

DIAGNÓSTICO SOBRE A CAPACITAÇÃO ACADÊMICA DOS EGRESSOS DA UEL APÓS A GRADUAÇÃO

A diagnosis on the professional activity and field of work of the UEL egress

SANTANA, Carolline Cabrera; Graduanda; Design de Moda (UEL)
cabreracarolline@terra.com.br¹

KANASHIRO, Karina Cristine Miyagusiku; Graduanda; Design de Moda (UEL)
kahkanashiro@gmail.com²

SILVA, Luana Macedo da; Graduanda; Design de Moda (UEL)
contatoluanadesigner@gmail.com³

CARLOS, Marlene de Oliveira; Docente; Design de Moda (UEL)
marleneocarlos@hotmail.com⁴

SILVA, Maria Antônia Romão da; Docente; Design de Moda (UEL)
maria.antonio.romao@gmail.com⁵

Resumo: Este artigo apresenta os resultados diagnósticos do “Projeto de Pesquisa e Ensino Atendimento ao Egresso do Curso de Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina”. É baseado na discussão teórica sobre o assunto, além de contar com pesquisa experimental. Assim, investiga a capacitação acadêmica dos alunos de moda da referida universidade após sua graduação.

Palavras chave: Egressos, Curso de moda, Paraná

Abstract: This article presents the diagnostic results of the "Research Project and Teaching Attendance to the Graduate Course of Fashion Design of the State University of Londrina". It is based on the theoretical discussion about the subject, besides counting on experimental research. It identifies the academic of fashion qualification of the university students after its graduation.

Keywords: Egress, fashion school, Paraná.

Introdução

Sabe-se que, até 1950, o conhecimento acerca do vestuário era ensinado de mãe para filha ou pai para filho, no caso dos alfaiates. Além do mais, mesmo com a existência de cursos de formação profissional para costureiras e alfaiates nesse período, no Brasil, quem desejasse estudar moda, precisava ir à Europa

¹ Graduanda em Design de Moda na Universidade Estadual de Londrina.

² Graduanda em Design de Moda na Universidade Estadual de Londrina.

³ Graduanda em Design de Moda na Universidade Estadual de Londrina.

⁴ Pedagoga; Especialista em Design de Moda (UEL). Coordenadora e docente na Universidade Estadual de Londrina.

⁵ Mestranda em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação – PPEDU/UEL (2016). Especialista em Metodologia da Ação Docente e em Gestão do Design (UEL); Graduada em Design de Moda (UEL). Docente na Universidade Estadual de Londrina.

(ARAUJO, PASSINI e SCHEMES, 2009). Para a consolidação da cultura de moda no país, e, posteriormente a popularização do ensino de moda, muito contribuiu a Feira Nacional de Indústria Têxtil (FENIT), que em 1958 foi palco de apresentações de novidades e desfiles de moda. Considera-se ainda a instalação, na década de 1970, de algumas confecções no país, especializadas na elaboração de produtos seguindo a linha do *prêt-à-porter* internacional, a exemplo da Cori e da Pullsports (DELGADO, 2010).

Foi, portanto, a partir de tal aprimoramento no setor industrial que os cursos superiores na área surgiram no país. O primeiro curso superior de moda registrado data de 1987, na cidade de São Paulo, tendo como título “Desenho de Moda” pela Faculdade Santa Marcelina, uma instituição privada de ensino (BONADIO, 2010). Alguns anos depois, surgiram novos bacharelados, ainda em São Paulo, ofertados por instituições privadas e, somente em 1993, é que surgiram cursos superiores em moda ofertados por universidades públicas. Ao final da década de 1990 existiam apenas 26 cursos na área de moda (BONADIO, 2010; DELGADO, 2010). Considera-se que a expansão dos cursos superiores em moda se deu nos anos seguintes. Delgado (2010), sobre o tema, elucida que:

devido à Moda estar mais fortemente associada às questões relativas ao vestuário, seu estudo formal se torna abrangente em torno da produção do vestuário e, em parte, sobre a aparência e requer o entendimento de diversas áreas afins, dada sua complexidade. Deste modo, a maioria dos cursos superiores mantém em comum o ensino de metodologias para o desenvolvimento do vestuário, o estudo dos têxteis e a elaboração do design em sua grade curricular, podendo também abranger os processos produtivos e criativos, modelagem, gestão de negócios, marketing, além de outras referentes à cultura de Moda como História, Estética ou Comunicação. (DELGADO, 2010, p. 152)

A crescente produção acerca da moda em programas dedicados ao Design provavelmente decorre da decisão tomada pelo MEC em meados de 2000. Com isso, foi determinando “que os cursos na área da moda seguissem em seus currículos as diretrizes educacionais para o ensino de graduação em design, e adotassem a nomenclatura no nome do curso com vistas à autorização e/ou reconhecimento” (BONADIO, 2005, p.63).

Segundo o E-mec (2017), plataforma online do Ministério da Educação, o Brasil tem 229 cursos superiores na área de Moda e Vestuário ativos em 2017. Entre 74 bacharelados, 142 cursos tecnológicos, um curso de licenciatura e um curso sequencial no Brasil, se encontra o Bacharelado em Design de Moda da

Universidade Estadual de Londrina.

De sua implementação em 1997 até o ano de 2015, foram formados 393 profissionais. Considerando esse número expressivo de egressos do curso, na tentativa de traçar o perfil profissional dos mesmos, foi proposto, no ano de 2013, o projeto de pesquisa em ensino Atendimento ao Egresso do Curso de Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina: um diagnóstico sobre a atuação profissional e campo de trabalho.

Segundo a Agencia Paraná de Desenvolvimento (2015), até o ano de 2014, o setor Têxtil e de Vestuário do Paraná contava com 98.698 empregos registrados, uma fatia de 7% do total nacional, sendo a Região Norte do Paraná a mais representativa, com aproximadamente 30.000 empregos. Tais dados reforçam a necessidade de se conhecer o profissional de moda formado na instituição e, além disso, verificar se o mesmo está preparado para atender as necessidades do mercado de trabalho.

Contexto da pesquisa

O bacharelado de Estilismo em Moda da UEL teve seu início em 1997, devido a uma necessidade do setor de vestuário, que buscava a formação de profissionais criativos para atuar na indústria de confecção da região de Londrina. Com as novas demandas e atividades deste mercado, visando maior potencial de inovação para se desenvolver, em 2005, houve uma modificação da estrutura curricular do curso, enquadrando-o em novas diretrizes que possibilitaram a atual denominação: Design de Moda (SANCHES; HATADANI, 2014).

Considerando o expressivo número de alunos formados, fez-se necessária a identificação do impacto causado por esses egressos na indústria e na sociedade. Assim, o projeto foi criado com a proposta de ampliar o relacionamento entre universidade e seus ex-alunos. Com duração de 36 meses, sua equipe restabeleceu contato com 360 formados e, com as questões levantadas pela pesquisa, conseguiu descobrir a continuação da formação acadêmica destes profissionais após a graduação.

Procedimentos da pesquisa

Durante sua execução, participaram das atividades quatro docentes e dez discentes do referido curso, sendo que, os últimos, tiveram sua participação dividida em tempos e etapas distintas da pesquisa. Em um primeiro momento, após a aprovação do projeto pela Universidade, foi realizada uma atividade de conscientização sobre a história e a relevância do curso, para que os participantes pudessem compreender as atividades propostas e organizar os grupos de trabalho e cronogramas de ação.

Assim, no mês de março de 2014, foram iniciadas as atividades práticas do programa, desenvolvidas de acordo com a seguinte ordem: 1) levantamento da quantidade e identidade dos formandos até aquela data; 2) desenvolvimento de um questionário, composto de questões abertas e fechadas, que buscou atualizar dados pessoais dos egressos, identificar sua formação acadêmica e profissional após a graduação, conhecer sobre a área e empresa em que exerce a profissão, mapear pontos positivos e negativos do curso durante sua época de formação; 3) definição de estratégia para estabelecer contato com o egresso, bem como possibilitar sua participação na pesquisa; 4) aplicação do questionário; 5) tabulação e análise dos resultados.

Todo o procedimento foi organizado para que os egressos pudessem compreender a importância de, não apenas estar inserido no mercado de trabalho, mas também de oferecer um retorno à instituição, para que o curso pudesse ser aperfeiçoado, a partir da troca de experiências e de uma estreita relação entre alunos, egressos, docentes e universidade.

Para a captação dos nomes dos alunos formados contou-se com a colaboração da Pró-Reitoria de Graduação (PROGRAD) e dos registros do colegiado do curso. Após este levantamento, iniciou-se a tentativa de contato com os egressos. Embora os registros apontassem endereços de e-mail e telefones, muitos destes contatos encontravam-se desatualizados, uma vez que a primeira turma do curso se formou no ano 2000. Logo, foi adotada como estratégia de contato a aproximação por meio da rede social *Facebook*.

A escolha desta ferramenta, como principal meio de comunicação entre pesquisadores e egressos justifica-se pelas afirmações de Costa (2017) ao

propor que o *Facebook* deixou de ser um espaço somente de relações sociais/pessoais para se transformar também em um espaço de negócios, modificando drasticamente a comunicação mercadológica. Além disso, o autor elucida que a comunicação deixou de ser função de um profissional da área para fazer parte de um meio em que todos têm o mesmo poder.

Portanto, foi criado um perfil na mencionada rede social e, fato que possibilitou o contato com 360 egressos, o que corresponde a, aproximadamente, 84% do total de formados pelo curso. Esse contato ocorreu de forma constante, durante a vigência do projeto e foi atualizada à medida em que as turmas eram encerradas.

Simultaneamente à busca dos egressos, foi realizada a aplicação de questionário, criado e disponibilizado a partir da plataforma *Google Forms*. Das questões elaboradas, a que interessa a este estudo é a que aborda a formação complementar do egresso. Dentre as opções de resposta estavam previstas as seguintes atividades: a) especialização; b) mestrado; c) doutorado; d) cursos técnicos; e) eventos; f) outros. Considera-se ainda que a questão previa a possibilidade de selecionar mais de uma resposta, quando ocorresse mais de uma atividade.

Sendo assim, entre junho de 2014 e junho de 2016, período destinado à coleta dos dados, foram captadas 214 respostas válidas. Acredita-se que o baixo número de adesão ao questionário, deve-se ao fato de os profissionais não encontrarem tempo hábil para preencher todas as informações de maneira satisfatória. Isto pode ser afirmado porque, entre os meses de junho e agosto de 2016, os pesquisadores estabeleceram contato por meio de mensagens, trocadas via *Facebook* com os egressos que não haviam respondido à pesquisa, e os mesmos relataram falta de tempo ou desinteresse em responder.

Resultados

A intensificação da participação da indústria têxtil na economia, fez com que o Brasil sentisse a carência de profissionais especializados na área de moda, a qual até então era exercida por pessoas dos mais diversos campos de formação, desde artistas até psicólogos (PIRES, 2002). Assim, na década de 80,

surgiram os primeiros cursos de graduação na área da moda, a partir da ação do próprio setor. Neste contexto, especializações ou formação mais aprofundada na área, só foi possível a partir de 1998, com iniciativa da UEL. Segundo Pires (2002), “para fazer da cidade de Londrina um centro de estudos e pesquisas na área, em 1998, deu-se início ao curso de especialização *lato sensu* em Moda, junto com a Federação das Indústrias do Estado do Paraná”.

No que diz respeito ao egresso de Design de Moda da UEL, avalia-se que 93,1% dos participantes da pesquisa buscaram alguma formação complementar após a graduação na instituição. Dessa maneira, pode-se observar, na tabela 1, as relações estabelecidas entre área de atuação e a formação complementar dos profissionais.

Tabela 1: Relação entre área de atuação e formação complementar

	Empresa de Confeção	Confeção e outros	Docência	Docência e outros	Proprietário de marca e Professor	Funcionário de confecção e Professor	Outras áreas	Não está trabalhando
Especialização	44	7	8	3	1	1	23	6
Mestrado			17	3		1	5	
Doutorado			3					1
Outros	35	3	4	2	4	2	41	10
Nenhum	5						6	2

Fonte: Própria (2017).

Os perfis de atuação expostos na tabela 1 foram traçados a partir das respostas do questionário e, com o cruzamento dos dados de capacitação, observa-se que todos os egressos que realizaram cursos complementares após a graduação, fizeram, pelo menos, especialização em alguma área relacionada à moda. É recorrente, também, a realização de outros cursos de curta duração como: fotografia, produção de eventos, modelagem, corte e costura, softwares gráficos, entre outros citados pelos participantes da pesquisa.

Embora a formação oferecida pela UEL seja o grau de bacharel, descobriu-se que 14% dos egressos que responderam ao questionário atuam na docência, em Instituições de Ensino Superior do Brasil. Isto posto, percebe-se que a recorrência dos cursos de mestrado e doutorado foram realizados, quase que exclusivamente, por estes profissionais, visto que para atuarem nesta área precisam da formação complementar que os capacite a executar a atividade docente. Tal dado leva a um questionamento: porque os egressos atuantes na

indústria de confecção não buscam a especialização *stricto sensu*?

Ribeiro (*apud*, Rosa, 2006) afirma que "quando se diz que hoje o aprendizado nunca cessa, [...] é importante que a empresa [...] esteja articulada com o ambiente da pesquisa acadêmica", mas, o que se percebe não está de acordo com esta premissa e abre uma nova questão de pesquisa, que será desenvolvida pela equipe de pesquisadores em uma nova fase de atuação do projeto, em que se pretende trabalhar diretamente com as empresas que possuem egressos de Moda da UEL em seu quadro de funcionários.

Conclusão

Sendo assim, denota-se a busca dos egressos por cursos complementares de curta duração após a graduação, além da especialização. Evidencia-se também a busca por cursos de mestrado e doutorado, especificamente por egressos que atuam na área da docência, bem como a busca por formação complementar que os capacite a executar a atividade docente, uma vez que o curso de Design de Moda ofertado pela UEL é *lato sensu*. A formação do egresso da UEL, portanto, corrobora o caráter da inter e multidisciplinar ao mesmo tempo, proposto pelo curso de graduação.

Agradecimentos

Os autores deste texto agradecem à Fundação Araucária e à Universidade Estadual de Londrina pelo fomento à pesquisa por meio de bolsas de iniciação científica concedidas aos alunos participantes do projeto.

Referências

AGÊNCIA DO PARANÁ DE DESENVOLVIMENTO. **Setor têxtil de desenvolvimento.** Disponível em: <<http://www.paranadesenvolvimento.pr.gov.br/arquivos/File/TextileVestuario.pdf>>. Acesso em 6 de junho de 2017.

BONADIO, Maria Claudia. **A produção acadêmica sobre moda na Pós-Graduação Stricto Sensu no Brasil.** In: Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte - São Paulo – V.3 N°3 dez. 2010 – Dossiê

BRASIL. MEC. **Instituições de Educação Superior e cursos cadastrados**
Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em 6 de Junho 2017.

COSTA, N. M. S. **O Facebook como Ferramenta de Comunicação da Marca
Origens.** Disponível em
<[http://www.uvv.br/edital_doc/O%20FACEBOOK%20COMO%20FERRAMEN
TA%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20DA%20MARCA%20ORIG
ENS.pdf](http://www.uvv.br/edital_doc/O%20FACEBOOK%20COMO%20FERRAMEN
TA%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20DA%20MARCA%20ORIG
ENS.pdf)>. Acesso em 6 de Junho de 2017.

DELGADO, Daniela. **Configurações sobre a educação no setor de moda.** In:
lara – Revista de Moda, Cultura e Arte - São Paulo – V.3 N°3 dez. 2010 - Dossiê

FOLHA DE SÃO PAULO. **Ranking das Universidade de Moda.** Disponível em:
< <http://ruf.folha.uol.com.br/2015/ranking-de-cursos/moda/>>. Acesso em 6 de
junho de 2017.

PIRES, Dorotéia Baduy. **A História dos Cursos de Design de Moda no Brasil.**
Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação. Especial
Moda/Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, ano 6, n.9, 2002. ISSN
14153610.

RIBEIRO, Renato Janine *apud* ROSA, Lucas da. **Contribuição da
Universidade na Formação Profissional.** In: COLÓQUIO DE MODA, 2., 2006.
Anais. Disponível em: < [http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-
Coloquio-de-Moda_2006/artigos/68.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-
Coloquio-de-Moda_2006/artigos/68.pdf) >. Acessado em 29 de maio de 2017.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima; HATADANI, Paula da Silva. **A Prática
interdisciplinar como diretriz do projeto pedagógico do curso de Design de
Moda da Universidade Estadual de Londrina.** Projética, Londrina, V.5 N.1
Especial - Ensino de Design, p. 197-212, Julho/2014

SILVEIRA, Ricardo de Jesus (Coord.). **Acompanhamento do Egresso:**
Cadernos de Avaliação Institucional - N°5. Londrina: UEL, 2006. 65p.