



CINM

CONGRESSO
INTERNACIONAL
NEGÓCIOS
DA MODA

24 | 25 | 26 | 27
SETEMBRO
WWW.CINM.ORG.BR

RI
O
JANEIRO

**PROJETO CÉLULA DE CRIAÇÃO DO CENTRO VOCACIONAL TECNOLÓGICO
DA ESTAÇÃO DA MODA DE JOÃO PESSOA, PB:
RELATO DE EXPERIÊNCIA, ANÁLISE S.W.O.T E ETNOMETODOLÓGICA**

Luziane De Lima Santos , Adriana Carla S. Oliveira – MSc, Jorge De Oliveira Gomes –
MSc, Italo José Bastos Guimarães, Anderson Rufino Dos Santos Silva

PROJETO CÉLULA DE CRIAÇÃO DO CENTRO VOCACIONAL TECNOLÓGICO DA ESTAÇÃO DA MODA DE JOÃO PESSOA / PB: Relato de Experiência, Análise S.W.O.T e Etnometodológica

LUZIANE DE LIMA SANTOS
ADRIANA CARLA S. OLIVEIRA , MSc
JORGE DE OLIVEIRA GOMES, MSc
ITALO JOSÉ BASTOS GUIMARÃES
ANDERSON RUFINO DOS SANTOS SILVA

UFPB - Universidade Federal da Paraíba
Cidade Universitária – João Pessoa – PB - Brasil
CEP: 58051-900
Centro de Ciências Sociais e Aplicadas
Campus Universitário I - Jardim Cidade Universitária
Endereço Eletrônico: www.ufpb.br

Resumo:

Este artigo tem por objetivo descrever a experiência de gestão do Projeto Célula de Criação do Centro Vocacional Tecnológico de Confecções da Estação da Moda, Órgão pertencente à Secretaria de Ciência e Tecnologia da Prefeitura Municipal de João Pessoa/PB. O referido projeto apresenta peculiaridades em relação à gestão de recursos, à sustentabilidade, incentivo as potencialidades artísticas, culturais e produtivas locais, incluindo a geração de emprego e renda. A metodologia aplicada é qualitativa, utilizando o relato de experiência com base etnometodológica, aplicada quando o pesquisador faz parte do universo pesquisado e possui experiência prática na área temática. Como instrumento de pesquisa aplicou-se, ainda, um questionário estruturado, com perguntas fechadas de múltipla escolha, implementado em meio eletrônico utilizando a ferramenta google docs. Como resultado se buscou verificar as lições aprendidas que poderão ser adotadas por outras pequenas e médias empresas com finalidade social e apoio governamental.

Palavras-chave: Gestão de projetos de Moda. Sustentabilidade. Cultura local.

Contato dos autores: blogluzianelima@gmail.com, adrianacarla.a@gmail.com ,
prof.jorgeogomes@gmail.com, andersonrufino2007@gmail.com e italoguimaraes.eja@gmail.com

**PROJETO CÉLULA DE CRIAÇÃO DO CENTRO VOCACIONAL
TECNOLÓGICO DA ESTAÇÃO DA MODA DE JOÃO PESSOA / PB: Relato de
Experiência, Análise S.W.O.T e Etnometodológica**

1 INTRODUÇÃO

A administração é o elo entre os recursos e o objetivo de uma organização. Uma combinação de vários fatores gerenciados de maneira eficiente que resultam no alcance de uma meta. De maneira simplificada, é 'fazer mais com menos'.

“Todas as organizações são constituídas por pessoas e por recursos não-humanos (como recursos físicos e materiais, financeiros, tecnológicos, mercadológicos, etc.)” (CHIAVENATO, 2003). Independente dos diversos níveis hierárquicos de uma organização, e aqui falamos de diversos portes de empresa, segmento e objetivos, o líder se depara com situações em que se faz necessário o uso de alternativas para potencializar suas ações. Em uma organização ou desenvolvimento e gerenciamento de um projeto, há necessidade de unir habilidades técnicas, humanas e conceituais para maximização das ações.

2 O LOCAL COMO REFERÊNCIA DE MODA

O Centro Vocacional de Confecções de João Pessoa, popularmente conhecido como Estação da Moda é pertencente à Secretaria de Ciência e Tecnologia da Prefeitura Municipal de João Pessoa e foi fundado em 2007. Tem como propósito promover a integração entre segmentos produtores de moda da cidade. Esta integração acontece de forma principal através de cursos de capacitação de mão-de-obra como: Operador de máquinas industriais, Corte e costura e Modelagem de tecido plano e malha.

O gestor do local relata que o curso de Operador de máquinas foi oferecido ao perceber que ao fazer manutenção apresentavam problemas relativos ao mau uso. O curso passou a ser oferecido como pré-requisito para o Curso de Corte e Costura e desde então a periodicidade de manutenção passou a ser de seis em seis meses apenas para troca de óleo, porém, sem apresentar os problemas anteriores.

O objetivo inicial foi expandido ao longo do tempo com eventos como a Semana Estação da Moda, que acontece no final do ano com o encerramento das atividades anuais permanentes, promovendo palestras, workshops, cursos rápidos, fóruns e exposições. Este primeiro evento ampliou as possibilidades para o Centro Vocacional Tecnológico que promoveu diversos outros listados a seguir:

FashionTech – Concurso que incentiva a criação autoral com a temática artesanato e tecnologia com a 2º edição concluída.

Moda na Praça – Com o objetivo de desmistificar a glamourização de moda, indo ao encontro das pessoas. Neste evento, foram realizadas diversas atividades do segmento como Oficina de customização, Salão de beleza, Concurso para modelos, espaço para exposição de produtos, desfiles de estilistas, empresas locais e de uma das células realizadas.

As parcerias com diversos segmentos também promovem moda na cidade e são de fundamental importância e potencializam os resultados do centro, uma vez que, conseguem apoio para estes eventos otimizando o uso dos recursos e beneficiando todo o setor.

Blog – Os trabalhos desenvolvidos permanentemente ganharam uma vitrine online. As informações passaram a ser divulgadas por esse meio desde agosto de 2011 e um ano depois ganhou um hotsite dentro do portal oficial da prefeitura com layout diferenciado do que é tido como padrão em sites institucionais e governamentais. Com este espaço surgiu outro projeto a revista eletrônica Damoda.

Essa disseminação de conteúdo através dessa ferramenta e instrutores com perfil diferenciado unindo conhecimento técnico e teórico sobre a área, a exemplo de uma das instrutoras com vasta experiência na área têxtil, formação superior em Design de Moda e especialização possa justificar a mudança no perfil do público ao longo do tempo.

O público inicial vislumbrava no centro a possibilidade de fazer algum curso profissionalizante e empregar-se em alguma confecção da cidade. Atualmente, percebe-se um público com perfil de moda oriundos dos cursos oferecidos na cidade e outro que faz o caminho inverso que busca o conhecimento técnico, projetos oferecidos pelo centro e/ou ainda Cursos técnicos e superiores. Este perfil foi constatado o resultado dos questionários. Essa introdução se faz necessária para a compreensão do contexto do trabalho e o objeto de estudo.

3 CÉLULA DE CRIAÇÃO: O PROJETO

O projeto foi criado em 2012 com a seguinte proposta: coordenar grupos compostos por cinco pessoas, inscritos com a missão de criar e confeccionar dez *looks* inspirados na cultura local em trinta dias corridos. Todos possuem consultoria criativa do próprio Diretor do Projeto, Romero Sousa, e apoio para retirar dúvidas técnicas com as instrutoras do centro. O material a ser utilizado estava disponível no local. Ao final, as peças foram expostas e apresentadas ao público, onde os participantes relatavam sobre a escolha do local, história e inspirações para a coleção. Um profissional da área de moda comentava, dando *feedbacks* para os participantes sobre as coleções, que ficam no acervo da instituição, mas disponível ao grupo a qualquer tempo mediante solicitação. Como o grupo é livre de amarras comerciais, a Célula incentiva a criatividade e o desenvolvimento conceitual.

É sabido que o mercado de moda é visto pelos leigos como fútil e efêmero, porém “a moda compreende mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas intrínsecas à arquitetura, às artes visuais, a música, a religião, a política, a literatura, a perspectiva filosófica, a decoração e ao vestuário”. (RECH, 2002, p.29). Este conceito implica na percepção do estímulo à criatividade, a imaginação, a fantasia e transmissão de uma coleção de moda elevando a cultura local ao status que a moda cotidiana apresenta. Em uma recuperação da identidade local, das histórias e de possibilidades para criação de moda autoral. Schwarz (1986) afirma que essa representação cultural simbólica tem “poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade”.

4 PROCESSO: Ciclo de Vida da Moda



Figura 1 - Processo do ciclo de vida da moda.
 Fonte: Pesquisa Atual (2013).

O *Projeto Célula de Criação* gera proximidade, relação de pertencimento e valorização ao identificar-se com os locais escolhidos para inspiração da coleção. Um processo de descobrimento do local e suas histórias, que “não são coisas com as quais nascemos, mas são formadas e transformadas” Hall (1992).

O processo da moda dura cerca de três anos a contar de sua pesquisa prévia, fabricação de tecidos, criação das peças , produção, distribuição e venda

ao consumidor final. Analisando esse processo, adaptamos para percepção de como ocorre a criação da coleção em trinta dias.

- Reunião prévia com o grupo e consultor / verificação da disponibilidade de tecidos;
- Escolha do local para coleção;
- Visita e fotos/ Pesquisa sobre a história;
- Criação de croquis;
- Reuniões para definição de peças/ consultoria / adaptações;
- Modelagens (Possibilidade de retirar dúvidas com instrutoras);
- Confeção (feita pelo próprio grupo);
- Apresentação da coleção para público freqüentador, visitantes e convidados;

O grupo se qualifica no projeto para dimensões macro em um contexto menor, como diz o nome do projeto. Já foram apresentadas ao público em forma de peças conceituais nove coleções inspiradas na Cidade de João Pessoa/PB, como listadas a seguir:

1. Filipéia (Centro Histórico da Cidade de João Pessoa);
2. Vida no Mercado (Mercado central);
3. Releitura (Parque Solon de Lucena);
4. Enigma (Igreja de São Francisco);
5. Orla (Praias da capital);
6. Memória pública (Grafites e frases espalhadas pela cidade);
7. Desvendando Rosas (Rua da Areia);
8. 50 luas (Parque Arruda Câmara – Bica);
9. Trilhos da Estação (Estação Ferroviária de João Pessoa – CBTU);

A estrutura para iniciar o projeto foi composta por máquinas já existentes e que eram utilizadas para os cursos. Foram separadas três para a Célula (uma galoneira, uma overloque e uma reta) em um espaço ocioso do local. Os tecidos e aviamentos disponibilizados ao grupo são os comprados para o curso, ou seja, tecidos simples e cores básicas. Por esse motivo, exige dos participantes muita criatividade para que as peças não fiquem parecidas com as de coleções anteriores; que a coleção tenha unidade e ao mesmo tempo com o desafio de enobrecer o material. A mesa e o armário já existiam no local devido aos cursos permanentes.



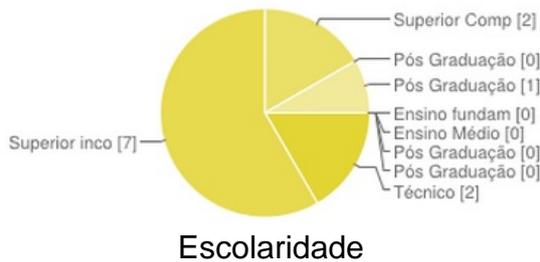
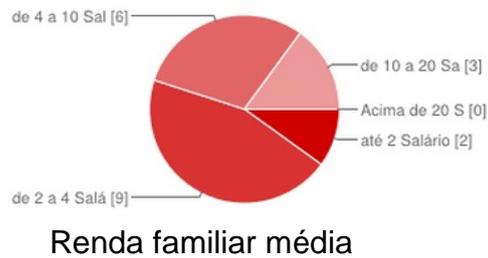
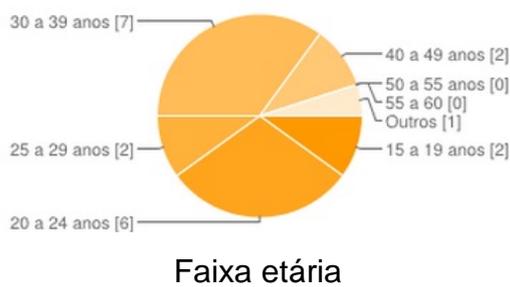
Figura 2 – Estrutura Física do ambiente do Projeto
Fonte: Acervo pessoal da pesquisadora.

5 METODOLOGIA, APLICAÇÃO E RESULTADOS

Os diversos aspectos e contextos são apresentados através de relato etnometodológico. Utilizamos a ferramenta de análise S.W.O.T, muito utilizada para avaliação de cenários e estratégias com o objetivo de analisar a potencialização dos recursos que foram criados utilizando a estrutura já existente. Os tópicos relacionados a seguir foram apontados pelos participantes do projeto em questões abertas e fechadas através de questionário, a análise qualitativa tem a opinião de pelo menos um membro de cada grupo e foi respondida de maneira espontânea. Consideramos com maior ênfase o ambiente interno pela sua aplicabilidade já que são controlados pelo gestor. As ameaças desta análise, neste contexto analisado são relacionadas ao setor acima do Centro Vocacional Tecnológico já que são necessários investimentos financeiros que independem da autonomia do gestor.

Perfil dos participantes: 65% tem entre 20 e 39 anos, 45% possui renda familiar entre dois e quatro salários mínimos, 58% possuem nível educacional superior incompleto e 50% trabalham com moda entre um e três anos. Não foi perguntado o sexo pois a maioria do público participante é do sexo feminino e dessa forma não inibiríamos as respostas para a análise S.W.O.T.

Gráfico 1: Síntese do Perfil dos participantes da pesquisa



Fonte: Pesquisa atual.

A análise S.W.O.T. apresentada a seguir foi resumida de acordo com as respostas dos participantes:

Ambiente interno

Pontos fortes:

- Oportunidades de colocar em prática todo o aprendizado teórico;
- Incentivo para que pessoas sem experiência possam ter uma referência de 'trabalho' na área;
- Incentivo a cultura local e o olhar conceitual;
- Estímulo a criatividade e novas soluções;
- Oportunidade de trabalhar em grupo;
- Vitrine para o trabalho do grupo;
- Disponibilizar uma coleção de moda para portfólio do grupo;
- Liberdade do grupo para criação;
- Ampliação de conhecimento no processo de criação a divulgação de uma coleção;
- Aprender a trabalhar em quipe;

Fraquezas / Fragilidades:

- Presença com maior frequência de instrutores técnicos (corte, costura e modelagem) nas reuniões e no acompanhamento;
- Escassez de tecidos;
- Local aberto (calor);
- Convidados dão feedbacks assertivos, porém, segundo alguns comentários exigindo além da capacidade do grupo devido a pouca experiência na área;

Oportunidades:

- Crescimento do setor local;
- Boa receptividade do público aos projetos já implementados;

Ameaças:

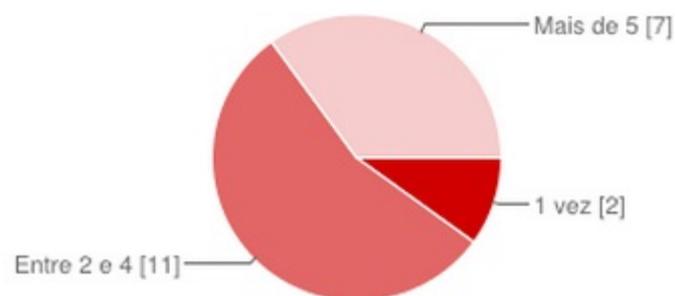
- Estrutura do local;
- Falta de recursos financeiros para investimento no projeto;

A maioria dos participantes tem conhecimento na área de moda, são atuantes na área ou estudantes, como observamos no questionário aplicado, por esse motivo percebe-se a sinalização como ponto forte colocar em prática o que foi aprendido em sala de aula e o incentivo as pessoas que tem pouca experiência. O projeto tem como característica incentivar uma criação conceitual com o olhar para o que está próximo. Livre para exercer a criação, já que não têm obrigação comercial, percebe-se que mesmo em grupo pode-se observar que cada coleção é original. A escassez de materiais, pois não tem investimento financeiro, torna-se um aliado da criatividade na busca de novas soluções, fazendo sair da zona de conforto e do uso de materiais rotineiros. É necessário aprender novas técnicas ou fazer adaptações. Tudo isso, trabalhando em equipe pois devem cumprir prazos.

Percebe-se que o projeto tem grande alcance e perpetuação, visto que 55% das coleções foram divulgadas entre 2 e 4 vezes e 35% mais de 5 vezes, considerando que um mesmo editorial, por exemplo, pode ser repercutido em diversos meios de comunicação (vide Gráfico 2). Os esforços geram um ganho em visibilidade para os participantes na medida que passam a ter um portfólio vasto do mesmo projeto.

O projeto estimula a criatividade e a cultura local através da inserção de design em produtos de moda, tendo como notas dadas pelos participantes nestes quesitos, respectivamente, 9.2 e 9.7.

Gráfico 2: Processo de Divulgação



Fonte: Pesquisa atual.

Sabe-se da importância dos recursos para o projeto, ressaltamos a importância para melhoria através de investimentos financeiros em materiais diversificados (este foi um dos comentários mais frequentes listado pelos respondentes), precisa-se, também de mais dedicação de tempo por parte dos

instrutores exclusivamente para ajuda ao projeto e se possível, um local exclusivo para realização das atividades.

6 CONCLUSÃO

No presente artigo, analisamos um projeto que tem características empreendedoras com sua aplicação realizada com poucos recursos. O projeto pode ser usado como referência para adoção em organizações de âmbito público, gerando experiência para profissionais em início de carreira, ou ainda, adaptando a outros projetos oferecendo estrutura similar para pequenos negócios, por exemplo, fazerem peças pilotos que servirão de base para aplicabilidade de suas futuras coleções. Temos aqui também o conhecimento do uso eficiente de recursos disponíveis dando origem a um novo projeto e visibilidade. Espera-se que o relato sirva como modelo de gestão de recursos para pequenas empresas que possuem estrutura simplificada, podendo fazer uso de alternativas criativas e que gerem alto impacto.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a teoria da Administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações / 7ª edição ver. e atual – Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

HALL. Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. DP&A Editora. 1ª edição em 1992.

RECH, Sandra Regina. **Moda**: Por um fio de qualidade. Florianópolis: Editora da UDESC, 2002.

SCHWARZ, B. Conservatism, nationalism and imperialism. In Donald, J. e Hall, S. (orgs.), Politics and Ideology. Milton Keynes: Open University Press, 1986.

SITE DA ESTAÇÃO DA MODA <http://joaopessoa.pb.gov.br/estacaodamoda>

APÊNDICE

Questionário aplicado utilizando o *Google docs*;

1. Faixa etária
2. Renda familiar média
3. Nível de escolaridade.
4. Há quanto tempo trabalha e estuda moda?
5. Já havia participado de outros projetos antes da Célula de criação? Se sim. Quais?
6. De maneira geral, como você avalia sua participação e aprendizado no projeto? Nota. Justifique.
7. Comente pontos positivos do projeto e sugestões de melhoria.
8. Assinale as afirmações a seguir de modo que 0 não concorda e 10 concorda totalmente.

A estrutura atende as necessidades do grupo.

O projeto estimula a criatividade e a otimização de recursos.

Incentiva a cultura local.

O projeto incentiva o trabalho em grupo.

Aprendi a lidar com situações até então fora da minha zona de conforto.

Os consultores tem propriedade para auxílio.

Os convidados finais fazem comentários assertivos e imparciais para melhoria da coleção.

9. A minha coleção foi divulgada (Considerar editorial, evento, exposição e diversas mídias (sociais, tv, rádio, jornal...)). Ex: Um editorial mesmo sido divulgado em diversos meios conta como 1. Mídias sociais, jornal e tv conta como um ponto de divulgação em cada meio.)
- 1 vez
Entre 2 e 4
Mais de 5
10. Levando em consideração os tópicos acima faça algum comentário ou justifique alguma questão.
11. Qual sua nota final ao projeto?
Justifique sua resposta.

Realização



Organização

