

GRADUAÇÃO EM MODA E MERCADO DE TRABALHO: ATUAÇÃO DOS EGRESSOS DO IFPI CAMPUS PIRIPIRI

Fashion Graduation and labor market: perform of egresses from IFPI Campus Piripiri

Rodrigues, Jéssica de Melo; Graduanda; Instituto Federal do Piauí,
jessicamrodrigues1@gmail.com¹

Melo, Lucilene de Carvalho; Graduanda; Instituto Federal do Piauí,
lucilenecarvalho66@gmail.com²

Lima, Cláudia Cyléia de; Mestra; Instituto Federal do Piauí, claudiacyleia@ifpi.edu.br³

Resumo: O artigo resulta de um projeto de pesquisa cujo objetivo é investigar a atuação profissional dos egressos de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí (Campus Piripiri). O estudo tem abordagem quanti-qualitativa e fundamenta-se na aplicação de questionário on-line. Verificou-se que a maioria dos graduados trabalha na área de moda, como atividade principal ou secundária, e consideram que o curso foi importante para a sua inserção no mercado de trabalho.

Palavras chave: Graduação em Moda; egressos; mercado de trabalho.

Abstract: The article is the result of a research project whose objective is to investigate the professional performance of graduates of Fashion Design at the Federal Institute of Piauí (Campus Piripiri). The study has a quantitative and qualitative approach and is based on the application of an online questionnaire. It was found that most graduates work in the fashion area, as a main or secondary activity, and consider that the course was important for their insertion in the job market.

Keywords: Fashion graduation; graduates; labor market.

Introdução

Este artigo é resultado de um projeto de pesquisa submetido ao Edital de Iniciação Científica nº 7843 (PBIC IFPI 2020 - Pesquisa Remota), lançado no âmbito do Instituto Federal do Piauí – IFPI Campus Piripiri. O objetivo do projeto é investigar, de forma resumida, a atuação profissional dos graduados em Design de Moda pelo referido campus e instituição.

O curso de Design de Moda do IFPI funciona na modalidade tecnológica. Assim, a presente investigação torna-se relevante em virtude de uma possível necessidade, para o próprio Instituto, de verificar a inserção dos seus egressos no mercado de trabalho. Os dados obtidos

¹Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do IFPI – Campus Piripiri;

²Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do IFPI – Campus Piripiri;

³Mestra em Design de Vestuário e Moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina (PPGMODA-UDESC). Professora dos cursos Técnico em Vestuário e Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Piauí (IFPI Campus Piripiri).



podem ser utilizados, se necessário, em uma eventual reformulação do Projeto Pedagógico de Curso (PPC), bem como na manutenção e direcionamento deste.

No intuito de atender ao objetivo da pesquisa, buscaram-se materiais bibliográficos que relacionassem as graduações em Design de Moda às demandas do mercado, e permitissem conhecer o contexto dos cursos superiores de Moda, no Brasil e no Piauí. Para que depois, por meio de pesquisa remota, fosse possível verificar se os egressos trabalham na sua área de formação. O artigo também está apoiado em revisão documental, correspondente à leitura do Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de Design de Moda ofertado pelo IFPI.

Para coleta dos dados, disponibilizou-se um questionário on-line aos graduados da primeira turma (2019) e graduandos com previsão de formatura em 2020 – os quais, em virtude da pandemia da Covid-19, só conseguiram colar grau em 2021. Nos tópicos e subtópicos a seguir, apresentam-se o referencial teórico, e os resultados obtidos na pesquisa.

Os cursos de Moda no Brasil

Para Aguiar (2015, p. 3), no Brasil, até o surgimento do primeiro curso superior de moda, na década de 1980, a moda não era vista como uma área para ser ministrada nas Universidades, devido à cultura de consumo estar voltada a peças de roupas produzidas com base em tendências do exterior. As roupas vendidas como “a última moda em Paris” eram bem aceitas e usadas, levando em consideração a “superioridade” (grifo nosso) dos países da Europa em relação ao Brasil quando o assunto era moda.

De acordo com Pires (2002, p.2), os primeiros cursos de moda no Brasil surgiram em decorrência do aquecimento da economia, através da instalação de novas indústrias de fiação de têxteis e de confecção de vestuário, e da posterior política de abertura de mercado. Pio (2017, p.12), afirma que a ausência de um profissional criador, capaz de assumir todo o complexo mecanismo exigido pelo setor da moda, deu origem aos primeiros cursos na área, iniciando pelas capitais de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais com iniciativas do setor e de algumas instituições de ensino a fim de suprir a carência profissional.

Até a redação deste artigo, conforme dados da Plataforma de Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior - Cadastro e-MEC, existiam 198 cursos de Design de Moda em atividade no Brasil, dos quais 53 são da modalidade Bacharelado e 145 Tecnólogo.



O curso de Design de Moda do Instituto Federal do Piauí (IFPI) é descrito resumidamente no próximo subtópico.

O curso de Design de Moda do IFPI - Campus Piripiri

Piripiri é um município situado a 157 km de Teresina, capital do Piauí. É uma das três maiores cidades do Estado e se destaca na produção industrial de vestuário. A maioria das peças produzidas, além da comercialização interna, vai para os Estados do Ceará, Maranhão, Tocantins e Pará. As empresas de Piripiri estão incluídas nos segmentos de moda feminina e masculina, roupas de aluguel, jeans, uniformes e moda íntima (IFPI, 2019).

O IFPI Campus Piripiri oferta os cursos Técnico em Vestuário, nas modalidades integrada ao Ensino Médio e Concomitante/Subsequente; e o Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda. Este tem como principal objetivo formar Designers de Moda com capacidade crítica, prática, e criativa para elaboração e gerenciamento projetos no campo da moda, bem como formar profissionais empreendedores, eticamente comprometidos com o bem-estar coletivo, com conhecimentos técnicos e tecnológicos, eticamente responsáveis e com capacidade para associar a teoria à prática (IFPI, 2019).

Com duração de três anos, o curso já formou uma turma, no ano de 2017. A segunda turma, que tinha previsão de formatura para 2020, colou grau em maio de 2021, por causa de questões ligadas à pandemia da Covid-19. Nesta pesquisa, cujos resultados são descritos a seguir, participantes de ambas as turmas foram consultados, totalizando 24 participantes.

Apresentação dos resultados: a atuação profissional dos egressos

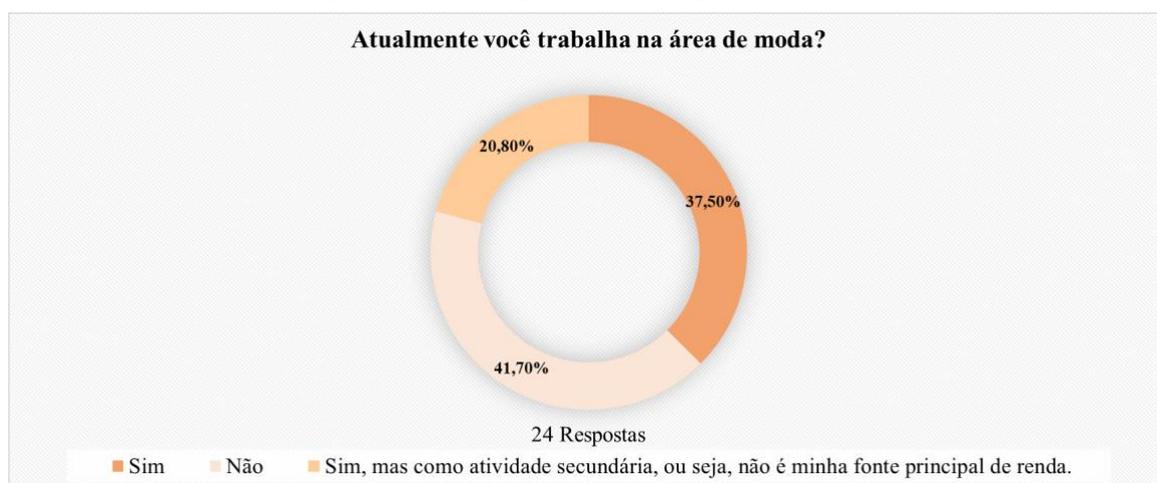
A coleta dos dados apoiou-se em revisão bibliográfica e na aplicação de um questionário on-line, compartilhado por meio do aplicativo *WhatsApp* e envio para os graduados da primeira turma, e para os então concluintes de 2020, somando 24 colaboradores. Os números de telefone para envio dos questionários foram obtidos nos registros de controle acadêmico da instituição.

O formulário continha 10 perguntas objetivas, elaboradas de acordo com os objetivos do estudo. Assim, questionou-se aos egressos: por que optaram pelo curso; se naquele momento estavam trabalhando na área de moda e em que ramo de atuação, assim como o ramo de atuação para o que não trabalham na área; se ter feito o curso do IFPI foi importante para a sua inserção

no mercado de trabalho; se a remuneração na área de moda corresponde ao almejado antes do curso; a que atribuem o fato de estarem ou não estarem atuando profissionalmente no setor de moda; se procuraram especializações depois da graduação; e, finalmente, se consideravam que o curso de Design de Moda proporcionou conhecimentos e a percepção das mudanças no campo da moda, para um melhor entendimento das realidades de mercado. Aqui, foram selecionadas (cinco) questões para discussão, por serem as mais alinhadas aos objetivos da pesquisa.

Ao serem questionados, por meio da pergunta número 02, se estavam trabalhando na área de moda, 62,5% dos egressos responderam que sim, sendo que 37,5% têm a moda como a sua principal fonte de renda, e 20,8% como renda complementar. Já 41,7% dos participantes afirmaram que não trabalham na área de moda, o que pode ser visto na figura 1:

Figura 1: Gráfico representativo da questão 02 do formulário.



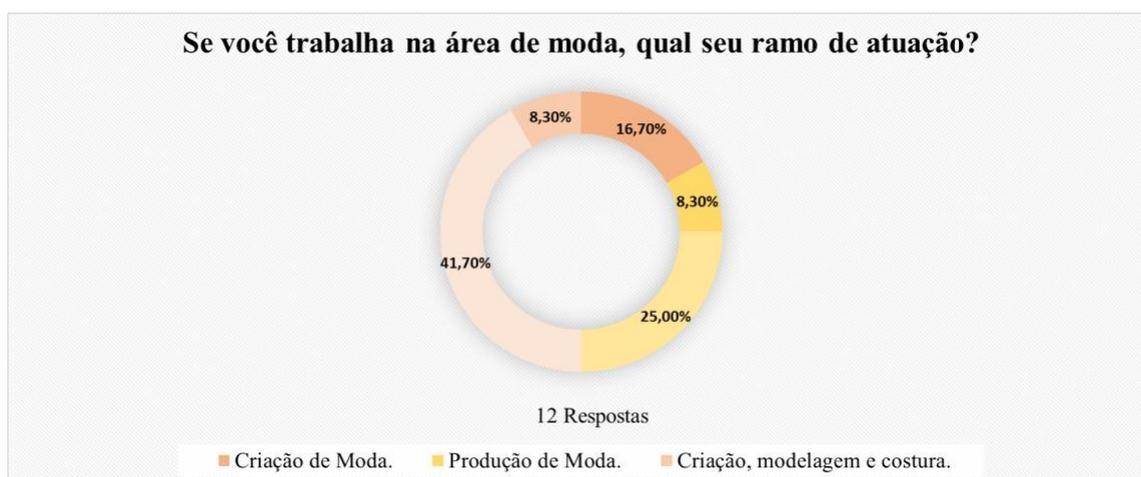
Fonte: Formulário de pesquisa. Elaborado pelas autoras (2021)

Logo em seguida, a questão 03 indagou aos participantes: “Se você TRABALHA na área de moda, qual seu ramo de atuação? A pergunta foi respondida por 12 egressos, a metade do total de colaboradores da pesquisa, que informaram trabalhar nos segmentos de modelagem e costura (41,7%), consultoria de moda (25%), criação de moda (16,7%), produção de moda (8,3%), criação, modelagem e costura (8,3%).

Devido ao pequeno número de turmas formadas, o que leva a maioria dos estudantes a se conhecer, acredita-se que aqueles que trabalham com modelagem e costura o fazem em ateliês próprios. O curso possui muitas disciplinas relacionadas à área de tecnologia do

vestuário, e, em geral, os estudantes que ingressam na graduação apresentam interesse em ter o seu próprio ateliê. As porcentagens de cada área de atuação resumem-se na figura a seguir:

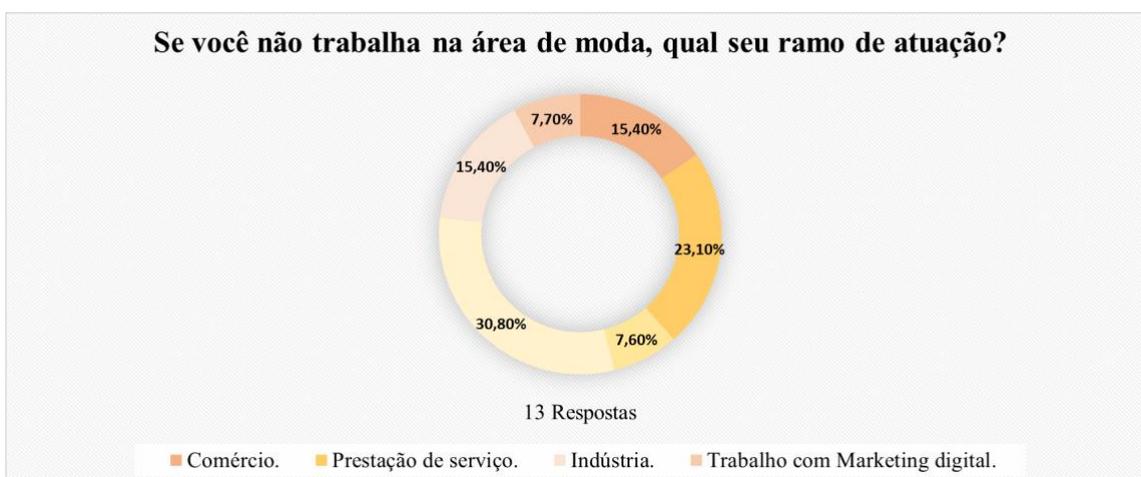
Figura 2: Gráfico representativo da questão 03 do formulário.



Fonte: Formulário de pesquisa. Elaborado pelas autoras (2021)

A pergunta seguinte foi direcionada aos que não trabalham na área de moda. A questão “Se você NÃO TRABALHA na área de moda, qual seu ramo de atuação?” teve 13 respostas e representa em que segmentos uma parte dos egressos atua. Desse total, 30,8% responderam não estar trabalhando em nenhuma área; 23,1% trabalhando com prestação de serviços; 15,4% na indústria e a mesma porcentagem no comércio; e 7,7% com marketing digital:

Figura 3: Gráfico representativo da questão 04 do formulário.



Fonte: Formulário de pesquisa. Elaborado pelas autoras (2021)

Para os egressos que não estão trabalhando na área de moda, questionou-se a que eles atribuíam essa situação. Pôde-se verificar que 45,5% acreditam que não trabalham na área por falta de oportunidades no mercado local; 36,4% associam o fato de não estarem trabalhando com moda à falta de recursos para iniciar um negócio; e 18,2% consideram que não trabalhar na área tenha a ver com a falta de valorização profissional, conforme se observa abaixo:

Figura 4: Gráfico representativo da questão 07 do formulário.



Fonte: Formulário de pesquisa. Elaborado pelas autoras (2021)

Na Figura 5, podemos verificar o gráfico representativo do questionamento 5: “Você considera que ter feito o Curso de Design de Moda foi importante para sua inserção no mercado de trabalho?”. Diante do questionamento citado, teve-se o total de 23 respostas, das quais 95,7% consideraram que o curso teve importância para a sua inserção no mercado:

Figura 5: Gráfico representativo da questão 05 do formulário.



Fonte: Formulário de pesquisa. Elaborado pelas autoras (2021)

Na última pergunta do formulário: “Você considera que o Curso Design de Moda proporcionou conhecimentos e a percepção das mudanças que ocorreram no campo da moda para melhor entendimento da realidade de mercado?”, cem por cento dos egressos responderam que sim. Assim, em sua totalidade, os participantes afirmaram que o curso proporcionou o conhecimento e percepção das mudanças no campo da moda.

Percebeu-se, portanto, que os egressos têm uma visão positiva do curso, e acreditam que a falta de oportunidades no mercado local é um fator de dificuldade para sua inserção no mercado de trabalho. Isso suscita outros questionamentos, pois a indústria de confecção é considerada uma das maiores empregadoras do município. Tais questões serão discutidas em uma outra oportunidade de pesquisa, pois mostram-se pertinentes e relevantes.

Considerações Finais

O estudo não se ocupou em discutir a qualidade do curso em questão, pois sabe-se que nenhuma formação superior consegue abordar tudo o que envolve uma área profissional ou tudo o que é exigido pelo mercado – até mesmo porque, muitas vezes, existe um impasse quanto a quais seriam essas exigências. Porém, a pesquisa demonstrou que a maioria dos egressos atua profissionalmente na área de moda, seja como atividade principal ou complementar.

Diante das respostas, pôde-se perceber, ainda, que os egressos consideram que o curso do IFPI proporcionou entendimento acerca do mercado de moda. A pesquisa atingiu os seus objetivos, especialmente em se tratando de dados que poderão ser úteis para a própria instituição. São escassos os estudos sobre realidade investigada, e conhecer uma parte dela trará esclarecimentos à equipe do projeto de pesquisa e ao Instituto Federal do Piauí, que poderá utilizar o conhecimento produzido, se necessário, para tomada de decisões sobre o curso.

Acredita-se que o artigo tenha aberto espaço para novas pesquisas, uma vez que a cada ano novos profissionais são formados pelo Instituto. Ao final da pesquisa, almeja-se que ela traga uma contribuição positiva para a compreensão da temática, que origine outros trabalhos científicos, e se reverta em aplicações práticas no IFPI e no mercado de moda do Estado.

Referências



AGUIAR, Grazyella Cristina Oliveira. Cenários Constituintes dos Cursos Superiores de Moda no Brasil: Conjunturas da década de 80 aos dias atuais. *In: Moda Documenta: Museu, Memória e Design* – Ano II - Nº 1 – 2015, São Paulo. Anais...São Paulo, SP, 2015.

BAGGIO, Adriana T. **No design e no grau tecnológico:** perfil e aspectos da formação em moda no Brasil. *In: COLÓQUIO DE MODA*, 13., 2017. Anais ...Bauru, SP: UNESP, 2017.

BORGES, MARCIA D. S. **Representações sociais de alunos e professores do curso de Design de Moda sobre a Moda:** 2014. Dissertação (Mestrado em Educação) – Curso de Educação, Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, 2014.

BORGES, Marcia D. S.; LIMA, Rita D. C. P. **Representações sociais e design de moda: reflexões sobre o ensino superior de Moda.** *In: COLÓQUIO DE MODA*, 11., 2015. Anais ... Curitiba: Universidade Positivo, 2015. v. 1, p. 1-13.

BORGES, Marcia D. S. **Problematizando a formação superior em moda.** *Revista dObra[s]*. São Paulo, SP, vol. 10, n. 21, p. 111-123, mai. 2017. Disponível em: file:///C:/Users/claud/Downloads/Problematizando_a_formacao_superior_em_Moda.pdf. Acesso em: 20 abr. 2019.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ – IFPI. **Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda – Campus Piripiri**, Piripiri, 2019. Disponível em: <http://libra.ifpi.edu.br/cursos/documentos-dos-cursos/ppc/ppc-dsm-pir.pdf>. Acesso em 02 mai. 2019.

PIO, Marcos M. **Reflexões sobre o curso de design-moda da UFC e suas influências de conteúdo para a iniciação empreendedora no mercado de moda.** Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte, Curso de Cinema e Audiovisual, Fortaleza, 2017.

PIRES, Dorotéia B. **A história dos cursos de design de moda no Brasil.** *Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação*. Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP, ano 4, número 9, p. 01-13, 2002 – São Paulo: Editora Anhembi Morumbi. Disponível em: <https://docplayer.com.br/2989098-A-historia-dos-cursos-de-design-de-moda-no-brasil-the-history-of-the-courses-of-fashion-design-in-brazil.html> . Acesso em: 04 fev. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Estudo revela dados sobre o Polo de Confecção de Piripiri. Online. Disponível em: <http://www.pi.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PI/estudo-revela-dados-sobre-o-polo-de-confeccao-de-piripiri,cd14cd8ca8906410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em 15 mai. 2021. Acesso em: 15 mai. 2021.

