sociais. Este ambiente específico, desenvolvido para pesquisa e estudo da moda.

Para Cazilli, Marandino e Studart (2003) a educação provinda de centros culturais tecnológicos tem suas particularidades interessantes e elementos como espaço, tempo e objetos são fatores que irão constituir o diferencial da educação nesses locais. Estes espaços de aprendizado permitem a assimilação da informação de forma agradável. Uma simbiose de ensino e entretenimento, tornando viável a implantação deste espaço por difundir um conhecimento mais tragável e ao mesmo tempo rico em informações incapazes de serem transmitidas apenas por livros. (MARADINO, 2002)

O programa Modateca funciona como receptor para a manutenção cultural especificamente no campo da moda. Na região do Agreste Pernambucano, este campo, encontra-se atualmente, em estado de desfragmentação. E a reunião num único ambiente de informações, pesquisas e ações torna-se imprescindível para o seu progresso.

Lotman (1979) afirma que a cultura, em essência se dirige contra o esquecimento. O que nos alarma para a carência de coleta e armazenamento de dados sobre o assunto. Este projeto demonstra a importância para região ao constituir-se como agente ativo que contribui para a sistematização do conhecimento no campo da moda.

A falta de uma memória cultural têxtil nas instituições musicológicas e de ensino tem interferido diretamente na forma como hoje a história da moda é estudada no Brasil. Pois estes fatores tem sido limitantes à produção do conhecimento novo. Além da necessidade de ações como acolher, preservar e catalogar objetos para a formação de um acervo musicológico existe certa urgência em documentar e estudar a roupa. Neste sentido, Andrade (2006) afirma que não obstante os esforços dos profissionais desses museus no sentido de preservar, conservar e tornar acessíveis os acervos têxteis e de indumentária a um público especializado, há muito que se fazer para que

a prática do estudo desta categoria de objetos seja inserida no trabalho de professores e alunos das escolas de moda.

O espaço Modateca UPE vem realizando o esforço de organizar e unir os diversos conhecimentos sobre a moda. De acordo com Rezende (2003, p.108) a informação não se limita a dados coletados. Para que estes dados se transformem em informações, é necessário que sejam organizados e ordenados de forma que se tornem úteis. Deste modo, a informação não pode ser tratada, apenas, como um aglomerado de dados, mas como um conjunto de dados classificados e organizados de forma que um usuário possa desfrutar destes recursos. Outro fator importante a se considerar para o programa Modateca é a carência de informações sobre moda no mercado onde está implantada, sendo Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama as três cidades principais do Pólo de Confeções do Agreste do estado.

O Pólo de Confeções do Agreste de Pernambuco:

O Pólo de Confeção do Agreste (PCA) é considerado um dos pólos de desenvolvimento econômico do estado de Pernambuco sedimentado como um Arranjo Produtivo Local (APL) devido às características específicas dos municípios que o compõe. A definição do conceito de APL segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio Empresarial) forma-se pela concentração geográfica de empresas em determinado setor que mostre considerado grau de interação e uniformidade de produto entre os agentes, definindo um sistema. O produto característico que dá suporte ao APL é a confecção. São peças do vestuário destinadas ao mercado de moda popular, em geral com baixo valor agregado. (2005)

Cada município constituinte possui sua peculiaridade dentro do segmento de confecção. Santa Cruz do Capibaribe, que no final da década de 1950 tinha como base econômica a cultura do algodão, a pecuária, pequenas manufaturas de confeções e venda de calçados. Posiciona-se como município mais importante na produção de peças de malha e dos segmentos de moda *surfwear*, *streetwear*, moda íntima e moda praia do Estado.

Já a cidade de Toritama se mostra como uma das maiores produtoras de produtos de denim do Brasil. Disputando, em segundo lugar, com o Brás em São Paulo. Toritama responde por 16% da produção nacional de jeans, com cerca de 2500 indústrias que geram mais de 15 mil empregos diretos. Um sistema de fornecedores de fábricas e lavanderias e um faturamento de mais de 453 milhões de reais por ano apenas com artefatos de jeans.

Caruaru, a principal cidade do agreste, se destaca pela forte indústria e comércio, com relevância para os confeccionados e o turismo. Sua localização é privilegiada, como ponto de conversão entre os estados de Pernambuco, Bahia, Alagoas e Paraíba. É um município muito diversificado na produção de confecção em geral e arte figurativa. Destaca-se por possuir uma das maiores feiras ao ar livre a “Feira da Sulanca”. Tornando-se grande canal de escoamento da produção das peças do vestuário e da região circunvizinha. Como cidade ancora depois da capital Recife, aliciou nos últimos anos, grandes investimentos educacionais para a formalização do APL-PCA. No âmbito das instituições públicas, tem-se a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) que iniciou seu processo de interiorização instalando um campus avançado na região. Esta, destacando-se por contribuir no ensino de moda através do curso de Design. Já a Universidade de Pernambuco (UPE), contribui através do curso de Administração com ênfase em marketing de moda, que figura na região como campus avançado de Garanhuns. Há igualmente outras entidades que atuam no ensino técnico profissionalizante, em especial o de moda, como o SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial e CEFET – Centro Federal de Educação Tecnológica e o CTM – Centro tecnológico da Moda.

De acordo com o SEBRAE (2003) o APL de Confecção de Pernambuco é composto atualmente por cerca de vinte mil empresas sendo a grande maioria informal. O que contribui de forma relevante para vários problemas ligados ao amadurecimento da conceituação e estudo de moda na região. A aparente facilidade para se gerenciar uma confecção leva muitas pessoas a abrirem uma micro ou pequena empresa. Não considerando as dificuldades que emergem na vivência da realidade diária, tais como: capital de giro

insuficiente e competitividade acirrada do produto de moda em termos econômicos e simbólicos (ANDRADE, 2002. p. 47). Posturas como esta, delegam a marginalização ao estudo de moda e a inserção do sistema de cópias no mercado. A grande maioria das peças produzidas são conhecidas como “moda de novela”, o que é visto numa noite, no dia seguinte pode ser adquirido na feira. Este mercado, conforme dados de 2003 do SINDIVEST (Sindicato das Indústrias do Vestuário), movimentava o setor entorno de R\$ 1,73 bilhões por ano, com a geração de 77 mil empregos diretos e indiretos e 12.000 empresas entre formais e informais. Esta região do agreste se consolida assim, como sendo responsável por 73% da produção de confecções de Pernambuco.

A pesquisa realizada sobre a Caracterização Econômica do Pólo de Confecções do Agreste Pernambucano coordenada pelo SEBRAE/FADE no ano de 2003, demonstra que 46,8% das empresas informais de Caruaru fazem cópia de outros produtos lançados no mercado. A criação feita por estilistas foi identificada em 23,6% das empresas formais de Caruaru. Enquanto somente 5,2% das empresas informais utilizam o processo de pesquisa e criação no desenvolvimento de produtos de moda. Essa postura relata um perfil de empresas seguidoras e não lançadoras de tendência de moda, tornando a moda do Agreste marginalizada. A consequência afeta a postura cultural da população em não se posicionar de forma positiva para a qualificação. Por entender que o mercado não valoriza tal engajamento. A outra dificuldade que a maioria das empresas, como também os profissionais de moda do Pólo de Confecções do Agreste enfrenta é a falta de acesso à pesquisa, pois só ela permite subsídio criativo ao desenvolvimento do produto de moda. (RAPOSO e GOMES, 2003).

Programa de Extensão Modateca: Centro de Negócios da Moda

Foi através deste contexto que surgiu no Pólo de Confecções do Agreste de Pernambuco o projeto Modateca. Realizado na época pela unidade da FACITEC (Faculdade de Ciências e Tecnologia de Caruaru) da Universidade de Pernambuco. Atualmente renomeado como UPE Campus Caruaru Governador Miguel Arraes de Alencar. O projeto faz parte dos programas oficiais de extensão da Universidade Pernambuco. Implantado em 2009 pelo Curso de Administração com ênfase em Marketing de Moda da

FACITEC. Tem como objetivo colaborar para a difusão do ensino de moda na região. Aproximando as práticas acadêmicas das necessidades de mercado.

Um dos pressupostos para a implantação deste espaço no âmbito da UPE - Campus Caruaru reconhece o papel e o desafio dos alunos, profissionais e empresários ligados à moda. Em entender as necessidades do público consumidor e sua inter-relação com o contexto. Assim, a partir da compreensão adequada dessa realidade pode-se projetar e propor novos processos, materiais e produtos de moda ao mercado local. Inclusive levando-se em consideração os elementos identitários e potencial de transformação aí presente (CORDEIRO, 2009).

Neste sentido, até então o projeto de extensão tem como finalidade apoiar diretamente os esforços práticos e de pesquisa. Que já vem sendo direcionados ao desenvolvimento do PCA. Focando também em ampliar a discussão do fenômeno da moda para contemplar possibilidades diversas de construção de conhecimento na área.

O projeto a princípio visou à implantação de um espaço que disponibiliza aos usuários os seguintes serviços: Biblioteca/ Hemeroteca¹ dedicada à pesquisa de moda; Teciteca², que compreende um conjunto organizado e catalogado de amostras têxteis; assinatura de sites técnicos de moda, catálogos para pesquisa, acervo sobre indumentária, moda e outras referências para a pesquisa de tendências de moda.

Este vasto cabedal de informações serve como suporte de pesquisa tanto para orientar a cadeia produtiva local, formada por confecções, indústrias têxteis, empreendedores e profissionais de moda. Como também estudantes e professores das IES e curso técnicos da região que se relacionam com o fenômeno da moda.

O potencial do Projeto Modateca UPE foi percebido logo no seu início. E vislumbrada a capacidade de redimensionar as suas ações para tornar-se um Programa de Extensão. A partir daí, foram criados os projetos Modateca Ambiental, Modateca Social, Modateca Virtual, Letras da Modateca e Modateca Assessoria.

Modateca Ambiental

O projeto tem o propósito de disseminar a postura da cultura consciente. Ações para utilização de *ecobags*, minicursos sobre a temática da sustentabilidade, seminários e palestras foram desenvolvidas ao longo do projeto. Ligando o conceito de moda e sustentabilidade como viés para um econômica sustentável. No ano de 2011 o projeto realizou o “CONCURSO CULTURAL MODA QUE RECICLA” junto ao CPRH – Agência Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos e SEMAS – Secretária Estadual do Meio Ambiente e Sustentabilidade. O concurso promoveu a moda sustentável. Através da qual estudantes de moda das IES do estado deram um novo aspecto ao refugo (descarte) das indústrias de confecção.

O Projeto Modateca Ambiental, fomenta as discussões voltadas ao meio ambiente e sua preservação que surge como agente de transformação cultural por acreditar-se que por meio dela, consegue-se modificar modos de pensar e agir. Promove o desenvolvimento regional de forma consciente e sustentável.

Modateca Social

O Projeto Modateca Social volta-se para implantação do conceito de moda em comunidades vulneráveis. Propõe a inclusão social através do fomento do conhecimento técnico de moda. Capacita grupos formados nestas comunidades, para que despertem para o mercado do entorno. Este propósito é alcançado através de aulas de desenvolvimento de habilidades manuais e técnicas artesanais de customização. O propósito é que os beneficiados possam ter uma qualificação mínima para que possam ser inseridos no mercado.

Os objetivos do Projeto Moda Social atingiram êxito, durante seu desenrolar. Conseguiu-se patrocínio de matérias (insumos) através da empresa local de aviamentos Avil. Foi dado total apoio pela Prefeitura de Caruaru através dos CRAS– Centro de Referência e Assistência Social, em cinco comunidades onde foram realizadas as capacitações. Obtiveram-se resultados em três das comunidades atendidas, foram elas: Caiucá, João Mota e Salgado. Atingiu-se e certificou-se cerca de cinquenta pessoas juntamente com a última oficina de

Customização realizada pelo Modateca Social no ICIA – Instituto de Câncer Infantil do Agreste, com os voluntários da instituição no seu primeiro ano de projeto. O projeto também manteve parceria com o projeto de extensão Ecoalixe-se. Apoiando e customizando *ecobags* para um Eco Bazar, atividade realizada na 10ª Semana Universitária da UPE e também no Festival de Cultura da Universidade de Pernambuco.

Modateca Virtual

Este projeto é responsável pela criação e manutenção do site oficial da Modateca, que está sob o domínio: www.modatecavirtual.com.br. Além de compor nossa principal ferramenta de marketing. O site ganha espaço como difusor de notícias sobre moda, atividades, cursos, palestras e novidades do setor em geral. Este projeto funciona intercursos, trazendo alunos colaboradores e bolsistas do curso de Sistemas de Informação para trabalharem em conjunto com os alunos de Administração com ênfase em marketing de moda.

Letras da Modateca

Com o objetivo de despertar entre alunos de graduação a importância da comunicação científica. O projeto visa estimular e orientar os alunos a escreverem artigos científicos através de suas pesquisas na área de moda. Nesse período de atuação do projeto, foi lançado o livro Linhas da Moda I pela editora da UPE, EDUPE. E foi desenvolvido, juntamente com corpo técnico das outras instituições públicas de ensino superior, portanto interinstitucional o segundo volume, que encontra-se no prelo para lançamento. Com a colaboração de uma assessoria de imprensa, está sendo criada a Revista Modateca News: revista digital, destinada às matérias, notícias, entrevistas e artigos científicos de moda dos projetos que compõe o programa.

Modateca Assessoria

O intuito deste projeto é fornecer um suporte ao mercado, através de empresas, profissionais e instituições. A partir de ações interdisciplinares entre

pesquisa, ensino e extensão, incentiva o crescimento responsável e duradouro das empresas de moda no APL. Contribui com as atividades para reflexão e implementação de estratégias gerenciais e promove a qualidade do design de moda produzida na região. Portanto, o projeto objetiva lançar uma ponte entre os alunos, pesquisadores e o mercado.

Ações de consultoria coletiva de marketing e moda foram implementadas. Os “Diálogos de Moda e Marketing”, foram desenvolvidos com êxito ao longo dos dois primeiros anos de projeto. A atividade propôs a técnica de troca de experiências em grupo, entre empresas do setor de moda. E contou como mediadora a professora convidada Dra. Ana Paula Celso de Miranda especialista em consumo de moda.

O projeto também galgou seu espaço junto às empresas de moda da região. Através da Rodada de Negócios da Moda Pernambucana, evento de sucesso, que conta com mais de 200 expositores e movimentou em sua última edição mais de 11 milhões em negócios, a Modateca assessoria foi à única instituição participante, com o viés do ensino universitário, que teve a oportunidade de se apresentar com um espaço organizado para atender aos empresários.

Paralelamente a Assessoria funciona também como um birô de prestação de serviços nas seguintes áreas: Criação, Planejamento e desenvolvimento de coleção de Moda, Vitrinismo, Produção de Moda e Editoriais, Desenvolvimento de Estampas, Visual Merchandising, Sistemas de Informação e Desenvolvimento de softwares para gestão e vendas além de Gestão organizacional e Comércio Exterior.

A Experiência de Três anos de Programa de Extensão Modateca UPE.

Logo no primeiro ano (2009) do projeto Modateca alcançou avanços importantes para sua implantação, como estrutura física e principalmente apoio financeiro para aquisição de acervo. Para que fosse possível, o aluno bolsista de extensão pela UPE junto ao orientador teve que realizar um planejamento financeiro a partir das estratégias definidas no plano de marketing. Esse planejamento foi apresentado junto ao pleito para aporte financeiro para o SEBRAE Pernambuco sendo aprovado em agosto de 2009. A AD DIPER (Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco) também aderiu ao

projeto, cedendo duas salas situadas no Centro Tecnológico da Moda (CTM/ ITEP), nas quais funciona o projeto e o programa. A ACIC (Associação Comercial e industrial de Caruaru) também apóia o projeto, e disponibiliza para os seus associados os serviços prestados pela Modateca.

A inauguração ocorreu oficialmente no ano de 2010 em 21 de março. Previsto para o primeiro ano o beneficiamento de 300 pessoas e 200 empresas.

Atualmente, o Programa Modateca possui uma equipe de 06 alunos bolsistas, 04 voluntários, 01 coordenadora, e 02 técnicos colaboradores. Fisicamente funciona no ITEP/Centro Tecnológico da Moda (Caruaru/PE).

Considerações Finais

O projeto Modateca Assessoria tentou contribuir na solução das problemáticas do universo do APL pernambucano. Contribuiu com a melhora e o fomento do ensino e conhecimento técnico científico da área de moda. Com o intuito profissionalizar e dar acesso a informação de qualidade aos alunos e demais envolvidos. O programa Modateca UPE prossegue suas atividades com a certeza de realizar um trabalho coeso que pode ser replicado em outros municípios e instituições. Contribuindo, desta forma, com o envolvimento do mercado para as questões da qualificação da mão de obra. Assim cumprido com o papel ético e moral que tem os centros universitários ao propor a atividade de extensão como o tripé que compõe e solidifica o ensino de graduação nas universidades estaduais e federais. O programa Modateca UPE reconhece que existe um caminho longo na construção de uma nova cultura da região. Que entenda moda como um fenômeno que deve ser estudado constantemente. Mas se encontra otimista diante dos resultados e do publico atingindo ao longo desses três anos de trabalho.

Referências

ANDRADE, R. **Por debaixo dos panos:** cultura e materialidade de nossas roupas e tecidos. *In:* Tecidos e sua conservação no Brasil: museus e coleções. São Paulo: Museu Paulista da USP, 2006.

CAZILLI, S.; MARANDINO, M. e STUDART, D.C. **Educação e comunicação em Museus de Ciências**. Em: Educação e Museu: A Construção Social do Caráter Educativo dos Museus de Ciências. Rio de Janeiro: Acces. 2003.

FAVREAU, Luis. **Quarties em crise: rentalisation et developpement local em milienurban**. Revue du CIRIEC. Coopérative at Developpemnt, Ottawa, Ca, v. 26, n.2, 1994-1995.

FRANCO, Augusto de. **Desenvolvimento Local Integrado**. São Paulo: Cortês, 1998.

JESUS, Paulo de. **Desenvolvimento Local**. In: A outra economia/Antonio David Cattani (org). Porto Alegre, 2003.

LOTMAN, Lúri. **Sobre o problema da tipologia da cultura** (trad. Lucy Seki), In: SCHNAIDERMAN, Boris (org.). Semiótica Russa. São Paulo: Perspectiva, 1979.

MARADINO, M. A. **Biologia nos museus de ciência: a questão dos textos em bioexposição**. Ciênc. & Educação, 2002.

REZENDE, D. A e ABREU A. F. **Tecnologia da informação: aplicada a sistemas de informação empresariais**. São Paulo: Atlas, 2003.

RAPOSO, Maria Cristina e GOMES, Gustavo Maia. **Estudo de Caracterização Econômica do Pólo de Confecções do Agreste Pernambucano**. Recife, 2003.

SEBRAE. **Arranjos Produtivos Locais**. Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/br/cooperecrescer/arranjosprodutivoslocais.asp>.

Acessado em Novembro, 2009.

SEBRAE/PE. **Estudo de caracterização econômica do Pólo de confecções do agreste Pernambucano**. Maio/2003.