



DO TCC AO MERCADO DE TRABALHO: COMO POTENCIALIZAR PROJETOS DE CONCLUSÃO EM MODA

Centeno, Gláucia; Mestre; Universidade Federal do Rio de Janeiro,

glauciacenteno@gmail.com¹

RESUMO

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), resultante de pesquisas realizadas nos últimos semestres dos cursos de graduação, constitui-se, além de suas especificações técnicas, em um recorte temático de interesse do aluno e que poderá ter desdobramentos ao longo de sua vida acadêmica e profissional. Nos cursos de Design de Moda não é diferente. Alunos desenvolvem, na maioria das vezes, produtos ou serviços que pretendem trazer alguma inovação ao mercado, seja por não apresentarem concorrência expressiva ou por atenderem a um público consumidor específico que ainda não tenha sido privilegiado. Percebeu-se, ao longo de aproximadamente 15 anos à frente da orientação de projetos de conclusão em cursos de graduação em Design de Moda, que alguns trabalhos alcançaram melhores resultados, dando ao aluno maior visibilidade e podendo ser utilizados como um passaporte para ingressar no mercado de trabalho. Desenvolvidos a partir de metodologias criativas e reunindo repertório consistente, capazes de sustentá-los, esses trabalhos representaram as aspirações de seus autores, além de se destacarem por suas apresentações sofisticadas, demonstrando um alto grau de maturidade e profissionalismo. O objetivo deste artigo é apresentar parte dos estudos comparativos de trabalhos de conclusão de curso desenvolvidos no curso de graduação em Design de Moda do Senai Cetiqt, no Rio de Janeiro, nos anos de 2017 e 2018. Para embasar esses estudos, foram utilizados autores como Antonio Carlos Gil, Mike Baxter,

¹ Jornalista com formação em Moda e Negócios Sociais, Mestre em Comunicação, professora universitária, com experiência na criação e coordenação de cursos de Graduação e Pós em instituições de ensino como IED Rio, SENAI CETIQT e ESTACIO. Hoje desenvolve formação em Responsabilidade Socioambiental Empresarial e atua como mentora em empreendedorismo social.



Tim Brown, Dijon de Moraes, Rafael Cardoso, Enrico Cietta, entre outros. Entre as ferramentas utilizadas, estão pesquisas bibliográfica e documental, além de entrevistas. Os principais itens analisados nos TCC's são: identificação de oportunidades, rastreamento de cenários, escolha e potencial de desenvolvimento temático, ferramentas para desenvolvimento do objeto de estudo, resultado do produto ou serviço, percepção de conexões com o mercado, técnicas de apresentação, considerações da banca de avaliação e impressões do aluno.

Palavras-chave: tcc; design de moda; mercado.

