

EGRESSOS DE MODA: DIAGNÓSTICO SOBRE ATUAÇÃO PROFISSIONAL E CAMPO DE TRABALHO

Fashion egress: diagnosis on the professional activity and field of work

Otani, Mariana Mayumi; Graduanda; Universidade Estadual de Londrina,
mariana_otani@hotmail.com¹

Oliveira, Barbara Lopes de; Graduanda; Universidade Estadual de Londrina,
barbaraldeoliveira@gmail.com²

Cilense, Iara Thereza Miho de; Graduanda; Universidade Estadual de Londrina,
iaratherezamiho@gmail.com³

Carlos, Marlene de Oliveira; Especialista; Universidade Estadual de Londrina,
marleneocarlos@hotmail.com⁴

Barbosa, Thassiana de Almeida Miotto; Mestre; Universidade Estadual de
Londrina, thassimiotto@gmail.com⁵

Resumo: O presente artigo apresenta um panorama sobre a atuação profissional dos egressos dos cursos de Moda da Universidade Estadual de Londrina, sendo este, um recorte de resultado final do Projeto de Pesquisa e 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.

Palavras chave: Egressos; Atuação Profissional; Universidade Estadual de Londrina

¹ Graduanda em Design de Moda na Universidade Estadual de Londrina. Colaboradora no programa: Atendimento ao egresso do curso de Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina: um diagnóstico sobre a atuação profissional e campo de trabalho.

² Técnica em Vestuário pelo Senai Londrina-PR. Graduanda em Design de Moda na Universidade Estadual de Londrina. Colaboradora no programa: Atendimento ao egresso do curso de Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina: um diagnóstico sobre a atuação profissional e campo de trabalho.

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

⁴ Especialista em Design de Moda pela UEL. Graduada em Pedagogia pela UEL. Atua como coordenadora e docente na UEL, no curso de Design de Moda.

⁵ Mestre em Design pelo PPG Design/UNESP. Especialista em Gestão do Design pela UEL. Graduada em Design de Moda pela UEL. Atua como docente na UEL, desde 2010, nas áreas de modelagem e projeto.

Abstract: This article presents a scenery about the professional activity of the fashion design egress of the State University of Londrina, being this, a cut of the final results of the Teaching Research Project Attendance to the Egress of Fashion Design of the State University of Londrina: diagnosis on the professional activity and field of work.

Keywords: Egress; Professional Activity, State University of Londrina.

Introdução

Segundo o E-mec (2017), o Brasil tem 212 cursos superiores ativos na área de Moda e Vestuário, sendo 21 apenas no Paraná. Entre os 74 bacharelados, 136 cursos tecnológicos, uma licenciatura e um curso sequencial, se encontra o Bacharelado em Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

Implementado no ano de 1997, sob a denominação de Estilismo em Moda, a graduação sofreu diversas alterações em sua grade curricular, sempre se adequando às exigências do mercado de moda e às diretrizes curriculares estabelecidas pelo Ministério da Educação. Sendo assim, foi reformulado no ano de 2004, recebendo a denominação Design de Moda.

Da implementação até o ano de 2015, foram formados 393 profissionais. Considerando este número expressivo de egressos do curso e 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.

Com duração de 36 meses, a equipe do projeto restabeleceu contato com 360 ex-alunos e, dentre outras questões levantadas pela pesquisa, conseguiu delinear o campo de atuação profissional deste egresso, sendo o resultado desta análise o objeto de estudo e reflexão deste artigo.

O contexto do projeto

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 (Sanchez; Hatadani, 2014).

Desde a sua implantação, até o ano de 2015, os cursos de Estilismo em Moda e Design de Moda formaram 393 profissionais para o mercado de trabalho. Com a preocupação de identificar o impacto causado por esses egressos na indústria e na sociedade é que o projeto se propôs a ampliar o relacionamento entre universidade e seus ex-alunos.

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. Do total, a Região Norte do estado é a mais representativa e 6.940 vagas encontram-se em Londrina, cidade sede da UEL. Tais dados reforçaram a necessidade de se conhecer o profissional de moda formado na instituição e, além disso, verificar seu campo e suas formas de atuação no mercado de trabalho, podendo estabelecer possíveis relações entre o ensino e a aplicação prática do conhecimento compartilhado durante a graduação.

Neste contexto, o projeto teve como principal objetivo desencadear ações de aproximação, por meio do contato direto e permanente com os ex-alunos, para verificar sua atuação no mercado de trabalho, traçando, assim, o perfil do profissional formado pelos cursos de Moda da UEL. Além disto, teve como objetivos complementares: manter atualizados os dados dos respectivos egressos; investigar as competências e o conhecimento adquirido por eles durante a graduação; e, a partir do retorno destas informações, promover análises e reflexões dos conteúdos ministrados na graduação e molda-los para delinear novas realidades de aplicação nas turmas subsequentes.

Procedimentos da pesquisa

Durante a execução do projeto, participaram de suas 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.

A partir disso, no mês de março de 2014, deu-se início às atividades práticas do projeto, que foram 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, por meio 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, visto que a

primeira turma do curso se formou no ano 2000. Desta forma, 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, diz 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

Neste contexto, foi criado um perfil na já citada rede social e, por meio dele, foi possível encontrar 360 egressos, o que corresponde a, aproximadamente, 84% do total de formados pelo curso. Este 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 do questionário, criado e disponibilizado pela plataforma *Google Forms*. Das questões elaboradas, a que interessa a este estudo é a que aborda o local de trabalho e a atividade realizada pelo respondente. Dentre as opções de resposta estavam previstas as seguintes atividades: a) como funcionário em empresa de confecção; b) como proprietário em empresa de confecção; c) como professor; d) em outras áreas da moda, fora da confecção; e) em outras áreas, fora da moda; f) não trabalha. A questão previa a possibilidade de selecionar mais de uma resposta, quando ocorresse mais de uma atividade.

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, se deve 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 interesse em responder.

Contudo, para aproveitar o contato e a oportunidade de obter informações, estes egressos foram questionados sobre em que área e função estariam atuando naquele momento. Desta forma, foi possível levantar mais 67 respostas, totalizando 281 retornos.

Resultados e discussão

Aproximadamente 70% do universo total de egressos respondeu à pesquisa e, dos 281 pesquisados, tem-se: 55 trabalhando para uma empresa de confecção como funcionário (19,5%); 56 tem a sua própria empresa/marca (20,5%); 40 são professores em cursos de moda em diversas instituições de ensino superior do Brasil (14%); 58 egressos trabalham em outras áreas da moda (20,5%), como figurino, varejo, indústria têxtil e eventos; 67 mudaram sua área de atuação profissional (24%); e 23 encontravam-se desempregados à época (8%). É importante registrar que 6,5% dos egressos que estão ativos na indústria da moda possuem mais de um ofício, atuando na área da educação e em empresas confecção ao mesmo tempo, por exemplo.

Considerando o perfil do concluinte proposto no projeto político e pedagógico do curso, o novo designer de moda poderá atuar em

Indústrias de confecção do vestuário dos diferentes segmentos do setor; em departamentos de design, criação e desenvolvimento de produtos; em escritórios de design de moda e estilismo; em coordenação de moda e estilo do varejo; em consultoria; como prestador de serviço autônomo; como empreendedor do próprio negócio. (UEL, 2017)

Desta forma, ao analisar o campo de atuação dos egressos, pode-se afirmar que o curso forma o profissional que propõe, uma vez que cerca de 60% deles atuam nas áreas descritas acima.

Ao serem indagados sobre como o conhecimento adquirido no curso contribuiu para atuação no mercado, todos afirmaram que o embasamento

teórico sobre criatividade e design foram essenciais para a visão sistêmica do processo de construção e desenvolvimento de produtos de moda, e que isto contribuiu para ampliar as possibilidades de campo de trabalho.

Sabe-se que os cursos de moda tiveram grande crescimento na última década, por isto, não se pode desprezar a quantidade de egressos que se encontram trabalhando na área da educação. Observa-se que esta demanda por professores, faz com que o interesse pela área acadêmica seja despertado como uma possibilidade de atuação já no ingresso à universidade. Este fato pode ser considerado como uma oportunidade de valorização à pesquisa no ambiente interno, já que os alunos procuram, cada vez mais, participar de projetos de ensino, pesquisa e extensão e se qualificar como pesquisadores desde os primeiros anos do curso.

Embora a formação oferecida pelo curso seja o grau de bacharel em design de moda, outros resultados apontam que tanto os profissionais que atuam no ensino, quanto os que estão inseridos na indústria da moda, buscam formação complementar em cursos de especialização lato e strictu sensu. Assim, entende-se que os egressos que optaram pela docência sabem da importância da profissionalização específica para o ofício.

Dos participantes que não atuam na área de formação, encontram-se dois perfis recorrentes, sendo o primeiro formado por pessoas que não conseguiram colocação no mercado da moda e tiveram que optar por outras atividades e, o segundo, composto por quem desistiu da área por motivos particulares. Em relação aos que não estavam empregados, a grande recorrência de respostas foi pela falta de vagas disponíveis para as habilidades que cada um possui.

Considerações finais

Entre os cursos superiores de moda do Brasil, a Universidade Estadual de Londrina vem consolidando seu espaço entre as universidades nacionais.

No Ranking Universitário Folha 2016, a instituição se encontra em sexto lugar entre todas as universidades nacionais avaliadas, em nono lugar na avaliação do mercado de trabalho e em quarto lugar em qualidade de ensino. Acredita-se que este posicionamento é alcançado por meio dos conteúdos e conhecimentos disseminados no processo formativo, que prioriza conceitos e métodos de design que possibilitem uma visão sistêmica do processo de desenvolvimento de produtos de moda.

Assim, a capacidade de qualificação criativa dentro da moda, faz com que o curso de Design de Moda da UEL tenha uma grande procura pelos os que desejam não somente executar processos técnicos, mas também desenvolver conceitos de expressões, nos quais a cidadania se enquadra à postura profissional socioambiental do futuro designer. Isso pode ser evidenciado nos resultados, dado que, uma porcentagem considerável dos profissionais formados pela instituição, trabalham como atuantes no processo criativo de uma marca ou da própria empresa.

Todos estes dados, foram considerados pelo corpo docente do curso, na formulação de novas estratégias de ensino e organização da estrutura curricular do mesmo. Além disto, os resultados do projeto foram considerados tão relevantes por todos os participantes que, ao ser termino, foi proposto que a comunicação com os egressos fosse uma ação constante adotada pelo colegiado do curso, fazendo com que se iniciasse o programa de atendimento ao egresso, vigente desde o ano de 2016. Este programa vem desenvolvendo ações de aproximação constante e adequando os novos resultados à realidade atual do mercado de trabalho de moda.

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>>. Acessado em 6 de junho de 2017.

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%20FERRAMENTA%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20DA%20MARCA%20ORIGENS.pdf](http://www.uvv.br/edital_doc/O%20FACEBOOK%20COMO%20FERRAMENTA%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20DA%20MARCA%20ORIGENS.pdf)>. Acessado em 6 de Junho de 2017.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA. **Departamento de Design.**

Disponível em: <<http://www.uel.br/ceca/designdemoda/>>. Acesso em 6 de Junho de 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Ranking das universidades de moda.** Disponível em: <<http://ruf.folha.uol.com.br/2016/ranking-de-cursos/moda/>>. Acessado em 6 de junho de 2017.

SANCHES, M. C. F; HATADANI, P. S. **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, jul. 2014. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/19051/15037>>. Acessado em: 19 jul. 2016.