

ANÁLISE DOS PLANOS DE ENSINO DOS CURSOS DE DESIGN DE MODA SOB A PERSPECTIVA DA GESTÃO DE DESIGN

Analysis of teaching plans of fashion design courses from in the perspective of design management

Saleh, Francys; Mestre; Centro Universitário Ritter dos Reis. RS; Brasil,
fpsaleh@hotmail.com

Theisen, Fernanda Caumo; Mestre; Instituto federal de Educação, Ciência e
Tecnologia do Rio Grande do Sul; Centro Universitário Ritter dos Reis;
Fernanda.ct@erechim.ifsul.edu.br

Fetzer, Lilian; Especialista; Universidade Católica de Pelotas,
lilafetzer@hotmail.com

Folle, Luis Fernando; Doutor; Centro Universitário Ritter dos Reis. RS; Brasil ;
luis_folle@uniritter.edu.br

Resumo

Este trabalho aborda uma breve análise sobre o espaço para a Disciplina de Gestão do Design, um tema que vem sendo trabalhado, atualmente, nos cursos de moda. A gestão do design é um tema atual e recorrente, não só na indústria, mas também na academia. Por isso, busca-se, com este estudo, analisar, através das ementas dos cursos de Design do Rio Grande do Sul, a relevância deste componente curricular. A partir de pesquisa quantitativa, pretende-se verificar se os Institutos de Ensino Superior estão atentos a todas as necessidades do mercado, preparando, de igual forma, os profissionais para esta demanda.

Palavras Chave: Gestão de Design; Cursos de Design de Moda; Ementas Curriculares.

.

Abstract

This paper gives a brief analysis on the space for the discipline of design management, a topic that is currently being worked on fashion courses. The design management is a current and recurring theme not only in industry but also in academia. So search, with this study, is to analyze, through the menus of Design course in Rio Grande do Sul, the relevance of this curricular component. From quantitative research, we intend to investigate whether community colleges are attentive to all the needs of the market, preparing, similarly, professionals for this demand.

Keywords: Design Management; Fashion Design Courses; Courses Menus.

Introdução

Atualmente, no Brasil, a Gestão de Design passou a ser vista com maior ênfase. De acordo com Wolff (2012), a mudança de foco, gerada pela evolução do papel do design no contexto empresarial e comercial, o alavancou ao posto de fator estratégico de vantagem competitiva.

Best (2012) corrobora com a afirmação, apontando o fato de que as atuais tendências globais relacionadas à criatividade, nos segmentos de design, identificam essa indústria como um dos setores que mais cresce no mundo.

Neste cenário, surge a questão de como é trabalhada a disciplina Gestão de Design nos cursos de Design de Moda, já que este é um mercado expressivo no país, além de gerador de empregos. Para tanto, o objetivo deste estudo visa identificar de que forma a gestão do design é aplicada nos cursos de Design de Moda no Rio Grande do Sul, através da análise de ementas dos cursos oferecidos, comparando os dados obtidos com a oferta de empregos direcionadas à moda no Estado. Neste ínterim, buscou-se identificar a possível aderência que o mercado exige e assinalar quais as competências necessárias e de que forma são tratadas nas instituições de ensino.

Diante do exposto, justifica-se o desenvolvimento do presente estudo dada a necessidade de formar designers devidamente alinhados às demandas do mercado.

Gestão de Design

Para Best (2012, p.8) gestão de *design* é “[...] o gerenciamento de pessoas, projetos, processos e procedimentos que estão por trás da criação dos produtos, serviços, ambientes e experiências que fazem parte do nosso dia a dia”.

Mozota (2011) defende que o design, como profissão, pode ser compreendido como várias profissões que se desenvolveram em torno da concepção de diferentes formas. Diante disso, existem os designers de ambientes, de embalagem, gráfico e de produto, que, neste caso, desenvolve uma gama variada de produtos que variam da indústria automotiva à indústria da moda.

No tocante à indústria da moda, cabe salientar que os cursos universitários abordam os temas relacionados à moda de forma especializada. E, Christo (2008) observa que muitos dos cursos que antes eram dominados apenas como moda ou estilismo, fizeram alterações em sua estrutura curricular preocupados em inserir conteúdos específicos do campo de design.

Mozota (2011, p.23) salienta, ainda, que o modo de compreender as habilidades do design desenvolvidas pelos profissionais prende-se à análise dos currículos dos cursos de design que, normalmente, seguem a seguinte combinação:

- treinamento geral, onde inclui Ciências Experimentais e Ciências Sociais;
- treinamento específico no campo do design e em alguma disciplina do design predefinida;
- aulas teóricas;
- aulas práticas, onde os alunos desenvolvem projetos utilizando oficinas, laboratórios e ferramentas computacionais;
- participação em projetos reais, por meio de concursos ou convênios entre instituições.

Os cursos oferecidos pelas escolas de design envolvem disciplinas de outros campos do conhecimento, como arte, fotografia e cinema. Algumas instituições especializam-se em Engenharia e Design Industrial, Design de Comunicação, Design de Moda, entre outros. Durante os cursos, os designers estudam escultura, forma, desenvolvendo habilidades de desenho, modelagem e adquirindo conhecimento sobre os materiais, técnicas de fabricação e

acabamentos. Em alguns cursos, contam, ainda, com uma exposição adicional, aos processos de engenharia, práticas de fabricação e noções de *marketing*.

Normalmente, os cursos de design estão ambientados em contextos socioeconômicos, políticos, geográficos e socioculturais de determinada região, enfatizando determinada disciplina ou conhecimento em função da necessidade da região.

Cabe salientar que os cursos de design no Brasil foram inspirados nos cursos oferecidos no exterior, porém obedecem às Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design. Diante disso, Pires (2008, p.13) reafirma:

O universo de cursos no Brasil adquiriu uma dimensão que está entre os maiores do mundo. Grande parte dos cursos de *design* de moda oferecidos no país tem foco no estilismo. Porém, desde a homologação das Diretrizes Curriculares para os cursos superiores em design, o curso de moda passou a adaptar-se aos conceitos do *design*.

A formação é organizada de forma que no primeiro ano, os estudantes são expostos aos principais instrumentos científicos, técnicos e de expressão nas áreas de desenho e ilustração, quando aprendem noções de volume, perspectiva e cor. Neste momento do curso, é apresentada, também, a introdução a projetos de design, ciências sociais, arte, humanidade e cultura. Posteriormente, no segundo ano, os alunos estudam conceitos de desenho e criatividade com maior ênfase em várias oficinas, aprendendo a dominar diferentes ferramentas. No terceiro ano, os alunos estão preparados para receber os projetos aplicados. Aqui, eles são apresentados a conceitos mais amplos relacionados à tecnologia e às áreas profissionais, cabendo ao quarto ano tratar os estudos voltados para a carreira profissional, onde os alunos estudam conceitos sobre qualidade, estratégia corporativa, comportamento organizacional, *marketing*, marca, entre outros. Por fim, no quinto ano, o acadêmico está pronto para executar os projetos finais que exigem os domínios

e todos os estágios de um projeto de design, considerando a inovação criativa, estratégica e técnica (Mozota, 2011).

Metodologia

O presente estudo constitui-se de uma pesquisa descritiva com levantamento quantitativo, cujo objetivo é analisar as ementas dos cursos de Design de Moda no Rio Grande do Sul.

Para Ander-Egg (1978 apud Marconi; Lakatos, 2011, p. 1), a pesquisa é um “[...] procedimento reflexivo sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir novos fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento”. Sendo, deste modo, um procedimento formal, com métodos que se constituem para conhecer a realidade.

De acordo com Best (1972 apud Marconi; Lakatos, 2011), trata-se de uma pesquisa descritiva, pois delinea o que é, abordando também quatro aspectos: descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, objetivando o seu funcionamento no presente.

Neste contexto, a pesquisa para a análise das ementas nos cursos de Design de Moda ocorreu da seguinte maneira: (a) determinar a delimitação do espaço; (b) coletar dados; (c) organizar dados; e (d) analisar dados.

Foram analisados 14 (catorze) cursos de Design de Moda no Rio Grande do Sul, dentre eles, o tecnólogo e bacharelado, registrados no Sistema de Regulação do Ensino Superior do Ministério da Educação.

A coleta de dados foi feita da seguinte forma: no primeiro momento, foi analisado o *website* da instituição para verificar as disciplinas disponíveis nos cursos de Design de Moda. Após essa verificação, as informações foram organizadas em uma planilha, contendo dados como: instituição, disciplina, ementa curricular, cidade/região e tipo de curso. No caso de instituições que

não tinham as ementas disponíveis no *website*, foram enviados e-mails aos coordenadores dos cursos, solicitando as informações, como no caso da UCS, UNISINOS e FTEC que não forneceram o solicitado, dificultando a análise completa deste trabalho.

Para comparar os dados das instituições, houve coleta de dados de *sites* especializados em seleção e recrutamento da Catho e Carreira Fashion. Nestes sites, foram realizadas buscas, a fim de descobrir qual a procura de profissionais de moda do mercado e quais as competências que esses profissionais deveriam apresentar.

A investigação buscou conhecer as exigências do mercado de trabalho referentes às competências e habilidades requeridas ao profissional da área do design.

O procedimento de coleta foi similar à coleta de dados das ementas, sendo que os dados foram dispostos em uma tabela, contendo informações como: vaga, região e habilidades que o candidato deveria apresentar. A coleta ocorreu dentro do espaço de 3 (três) dias. Foram analisados cerca de 40 (quarenta) anúncios, utilizando como *tag* de procura a expressão “Designer de Moda”.

Tabela 1: Resultado das instituições e ementas.

Fonte: Coleta de dados.

INSTITUIÇÃO	DISCIPLINA	EMENTA
FTEC	Gestão de Design	Não forneceu
IDEAU	Não possui	
IFRS Erechim	Não possui	
SETREM	Não possui	
UniRitter	Gerência de produto de moda	Estuda os conceitos de Gestão em Design, direcionamento mercadológico do projeto de design de moda, identidade estilística permanente e temporária, gerência da sistematização do projeto, considerando o

		equilíbrio entre as variáveis estéticas e as variáveis econômicas e de mercado.
Senac RS	Não possui	
UCPel	Não Possui	
UPF	Não Possui	
Feevale		A disciplina aborda conhecimentos que envolvam gestão e planejamento estratégico no desenvolvimento de produtos, em empresas de moda e <i>design</i> .
IPA	Não Possui	
Unisinos	Não forneceram	Não forneceu
Ulbra	Gestão de design	Fator organizacional da gestão é vital na execução e no processo de fabricação, portanto, a observação da qualidade e o compromisso com a realidade no gerenciamento das informações fundamentam o melhor desenvolvimento de projetos de Design, sendo assim, um dos fatores de diferenciação qualitativa na fundamentação da profissão, estudando e debatendo as novas estratégias gerenciais do Design.
Univates	Gestão de marcas de moda	Estudo da marca. Estudo e análise das estratégias comunicacionais e de gestão de marca de moda.
UCS	Projeto de Gestão	Não forneceu

Tabela 2: Resultado com algumas das ofertas de vagas.

Fonte: Coleta de dados.

VAGA	CIDADE	COMPETENCIAS
Designer de produto	Porto Alegre	Responder pelo desenvolvimento de projetos de produtos, desde o estudo preliminar até a sua concretização, identificando e selecionando fontes de informação, apresentando soluções, bem como desenvolvendo os <i>layouts</i> dos projetos aprovados. Subsidiar a confecção de <i>mock-ups</i> e a elaboração dos cadernos técnicos. Experiência como designer de produto.

<p>Designer de produto</p> <p><i>Streetwear</i></p>	<p>Porto Alegre</p>	<p>Pesquisar e definir referências visuais adequadas às estratégias definidas no projeto, Interagir com os clientes internos para entendimento de briefing e posterior planejamento e execução de coleções. Criar conceitos e desenvolver coleções que transmitam os pilares da marca.</p>
<p>Designer</p>	<p>Porto Alegre</p>	<p>Identificar e selecionar fontes de informações para elaboração dos projetos de desenvolvimento de produto, utilizando como base os indicativos de tendência, mercado e negócio. Apresentar soluções para os projetos, consolidando as informações disponíveis, a fim de elaborar o estudo preliminar, defendendo/apresentando argumentos que sustentem a concretização do projeto. Desenvolver os <i>layouts</i> dos projetos aprovados, indicando a melhor composição de cores e texturas. Analisar juntamente com a área de custos o enquadramento do projeto à previsão do <i>briefing</i>. Preparar o pacote de informações, a fim de liberar a produção dos produtos e/ou coleções.</p> <p>Experiência com design de calçados, de acessórios de moda, brinquedos infantis ou estampas/superfícies.</p>
	<p>Farroupilha</p>	<p>Identificar e selecionar fontes de informações para elaboração dos projetos de desenvolvimento de produto, utilizando como base os indicativos de tendência, mercado e negócio. Apresentar soluções para os projetos, consolidando as informações disponíveis, a fim de elaborar o estudo preliminar, defendendo, apresentando argumentos que sustentem a concretização do projeto. Desenvolver os <i>layouts</i> dos projetos aprovados indicando a melhor composição de cores e texturas. Analisar juntamente com a área de custos o enquadramento do projeto à previsão do <i>briefing</i>. Acompanhar a elaboração do caderno técnico aprovando ajustes, quando necessário. Preparar o pacote de informações, a fim de liberar a produção dos produtos ou coleções.</p> <p>Experiência como designer de produto.</p>

Resultados

Considerando os 14 (catorze) cursos analisados, entre eles bacharelado e tecnólogo, somente 5 (cinco) trabalham de forma isolada questões da gestão de design.

Percebe-se que entre as descrições das ementas curriculares fornecidas, o estudo baseia-se em torno da gestão de marca, análise estratégica, direcionamento de projeto. Pode-se analisar também que, dentre as universidades que possuem a disciplina em seu plano curricular, estão situadas em grandes centros, cuja demanda de um profissional com diversas competências é mais procurado.

Analisando os Projetos Pedagógicos de Cursos (PPC's), nota-se que o enfoque dos cursos é técnico, proporcionando aos alunos noções de desenvolvimento e construção do vestuário.

Juntamente com os dados das vagas analisadas, os resultados evidenciam que a maior parte das vagas estão localizadas na região de Porto Alegre, local onde se concentram 3 (três) dos cursos que oferecem a disciplina. Observa-se, também, que na região da Serra Gaúcha, onde estão localizadas 2 (duas) das universidades analisadas, há a aderência no mercado deste futuro profissional. Dentro do resultado da análise das vagas, foram selecionadas apenas 4 (quatro), pois as demais eram áreas extremamente técnicas, voltadas somente a uma competência, como modelagem, costura, desenvolvimento de estampa ou visual *merchandising*, de forma que não exigiam demais habilidades.

Constatou-se, portanto, que os cursos que oferecem a disciplina estão correspondendo às expectativas do mercado.

Considerações finais

A oferta do ensino no design se diferenciou fortemente de tal forma que hoje existe uma grande oferta de cursos superiores. O ensino do design se consolidou, mas isso não significa que todas as questões relacionadas ao ensino foram solucionadas.

Cabe salientar que o estudo abordou especificamente a disciplina Gestão de Design, lembrando que, em alguns cursos, o ensino de gestão pode ser trabalhado superficialmente em outras disciplinas afins, como, por exemplo, *Marketing*.

Porém, constata-se que devido ao fato de ser um assunto relativamente novo, as universidades estão se adaptando e inserindo, aos poucos, a gestão nos seus projetos pedagógicos do curso, o que proporcionará ao aluno um conhecimento maior e boa colocação no mercado de trabalho.

Referências

BEST, K. **Fundamentos de gestão do design**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

CHRISTO, Deborah Chagas. **Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda**. In: PIRES, B. D. (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. São Paulo: Estação das letras e cores editora, 2008. p. 27-35.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 2011.

MOZOTA, B. B. **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

PIRES, D. B. (Org.). **Design de moda - olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.

WOLFF, F. **Gestão de Design: modelo conceitual e sistemática de avaliação**. Porto Alegre: UniRitter, 2012.