

Os conteúdos de Administração nos Cursos de Moda de Santa Catarina

Business management content in Fashion Courses in the State of Santa Catarina in Brazil

GISELE MATOS LIMA

Universidade do Estado de Santa Catarina, UDESC, Brasil.

gimlima@gmail.com

MÁRIO CÉSAR BARRETO MORAES, Dr.

Universidade do Estado de Santa Catarina, UDESC, Brasil.

mcbmstrategos@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa realizada nos Cursos Superiores de Bacharelado em Moda do Estado de Santa Catarina, onde foram mapeados os conteúdos relacionados à Administração que fazem parte das suas matrizes curriculares. Esta pesquisa faz parte de um estudo cujo objetivo será analisar a articulação dos conteúdos de administração trabalhados nos cursos superiores de moda com as demandas da indústria do vestuário.

Palavras Chave: administração, moda, indústria do vestuário.

Abstract

This article discusses the results of an exploratory investigation, which mapped business management related content in Fashion undergraduate courses in the State of Santa Catarina. This exploratory research is part of a study aimed at reviewing the articulation between the business management content taught in fashion undergraduate courses with the demands of apparel industry in the State of Santa Catarina, Brazil.

Keywords: business management, fashion, apparel industry.

Introdução

A cadeia têxtil e de confecção é um importante setor que absorve um grande número de egressos dos cursos superiores de Moda no Brasil. Esta cadeia é formada por todas as empresas produtoras de fibras naturais, artificiais e sintéticas, fiações, beneficiadoras, tecelagens e confecções. O faturamento deste setor no Brasil em 2011 foi de US\$ 67 bilhões. O Brasil possui o quarto maior parque produtivo de confecção do mundo, é o quinto maior produtor têxtil mundial, o segundo maior produtor de *denim*, o segundo maior empregador da indústria de transformação, o segundo maior gerador do primeiro emprego no país e possui 30 mil empresas formais cadastradas (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO, 2012).

De acordo com a ABIT (2012), o Brasil é referência mundial em *design* de *beachwear*, *jeanswear* e *homewear*, tendo crescido também os segmentos de *fitness* e *lingerie*. A produção de confecções em 2010 foi de 9,8 bilhões de peças, somando produtos do vestuário, cama, mesa e banho. O país representa a última cadeia têxtil completa do ocidente, do qual faz parte desde a produção das fibras, como a plantação de algodão, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e varejo.

O estado de Santa Catarina possui um relevante parque industrial, ocupando posição de destaque no Brasil, sendo a indústria de transformação catarinense, a quarta do país em número de empresas e a quinta em número de trabalhadores. Os segmentos de artigos do vestuário e alimentar são os que mais empregam (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA, 2012).

O crescimento da indústria de Moda no Brasil traz em seu bojo uma preocupação com a formação de profissionais com qualificação para atuar no segmento, haja vista as mudanças que foram introduzidas na indústria, voltando-a para o mercado e exigindo da produção um maior foco nos clientes (FIESC, 2011), demandando, portanto, por um novo perfil de profissional para o segmento e de gestor para a indústria.

A ABDI descreve a necessidade da educação para inovação e afirma que o *design* assumirá um papel relevante na coordenação estratégica da cadeia de valor

têxtil e confecção brasileira (AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL, 2010).

Neste sentido, há que se ressaltar uma característica interdisciplinar do profissional de moda, evidenciado no exercício do *design* com as competências da profissão inerentes ao gestor. Reforça-se tal perspectiva se considerar que os produtos derivados da indústria têxtil são o resultado do *design* associado ao planejamento estratégico da gestão (PIRES, 2004), reforçando-se que as empresas desenvolvem produtos focando a mudança, a inovação e a própria obsolescência programada dos produtos.

Pires (2004, p.2) afirma que “Uma empresa que produz artigos do vestuário com conteúdo de moda deve ter uma cultura tanto de gestão quanto de projeto de produto e coleção.”

A formação do *designer* pressupõe a apropriação de conteúdos que viabilizem habilidades e competências específicas inerentes a atividade fim, associados ao desenvolvimento de algumas qualidades características do administrador.

Pires (2004), Catoira (2006), Lipovetsky (2007), ratificam tal percepção ao assinalarem a necessidade de formação de profissionais com conhecimento de desenvolvimento de produto, tanto quanto, capacidade de gerenciamento, criatividade e inovação, seguindo um viés de competitividade, preservando uma identidade cultural com tendência de customização dos serviços.

A perspectiva interdisciplinar remete às instituições de ensino uma responsabilidade maior na formação deste profissional, conforme destaca Pires (2007, p.69), “A academia tem papel-chave na criação de projetos pedagógicos, de acordo com a realidade do mundo do trabalho, de modo a formar profissionais capazes de sensibilizá-las para implementar o *design* como processo e estratégia.”

O objetivo principal desta pesquisa é identificar a participação dos conteúdos de administração na formação do profissional de moda e sua interface com o mercado.

O Ensino Superior de Moda no Brasil

De acordo com Pires (2002), no Brasil até meados da década de 80, antes da instituição dos cursos superiores de moda, o brasileiro que desejasse estudar moda,

necessitava viajar para o exterior, sendo que um número bastante reduzido de brasileiros frequentavam escolas no exterior.

“Os primeiros brasileiros que foram a Paris para frequentar cursos de *design* de moda foram Rui Spohr em 1952 e José Gayegos em 1971.” (PIRES, 2002, p.2).

O Brasil tardou em estruturar cursos superiores na área de moda. Sem profissionais preparados, a função de *designer* de moda era assumida por leigos e autodidatas que aprendiam com o exercício da profissão.

De acordo com Gibert (1993), foi Eugenie Jeanne Villien que introduziu em 1964 a disciplina de desenho de moda, nos cursos de Bacharelado e Licenciatura em Desenho e Plástica, na Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo, “Foi a primeira voz que se levantou em prol de um ensino superior acadêmico na área de Moda no Brasil.” (GIBERT, 1993, p.175).

Segundo Pires (2002, p.4) no ano de 1986, “Pela primeira vez, era instituído o ensino da criação de moda no país por meio de um curso de extensão universitária na Universidade Federal de Minas Gerais, representando a primeira abertura para a presença da teoria da prática social desenvolvida no âmbito doméstico e escolar.”

No Brasil, o primeiro curso superior na área de moda teve início em 1988 na FASM, no mesmo ano em que foi definido em um Fórum Nacional pelo título *Design* para a área e *Designer* para o profissional que o pratica. “Antes do recente surgimento dos cursos específicos nas universidades, o cargo de criador de moda era sempre ocupado por um autodidata que, em geral, não adotava um processo criativo organizado que interagisse com as ações empresariais.” (PIRES, 2004, p.1).

Segundo Pires (2002, p.2) “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.”

Em território catarinense, a Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) lançou em 1996 seu curso superior de moda na cidade de Florianópolis e a Universidade Regional de Blumenau (FURB), lançou no ano seguinte, em 1997.

O fenômeno do surgimento dos cursos de moda esteve relacionado ao aquecimento da economia num momento em que surgiram novas indústrias de fiação, de têxteis, de confecção do vestuário e, posteriormente, se concretizou a política de abertura de mercado. “Os anos 80 trataram a moda como importante área de negócio que abrange generosa fatia do mercado de produtos industrializados.” (PIRES, 2002, p.9).

De acordo com Pires (2002), em maio de 1998, foi organizado pela coordenação do curso de estilismo e moda da Universidade Federal do Ceará o 1º. Encontro Nacional de Coordenadores e Dirigentes de Cursos Superiores e representantes de classe de estilismo de moda do Brasil.

As diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em *design* foram aprovadas em março de 2004, pelo Conselho Nacional de Educação (CNE), através da Resolução nº 5 (BRASIL, 2004).

O Artigo 5º desta resolução descreve que o curso de graduação em Design deverá contemplar em seus projetos pedagógicos e em sua organização curricular conteúdos que estão relacionados à administração como: os estudos de processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado.

Os conteúdos de Administração nos Cursos Superiores de Moda

Para identificar o universo da pesquisa foi consultado o Portal do Ministério da Educação, no campo das Instituições de Ensino Superior, comumente conhecidas pelas siglas IES e no campo do e-MEC foram identificadas as instituições superiores credenciadas que estão “*em atividade*” no estado de Santa Catarina e que oferecem Cursos Superiores de Moda ou Design de Moda. Os seguintes critérios foram estabelecidos para elaboração desta pesquisa:

- 1) Os cursos devem ser de nível superior de grau bacharelado;
- 2) Os cursos devem ser na modalidade presencial;
- 3) As disciplinas selecionadas devem ter seus títulos relacionados a área da Administração;

Segundo os critérios expostos acima, foram identificadas no estado de Santa Catarina um total de 13 Instituições de Ensino Superior e suas respectivas cidades: ASSEVIM (Brusque), FACISA (Xaxim), FAMEG (Guaramirim), FAMESUL (Rio do Sul), FERJ (Jaraguá do Sul), FURB (Blumenau), UDESC (Florianópolis), UNESA (São José), UNIASSELVI (Indaial), UNIFEBE (Brusque), UNIVALI (Balneário Camboriú), UNIVILLE (Joinville) e UNOCHAPECÓ (Chapecó).

Depois de relacionadas as instituições e suas respectivas cidades, observou-se uma distribuição geográfica bastante equilibrada de IES em todo o estado catarinense. A maioria das cidades possui apenas uma instituição que oferece o

curso superior na área de Moda, com exceção apenas da cidade de Brusque que oferece dois cursos, desta forma, não há concentração de oferta de cursos.

Em relação ao número dos cursos superiores de Moda no Brasil, a jornalista Astrid Façanha, realizou uma pesquisa que foi apresentada no Fórum das Escolas de Moda na cidade de Maringá, estado do Paraná em setembro de 2011, onde relatou que existem em funcionamento no Brasil 174 cursos de formação superior na área de Moda: 75 bacharelados, 92 tecnológicos, 5 seqüenciais e 2 licenciaturas, do total: 18% públicos e 88% privados (FAÇANHA, 2011). Levando em consideração estes dados, o estado de Santa Catarina com seus 13 cursos, representa 17,3% do total de cursos de moda de grau bacharelado no Brasil.

Pesquisou-se nos sites oficiais de cada uma das instituições catarinenses a grade curricular dos Cursos Superiores de Moda oferecidos pelas mesmas e foram identificadas as disciplinas com os conteúdos da área de Administração, presentes nas grades curriculares de cada IES.

A FACISA é a instituição que oferece o maior número de disciplinas da área de Administração na sua matriz curricular totalizando 8. Na seqüência aparece a FERJ com 7 disciplinas. A maioria das instituições oferecem 5 ou 6 disciplinas com temas da área de Administração, são elas: UDESC, ASSEVIM, FAMEG, FAMESUL, UNIASSELVI e UNIFEFE, juntas elas representam 46% do total.

As demais instituições oferecem um número menor de disciplinas com conteúdos de administração, a UNIVALI e UNOCHAPECÓ apresentam 4 na sua matriz curricular. As instituições que possuem o menor número são: FURB, UNESA e UNIVILLE, com apenas 3 disciplinas relacionadas a Administração.

Ao levantar as cargas horárias totais dos cursos de bacharelado em moda, foi constatado que não existe um padrão, as mesmas variam bastante. A menor carga horária total é de 2.400 horas e foi identificada nas instituições: ASSEVIM, FAMEG, FAMESUL e UNIASSELVI. As três maiores cargas horárias totais dos cursos de moda foram identificadas respectivamente na FACISA (3.096 horas), UDESC (3.240 horas) e FURB (3.582 horas). A carga horária total média dos cursos de bacharelado em moda do Estado de Santa Catarina é de 2.704 horas.

Após o levantamento acima, foi identificada a carga horária das disciplinas com conteúdos de administração em cada uma das IES de Moda e sua respectiva participação na carga horária total do curso, conforme demonstra o gráfico 1.

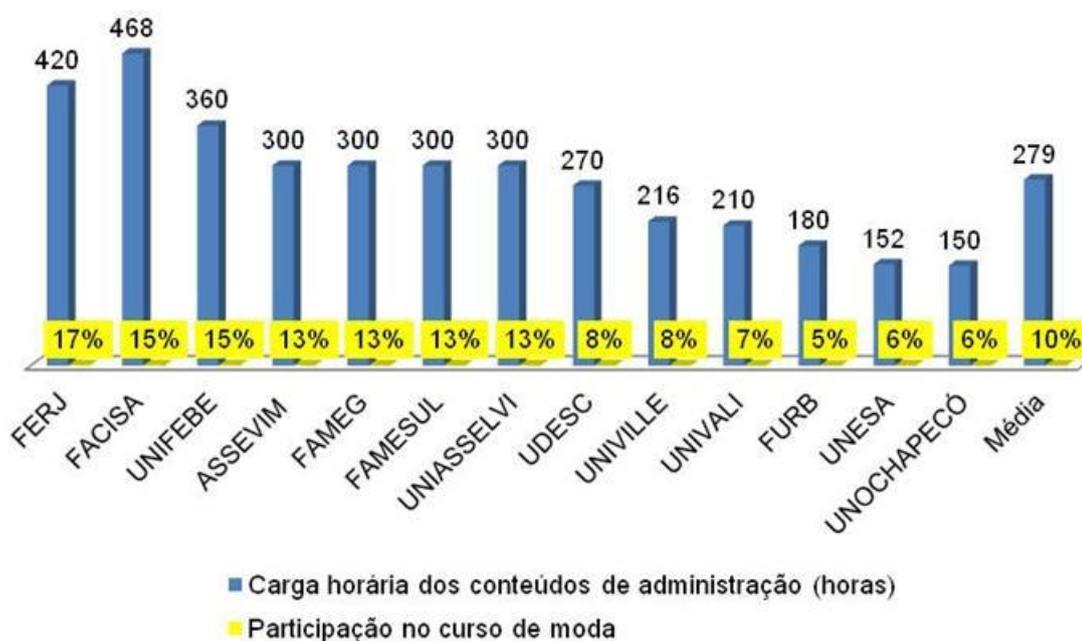


Gráfico 1: Carga horária dos conteúdos de administração por IES

Há uma grande variação em relação a carga horária das disciplinas com conteúdos de Administração que fazem parte dos cursos de Moda, as mesmas variam de 150 horas na UNOCHAPECÓ até 468 horas na FACISA, sendo que a carga horária média dos conteúdos de administração nos cursos de bacharelado em moda do Estado de Santa Catarina ficou em 279 horas, com uma participação média de 10% da carga horária total do curso. Encontramos sete IES com participações superiores, chegando a 15% da carga horária na FACISA e UNIFEBE e 17% da FERJ.

Ao realizar o levantamento das matrizes curriculares, foi constatada uma grande variedade de disciplinas com nomenclaturas distintas relacionadas à Administração, portanto, foi necessário agrupá-las para que houvesse uma análise mais adequada, unindo-as pelos temas correlatos, com maior frequência e que tenham relação entre si.

Partindo desta premissa, foram identificadas cinco grandes áreas: 1. Gestão e Empreendedorismo; 2. Marketing; 3. Produção e Processos Têxteis; 4. Psicologia e Sociologia; 5. Custos e Formação de Preços.

Ao unirmos as disciplinas por áreas, podemos observar a seguinte participação no total dos conteúdos de administração na IES de Moda: Gestão e

Empreendedorismo com 1.278 horas participa com 35%, Marketing com 891 horas, participa com 25%, Produção e Processos Têxteis com 662 horas representa 18%, Psicologia e Sociologia com 492 horas representam 14% e Custos e Formação de Preços com 303 horas participa com 8%.

Conforme o gráfico 2 pode-se observar o número de instituições que oferecem as disciplinas de administração nas cinco áreas citadas. Além disso, estão em destaque a carga horária média das disciplinas que fazem parte de cada uma das cinco áreas da administração.

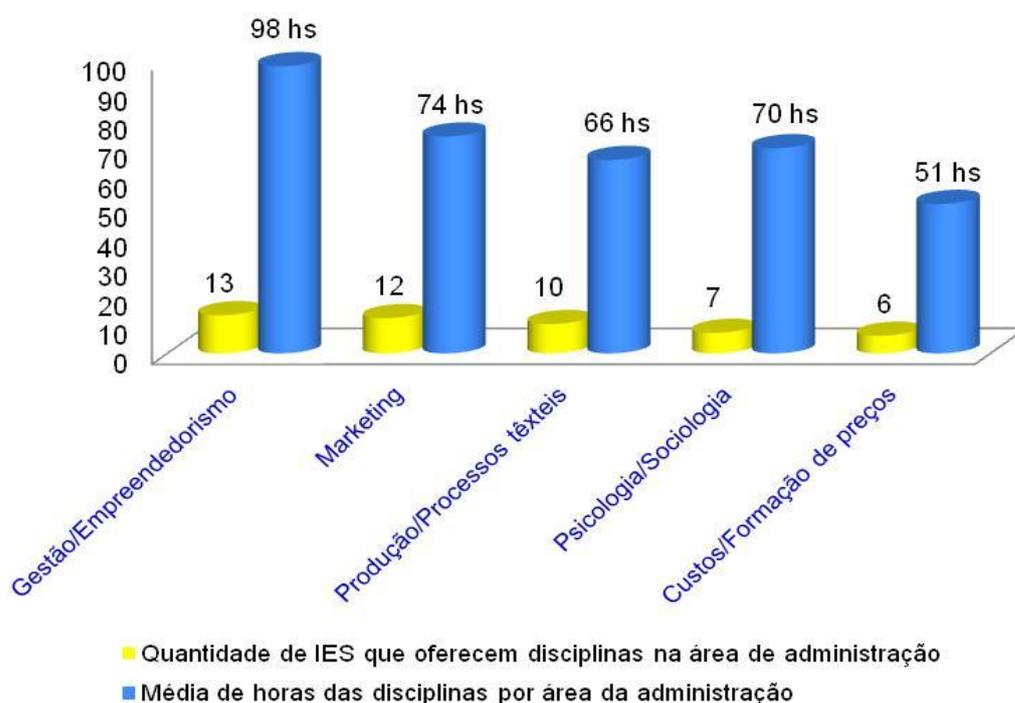


Gráfico 2. Quantidade de IES e média de horas, agrupadas por área

Ao observar o gráfico acima, pode-se constatar que a área de conteúdos de administração de destaque nos cursos de moda é Gestão e Empreendedorismo, esta área possui a carga horária mais relevante, com média de 98 horas e todas as 13 Instituições de Moda possuem disciplinas com enfoque nesta área na sua matriz curricular.

A segunda área de destaque, que está presente na matriz curricular de 12 Instituições de Moda é a área de Marketing com média de 74 horas.

A área de Produção e Processos Têxteis, mesmo com uma representação expressiva no total, pois está presente em 10 Instituições de Moda, possui uma carga horária média de 66 horas, sendo, portanto, menor que Psicologia e

Sociologia que é de 70 horas e está presente em um número menor de Instituições de Moda, apenas 7.

As disciplinas da área de Custos e Formação de Preços estão presentes em 6 Instituições de Moda e possuem uma carga horária média de 51 horas, é a menor representação de todas as áreas.

Assim, percebe-se que os conteúdos programáticos inerentes ao ensino de administração perpassam a matriz dos cursos de moda, sendo que, o enfoque principal se concentra no empreendedorismo, gestão, marketing e produção. A percepção de uma formação dissociada das necessidades eventualmente demandadas pelo mercado traduz-se na construção de um profissional que irá empreender o próprio negócio, porém com conteúdos não suficientes.

Considerações finais

Esta pesquisa pode contribuir para o desenvolvimento das etapas seguintes do estudo, cujo objetivo será analisar a articulação dos conteúdos de administração trabalhados nos cursos superiores de moda com as demandas da indústria do vestuário de Santa Catarina.

A pesquisa forneceu um panorama geral das Instituições de Ensino Superior de Moda, grau bacharelado do Estado de Santa Catarina, sua localização, carga horária das disciplinas com conteúdos de Administração, participação das mesmas na carga horária total do curso, destacando as áreas da administração que fazem parte dos cursos de moda.

O artigo apontou informações relevantes sobre o histórico do ensino de moda no Brasil e a temática da interdisciplinaridade faz parte desta pesquisa, inserindo a administração e a moda como temas principais.

No futuro, com a continuidade da pesquisa, haverá a possibilidade de elaboração de um documento que descreverá as demandas da indústria do vestuário catarinense a respeito dos conhecimentos de administração necessários ao profissional de *design* de moda. Juntamente com a indústria, serão relatadas as percepções dos coordenadores dos cursos de moda e dos *designers* de moda sobre o mesmo tema.

Entretanto, é possível que a hipótese da pesquisa venha a se confirmar, qual seja, da formação em um profissional pela academia dissociado das expectativas ou

necessidades do mercado. Depreende-se tal hipótese, da percepção pelos currículos dos cursos de moda, da necessidade de formação de um profissional independente, autônomo e com uma dimensão mais criativa e poética.

Referências

AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. **Estudo prospectivo setorial têxtil e confecção 2010**. Série Cadernos da Indústria ABDI, volume XVIII. Brasília: ABDI, 2010. 176 p. Disponível em: <<http://www.abdi.com.br/Estudo/Estudo%20Prospectivo%20Setorial%20T%C3%AAxtil%20e%20Confec%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2012.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. Perfil do setor: **dados gerais do setor atualizados em 2012, referentes ao ano de 2011**. Disponível em: <http://www.abit.org.br/site/navegacao.asp?id_menu=1&id_sub=4&idioma=PT>. Acesso em: 10 jul. 2012.

BRASIL. **Resolução CES/CNE nº 5, de 8 de março de 2004**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e dá outras providências. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2012. 2004.

CATOIRA, Lu. A indústria têxtil e a produção de moda. pp. 153-160. In VILLAÇA, Nízia e CASTILHO, Kathia (orgs.). **Plugados na moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006, 168p.

FAÇANHA, Astrid. **A moda como campo específico do saber**. Fórum das Escolas de Moda 2011, Maringá, Paraná.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Sistema FIESC**: um olhar para o futuro catarinense. Disponível em: <<http://www2.fiescnet.com.br/web/uploads/recursos/7959d308fb049978f4c210b812a61484.pdf>> 2011. Acesso em: 10 ago. 2012.

_____, **Santa Catarina Industrial**. Disponível em: <http://www2.fiescnet.com.br/web/pt/site_topo/pei/info/santa-catarina-industrial>. 2012. Acesso em: 10 set. 2012.

GIBERT, Vera Lúgia Pieruccini. **O entorno acadêmico e industrial têxtil no vestir e morar brasileiros.** São Paulo, 1993. Dissertação (Mestrado em Artes) – ECA-USP.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal:** ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PIRES, Dorotéia Baduy. **A história dos cursos de design de moda no Brasil.** Artigo publicado: Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi – Ano VI, nº 9 (2002) – São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 112 p. ISSN 1415-3610.

_____. **O Desenvolvimento de Produtos de Moda: Uma Atividade Multidisciplinar.** Artigo publicado no CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, P&D DESIGN, 6, 2004, São Paulo, Anais... São Paulo, 2004.

_____. **Design de moda:** uma nova cultura. In: Revista Dobras, nº 1, v.1., 2007. p. 66-73 Barueri: Estação das Letras, 2007.