

Orientação Profissional e de Carreira em Moda: diagnóstico a partir de uma abordagem da Gestão de Design

Cláudia Cyléia de Lima

Doutoranda, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC / claudiacyleia@ifpi.edu.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4631-3200> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7752032627519882>

Giselle Schmidt Alves Díaz Merino

Doutora, Universidade do Estado de Santa Catarina - UFSC / gisellemerino@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4085-3561> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4622661220646221>

Enviado: 25/09/2024 | Aceito: 19/11/2024



Orientação Profissional e de Carreira em Moda: diagnóstico a partir de uma abordagem da Gestão de Design

RESUMO

Este artigo tem como objetivo diagnosticar, por meio de uma abordagem da Gestão de Design, um projeto de Orientação Profissional e de Carreira direcionado à área de Moda, ofertado em uma instituição pública de ensino. Para tanto, realizou-se pesquisa aplicada, com abordagem qualitativa e objetivos exploratórios e descritivos, dividida em duas fases: Fundamentação Teórica e Estudo de Caso. No Estudo de Caso, utilizou-se o Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos - GODP (Merino, 2016), metodologia organizada em uma sequência de ações que permitem o planejamento consciente do Design, considerando o maior número possível de elementos que atendam aos objetivos de um projeto de produto ou serviço. Como resultados, o diagnóstico possibilitou identificar as potencialidades e fragilidades do projeto de extensão, possibilitando a proposição de ações que visam a sua reformulação, em especial quanto à inclusão em calendário institucional, execução presencial, e elaboração de materiais de apoio para organização das informações levantadas pelos participantes ao longo do processo de Orientação, entre outros aspectos.

Palavras-chave: Gestão de Design; Orientação Profissional e de Carreira; Carreira em Moda.

Professional and Career Guidance in Fashion: diagnosis from a Design Management approach

ABSTRACT

This article aims to diagnose, through a Design Management approach, a Professional and Career Guidance project aimed at the Fashion area, offered at a public educational institution. To this end, applied research was carried out, with a qualitative approach and exploratory and descriptive objectives, divided into two phases: Theoretical Foundation and Case Study. In the Case Study, the Guidance Guide for Project Development - GODP (Merino, 2016) was used, a methodology organized in a sequence of actions that allow conscious planning of Design, considering the largest possible number of elements that meet the objectives of a product or service project. As a result, the diagnosis made it possible to identify the potentialities and weaknesses of the extension project, enabling the proposition of actions aimed at its reformulation, especially regarding inclusion in the institutional calendar, in-person execution, and preparation of support materials for organizing the information collected by participants throughout the Orientation process, among other aspects.

Keywords: Design Management; Professional and Career Guidance; Fashion Career.

Orientación Profesional y de Carrera em Moda: diagnóstico desde un enfoque de Gestión del Diseño

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo diagnosticar, a través de un enfoque de Gestión del Diseño, un proyecto de Orientación Profesional y de Carrera dirigido al área de Moda, ofrecido en una institución educativa pública. Para ello se realizó una investigación aplicada, con enfoque cualitativo y objetivos exploratorios y descriptivos, dividida en dos fases: Fundamentación Teórica y Estudio de Caso. En el Caso de Estudio se utilizó la Guía Orientadora para el Desarrollo de Proyectos - GODP (Merino, 2016), metodología organizada en una secuencia de acciones que permiten la planificación consciente del Diseño, considerando la mayor cantidad posible de elementos que cumplan con los objetivos de un producto. o proyecto de servicio. Como resultado, el diagnóstico permitió identificar las potencialidades y debilidades del proyecto de extensión, permitiendo proponer acciones encaminadas a su reformulación, especialmente en lo que respecta a la inclusión en el calendario institucional, la ejecución presencial y la elaboración de materiales de apoyo para la organización. la información recopilada por los participantes a lo largo del proceso de Orientación, entre otros aspectos.

Palabras-clave: Gestión de Diseño; Orientación Profesional y de Carrera; Carrera en Moda.

1. INTRODUÇÃO

O Design tem diferentes especialidades, e seu papel não se restringe à criação isolada de produtos. Trata-se de atividade projetual capaz de identificar e responder demandas em diferentes áreas. Assim, torna-se recurso de planejamento estratégico e meio para solucionar problemas de forma sistemática, lógica e ordenada nas organizações/instituições, consolidando-se como um processo de Gestão (Martins; Merino, 2011, p.26).

Chama-se Gestão de Design o gerenciamento bem-sucedido de pessoas, projetos, processos e procedimentos que estão por trás da criação dos produtos, serviços, ambientes e experiências que são parte da nossa vida diária (Best, 2012, p.8). A Gestão de Design tem abordagem ampla e multidisciplinar, e contribui para o desenvolvimento de estratégias que beneficiam os mais diversos setores, pois vê os problemas de Design como oportunidades.

Esta pesquisa origina-se de problemática identificada no contexto de um curso superior de Design de Moda ofertado por instituição pública de ensino, no qual os estudantes relatavam dúvidas sobre mercado de trabalho e atuação profissional. Observou-se que essas inquietações cresceram no cenário da pandemia de COVID-19 e do ensino remoto, desencadeando trancamentos e desistências nessa graduação.

Em 2021, o Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Piauí - IFPI (Campus Piripiri) criou um projeto de extensão fundamentado na área da Orientação Profissional e de Carreira (OPC), conjunto de ações que auxiliam jovens e adultos a refletirem e se posicionar diante de suas escolhas profissionais, considerando seus anseios e possibilidades. A *ProFashion - Orientação Profissional e de Carreira em Moda* foi um projeto de Orientação em grupo, para concluintes e egressos com até um ano de formação. Com a suspensão das atividades presenciais em decorrência da pandemia, a

execução ocorreu por meio do aplicativo de videochamadas *Google Meet*.

Observaram-se dificuldades entre os participantes desde a seleção, feita por meio de questionário *online*. O questionário pretendia identificar as demandas dos futuros orientandos, bem como a sua orientabilidade, ou seja, se estariam ou não aptos a passarem pelo processo, se precisavam da Orientação Profissional e de Carreira ou de encaminhamento para atendimento psicológico. Porém, muitos inscritos não conseguiram especificar o que esperavam do projeto. Também houve contratempos quanto à equipe de execução, além de desistências entre os selecionados.

Os desistentes relataram que não tinham tempo para as reuniões síncronas, e que sentiram falta de mais atividades que pudessem ser feitas pelo celular. Já as concluintes apontaram a necessidade de materiais de apoio e ferramentas digitais para organizar as informações coletadas no processo de Orientação.

Outro aspecto observado nas inscrições foi o interesse de pessoas fora do público-alvo: profissionais com mais tempo de mercado, pós-graduandos, professores de Moda e até graduados em áreas diversas. Posteriormente não foi possível abrir novos grupos da *ProFashion*, pois o retorno presencial das atividades trouxe sobrecarga e choques de horário para professores e alunos.

Desse modo, surgiram questionamentos sobre uma possível reformulação, considerando os atores e aspectos envolvidos. Viu-se, assim, uma oportunidade de aplicar a Gestão de Design, buscando melhorias no projeto. Esta pesquisa, portanto, teve como objetivo diagnosticar, por meio de uma abordagem da Gestão de Design, o projeto de extensão *ProFashion*.

Trata-se de pesquisa aplicada, com abordagem qualitativa e objetivos exploratórios e descritivos. Quanto aos procedimentos técnicos, segmentou-se em duas fases: Fundamentação Teórica e Estudo de Caso, no qual se utilizou o Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos -

GODP (Merino, 2016).

A relevância desta pesquisa liga-se à necessidade de se promover, ainda durante a graduação, reflexões sobre decisões profissionais, considerando as possibilidades reais dos estudantes. Estimular o desenvolvimento de uma visão crítica sobre carreira pode contribuir positivamente com a área de Moda, com a atuação de profissionais que empreguem da melhor maneira possível os seus conhecimentos e habilidades no mercado de trabalho.

Para atender ao objetivo proposto e possibilitar a redação deste artigo, definiu-se um percurso metodológico. É o que se descreve no tópico a seguir.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para diagnosticar o projeto *ProFashion*, realizou-se pesquisa de natureza aplicada. Segundo Marconi e Lakatos (2021), esse tipo de investigação pretende gerar conhecimentos para aplicação prática e imediata, visando solucionar problemas encontrados na realidade.

O caráter exploratório desta pesquisa diz respeito à busca por proporcionar maior familiaridade com o fenômeno e investigá-lo, para torná-lo explícito. A problemática foi estudada tal como se apresentava, considerando o contexto no qual se inseria (Gil, 2008). Já o aspecto descritivo relaciona-se ao estudo da população e do fenômeno, suas causas e relações com outros fatos.

A abordagem do problema ocorreu qualitativamente, pela preocupação em entendê-lo partir dos significados humanos a ele atribuídos. Conforme Prodanov e Freitas (2013), na pesquisa qualitativa há a relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, e o pesquisador mantém contato direto com o ambiente.

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa dividiu-se em duas fases: 1. Fundamentação Teórica, feita a partir de revisão bibliográfica; e 2. Estudo de Caso, com aplicação do Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos

- GODP (Merino, 2016). Os subtópicos 2.1 e 2.2 descrevem como foi construída a Fundamentação Teórica, e como se deu o Estudo de Caso.

2.1 Fase 1 – Fundamentação Teórica

Esta fase teve apoio de artigos científicos, Dissertações, Teses e livros sobre Orientação Profissional e de Carreira (OPC), carreiras na área de Moda, e Gestão de Design. A revisão bibliográfica foi realizada de forma narrativa. Estabeleceu-se um recorte temporal de até dez anos antes da redação do artigo, ou seja, de 2014 a 2024, excetuando-se textos clássicos da OPC e da Gestão de Design.

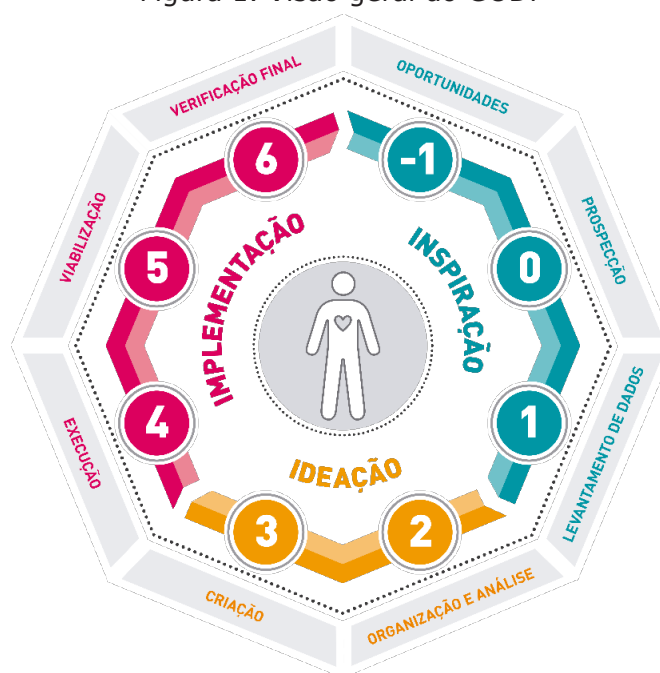
2.2 Fase 2 – Estudo de caso

Na pesquisa de campo utilizou-se o Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos - GODP (Merino, 2016). Formulado a partir de literaturas de Design e áreas correlatas, o GODP é uma proposta metodológica que organiza e oferece uma sequência de ações para que o Design seja concebido de maneira consciente, considerando maior número de aspectos, e respondendo positiva e consistentemente aos objetivos do projeto (Merino, 2016, p.12).

Configurada em 8 etapas, o GODP se fundamenta na coleta de informações sobre o projeto, no desenvolvimento criativo, na execução projetual, na viabilização e verificação final do produto ou serviço. A representação completa do GODP tem formato cíclico, pois essa metodologia considera as possibilidades de continuidade do projeto, de modo que a etapa 6 (verificação) possa retornar à etapa -1 (oportunidades).

Na Figura 1, apresenta-se a visão geral do GODP, com a denominação das suas etapas:

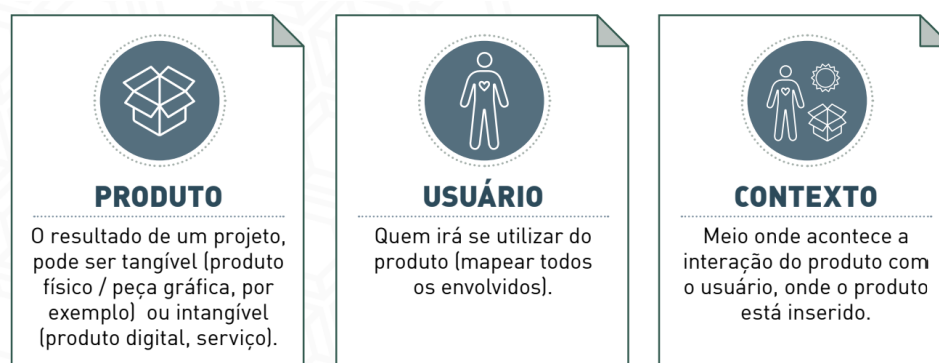
Figura 1. Visão geral do GODP



Fonte: Merino (2016).

Para organizar informações, e auxiliar a escolha de técnicas e ferramentas, os aspectos envolvidos no projeto chamam-se Blocos de Referência, descritos na Figura 2:

Figura 2. Blocos de Referência



Fonte: Merino (2016).

No intuito de chegar ao diagnóstico proposto, as etapas do GODP foram relacionadas e aplicadas ao formato inicial do projeto *ProFashion*. Nesse sentido, foi necessário

mapear e compreender a problemática, chamada no GODP de oportunidade, e os Blocos de Referência, considerando o projeto, os envolvidos no processo e o contexto em que estão inseridos.

No tópico 3, apresenta-se o levantamento bibliográfico que originou a Fundamentação Teórica. Depois, no tópico sobre o Estudo de Caso, há a síntese da pesquisa, com a análise dos dados.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA (FASE 1)

3.1 Orientação Profissional e de Carreira (OPC)

Decisões sobre a vida profissional podem trazer muitas dúvidas, especialmente em situações nas quais escolher parece uma realidade distante. Questões relativas ao mundo do trabalho são desafiadoras, pois envolvem não apenas aspectos subjetivos, como expectativas e frustrações individuais, mas pontos objetivos como remuneração, oportunidades e desemprego, entre outros.

Em demandas dessa natureza é possível contar com uma área de estudo e prática chamada Orientação Profissional e de Carreira (OPC). Trata-se de um conjunto de ações que estimulam jovens e adultos a refletirem e se posicionar criticamente diante de escolhas profissionais em dado momento da vida. De acordo com a Associação Brasileira de Orientação Profissional e de Carreira – ABRAOPC (2023), a OPC é destinada a quem necessita de auxílio em questões de carreira e desenvolvimento profissional.

Para melhor entendimento da OPC, torna-se necessário fazer um breve histórico sobre a área. O conceito de carreira associado a trabalho surgiu no começo do século XX, para “sistematizar a ascensão das pessoas dentro das organizações em um contexto estruturado de normatividade, estabilidade e previsibilidade do modelo taylorista-fordista” (Dias, 2021, p. 58).

Ribeiro (2015, p.156) afirma que a noção de carreira

passou a ser exercida nas empresas para atender à carência de mão-de-obra e aos anseios dos trabalhadores por estabilidade. Portanto, as pesquisas iniciais na área buscavam adequar características das pessoas ao que se exigia para uma função na indústria.

Na primeira década do século XX, Frank Parsons foi um dos primeiros a executar, sistematicamente, estudos em Orientação no *Vocational Bureau of Boston* (Ambiel; Polli, 2011). Conforme Sparta (2003), Parsons incorporou em suas pesquisas ideias da Psicologia e da Pedagogia, propondo três etapas para a Orientação: 1) análise das características do indivíduo; 2) análise de características das ocupações; e 3) cruzamento de informações obtidas, baseado na “promoção do autoconhecimento e no fornecimento de informação profissional”. As ideias de Parsons abriram caminho para o estudo científico em OPC.

No Brasil, a ligação entre Psicologia e o mundo do trabalho inicia a partir dos anos 1920. Sparta (2003) conta que a Psicologia Diferencial e a Psicomетria influenciaram a Orientação Profissional, com o desenvolvimento e a utilização de testes de inteligência, aptidões, habilidades, interesses e personalidade. Com base nos testes, o orientador fazia um diagnóstico e um prognóstico do orientando, indicando a este as ocupações mais apropriadas.

Bock (2013) afirma que muitos autores brasileiros usam a classificação de Crites (1990), com as abordagens de Orientação divididas em três blocos de teorias: não psicológicas; psicológicas, e gerais. Para as teorias não psicológicas, a escolha profissional ocorre em função de algo externo ao indivíduo, enquanto as psicológicas atribuem a escolha a fatores internos. Já as teorias gerais acreditam que a escolha é determinada ora por aspectos psicológicos, ora por questões socioeconômicas (Bock, 2013).

Bock (2013) traz uma nova classificação das teorias de carreira, também dividida em três grupos: 1) teorias tradicionais: veem as escolhas como individuais, maturacionais e abstratas; 2) teorias críticas: buscam entender os fatores

por trás do processo de escolha (interesses ideológicos dos sujeitos e da organização social) e; 3) teorias para além da crítica, que buscam superar a dicotomia entre o indivíduo e a sociedade. Essa última abordagem, chamada sócio-histórica, critica as teorias anteriores e afirma que, no lugar da realização de testes psicológicos, devem se considerar questões sociais e econômicas (Oliveira, 2022).

Com a evolução das pesquisas e o surgimento de novas demandas, as modalidades de OPC vincularam-se ao público a que são direcionadas. Ou seja: na prática, a OPC divide-se conforme suas modalidades, e estas segundo seu público, podendo ser executada individualmente, em grupo, em âmbito educacional, organizacional ou clínico, (Soares; Lisboa, 2018, p. 17).

Independente da modalidade praticada, na Orientação privilegiam-se (grifo nosso): **1) o autoconhecimento**, para que o orientando obtenha mais subsídios para tomar suas decisões profissionais/de carreira; 2) a obtenção de **informações sobre a carreira pretendida**; e 3) a coleta de **informações sobre o mercado de trabalho** (Lima, 2019, p. 28).

A OPC tem sido desenvolvida por profissionais de Psicologia, configurando-se como uma ramificação desta área. Entretanto, conforme a ABRAOPC (2023), não é uma atividade privativa de psicólogos(as), podendo ser exercida por pedagogos, educadores e administradores, com a devida formação.

Feita essa breve apresentação da base teórica e prática da OPC, o próximo subtópico aborda peculiaridades das carreiras na área de Moda, à qual se direciona o projeto estudado neste artigo.

3.2 As carreiras na área de Moda

Ribeiro (2011) conceitua carreira como constructo teórico técnico com duplo significado: administrativo e psicossocial, formado por ideias de ajustamento, adaptação,

desenvolvimento ou construção de uma trajetória no mundo do trabalho. Para Dias e Soares (2009, p. 31), há uma “carreira externa objetiva”, que são as possibilidades concretas oferecidas pelo mercado, os salários e as regulamentações profissionais, e a “carreira interna subjetiva”, relativa às motivações e aspirações de cada sujeito.

Assim, uma carreira envolve as possibilidades objetivas e subjetivas de alcançar um lugar no mercado de trabalho, obtendo sucesso financeiro e psicológico. Trata-se da trilha em que passam atividades de trabalho, onde aspectos objetivos e subjetivos estão inter-relacionados, podendo haver retrocessos ou melhorias.

A Moda é um campo que apresenta números expressivos no Brasil. Conforme a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção - ABIT (2023), o país é a maior cadeia têxtil completa do Ocidente. Isso significa autossuficiência na produção, da matéria-prima ao produto final. O segmento têxtil e de confecção tem 1,34 milhão de empregados formais, número que sobe para 8 milhões, se considerados os trabalhadores indiretos. Assim, permanece como segundo maior empregador da indústria de transformação, perdendo apenas para o setor de alimentos.

O segmento Moda é dinâmico e suas mudanças ocorrem mais rápido que em outros setores, o que acarreta transformações de antigas funções e surgimento constante de novas formas de trabalho. Gustavsen e Yates (2013), no livro *Profissão Moda: guia das 55 carreiras profissionais de maior futuro no mundo da moda*, elaboraram um “Diretório de Carreiras”, com 55 opções de trabalho, não necessariamente vinculadas a graduações. Porém, destacam a importância destas para o desenvolvimento de habilidades, conhecimento da indústria e formação de *networking*.

Lima (2019) em pesquisa sobre Planejamento de Carreira na área de Moda, com base em materiais científicos e/ou elaborados por instituições de ensino e orientadores profissionais, identificou 65 possibilidades de trabalho no setor. Estas foram divididas em oito áreas de atuação:

Criação; Têxtil; Processos Produtivos; Gestão e Negócios; Varejo; Comunicação; Consultoria e; Pesquisa e Ensino.

Muitas dessas carreiras não correspondem a profissões regulamentadas, isto é, não são regidas por leis que tratam do exercício de uma profissão, no que se refere à qualificação exigida e às normas profissionais. Isso ocorre, inclusive, com a carreira de Designer de Moda, ligada à denominação mais adotada pelos cursos de graduação (Design de Moda).

O Brasil está entre os países que mais possuem cursos superiores de Moda no mundo. Macedo (2022, p.11) afirma que em consulta à plataforma e-MEC (MEC, [s. d.]), em 17 de fevereiro de 2022, foram encontrados 221 cursos de graduação, 26 deles na modalidade a distância. Anualmente, milhares de estudantes se formam em Moda, e construir uma carreira pode ser uma tarefa que não corresponde às expectativas do início de curso.

Alta concorrência, instabilidade e pouco retorno financeiro estão entre os desafios que os egressos enfrentam, e que exigem uma busca contínua pelo aprimoramento de habilidades técnicas e comportamentais. Os problemas começam ainda durante a formação, em especial no contexto de ensino público: dificuldades financeiras, desmotivação, desorientação e falta de perspectivas de carreira pós-formatura são algumas questões observadas.

Basso e Lisboa (2018, p. 127) explicam que os jovens de classes menos favorecidas socioeconomicamente pautam seu cotidiano por trabalhos que não são parte dos seus projetos de vida, pois diante da sua realidade não pressupõem a possibilidade de escolher. Ou seja: "a escolha do jovem dessa classe social se dá entre trabalhar e estudar ou trabalhar e deixar os estudos".

Dias e Soares (2009, p.41) explicam que educadores, em geral, influenciam as trajetórias de vida e carreira dos estudantes. Nesse sentido, procurar responder às inquietações e angústias dos jovens sobre carreira é uma tarefa importante para as instituições e docentes, em seu trabalho com alunos em formação.

O projeto que esta pesquisa pretendeu diagnosticar foi uma iniciativa institucional para estimular a reflexão crítica e a tomada de decisões de carreira por estudantes e egressos de graduações em Moda. No tópico 4 descreve-se o estudo de Gestão de Design aplicada ao projeto, subsidiado pelo Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos - GODP (Merino, 2016).

4. ESTUDO DE CASO (FASE 2)

4.1 A Gestão de Design

Casas e Merino (2011, p.2) afirmam que o Design cumpre um importante papel junto às organizações, pois cria valor para produtos e serviços, gerando diferenciação e aumentando a competitividade no mercado. Desse modo, liga-se ao processo de Gestão. Esse processo ocorre em diferentes níveis e faz com que o Design não seja visto apenas pelo viés econômico, mas a partir de uma perspectiva gerencial, denominada Gestão de Design.

Mozota conceitua Gestão de Design como “a implementação de um programa formal de atividades por meio da comunicação da relevância do Design para as metas corporativas de longo prazo e da coordenação dos recursos de Design em todos os níveis da atividade corporativa para atingir os seus objetivos” (Mozota, 2011, p. 95). A Gestão atua nas organizações simultaneamente, em três níveis: operacional, tático e estratégico.

No nível operacional, as ações direcionam-se aos processos, (pesquisas, processos produtivos e atendimento ao cliente), com foco na comunicação. O nível tático corresponde ao planejamento, implantação e monitoramento das atividades internas e externas que viabilizarão decisões estratégicas (Tanure; Kistmann, 2010). E o nível estratégico relaciona-se aos princípios que norteiam a empresa, os fatores culturais e a capacidade competitiva da organização. Esse nível liga-se à concepção do projeto, da ideia inicial ao lançamento e distribuição no mercado.

Best (2012), afirma que a Gestão de Design busca identificar e transmitir direções que favorecem a geração de valor estratégico à empresa. Envolve, ainda, relações entre diferentes disciplinas (Design, Gestão, Marketing e Finanças) e papéis (clientes, designers, equipes de projeto e *stakeholders* (Best, 2012, p.8).

Nesse sentido, a Gestão configura-se como um conjunto de atividades e processos que envolvem alinhamento estratégico, criação de cultura de Design, estruturação de processos, gestão de ativos e medição de resultados, para impulsionar o sucesso das organizações. Seus princípios aplicam-se a empresas, instituições, produtos e serviços, pois o Design pode englobar várias áreas a partir de uma abordagem centrada nas pessoas.

No Brasil, as contribuições da Gestão de Design para a área de OPC ainda não são amplamente discutidas em trabalhos científicos, e o mesmo ocorre em relação à Orientação de Carreira em Moda. Neste artigo, relacionam-se as três áreas, considerando os atores e contextos envolvidos na problemática apresentada.

4.2 O GODP aplicado ao projeto de extensão *ProFashion*

A *ProFashion* – Orientação Profissional e de Carreira em Moda foi uma intervenção em OPC executada como projeto de extensão do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Piauí - IFPI (Campus Piri-piri). Realizada de forma on-line e gratuita, consistiu em um processo de OPC em grupo, coordenado por uma professora proponente.

A ideia inicial era que a execução do projeto fosse totalmente presencial. Porém, como medida de prevenção à COVID-19, as atividades presenciais estavam suspensas na instituição desde março de 2020. Assim, no ano seguinte, a alternativa foi adaptar a *ProFashion* ao contexto on-line.

A intervenção alinhava-se aos objetivos do curso de Design de Moda, cujo Projeto Pedagógico apresenta matriz curricular elaborada para oferecer visão sistêmica de

processos, permitindo planejar, operacionalizar, gerenciar e organizar empreendimentos de Moda em consonância com o mundo do trabalho. A *ProFashion* ocorreu na modalidade de OPC denominada Planejamento de Carreira, que envolve definir metas pessoais e profissionais, e elaborar um plano para tentar atingi-las.

Com o apoio discussões e técnicas específicas, os estudantes são estimulados a refletir, e a analisar tempo e investimentos necessários ao seu desenvolvimento profissional (Dias; Soares, 2009, p.19). O Planejamento de Carreira destina-se a graduandos na transição para o mundo do trabalho. Portanto, o público-alvo do projeto foram estudantes do último ano de graduações em Moda, e egressos com até um ano de formação.

A *ProFashion* adotou uma visão contemporânea de carreira, com destaque para a autogestão e a relação entre indivíduo, mundo social e mundo do trabalho. Considerou-se a relação da carreira com a ideia de projeto de vida, que corresponde à busca pessoal de singularidade na trajetória profissional (Dias, 2016), definindo metas e etapas para concretizá-las, conhecendo os próprios valores, para escolher um caminho rumo ao sucesso profissional e psicológico (Dias; Soares, 2009, p.84).

O projeto foi executado nos semestres 2021.1 e 2021.2, via *Google Meet*. A cada encontro um tema era discutido, e havia proposição de atividades, comentadas no encontro posterior. O primeiro grupo teve 14 orientandas. Também participaram oito professoras lotadas nos *campi* que ofertam o curso de Moda no IFPI, e uma psicóloga, servidora da instituição. O processo encerrou com 10 orientandas, que receberam, por *e-mail*, *feedbacks* dos planos de carreira que elaboraram ao longo da Orientação.

O segundo grupo iniciou com 16 integrantes, mas chegou ao final com apenas três concluintes. Somente duas professoras participaram, e a psicóloga não integrou a equipe por conflito de agendas. Além disso, houve procura por parte de público diverso do esperado. Assim, surgiu a necessidade

de diagnosticar essa conjuntura, considerando os aspectos e sujeitos nela envolvidos.

A seguir, apresenta-se a aplicação dos momentos e etapas do GODP ao projeto de extensão. A aplicação se deu conforme as particularidades inerentes ao Produto/Serviço ofertado, aos seus Usuários e ao Contexto em que se encontrava inserido.

4.2.1 Momento Inspiração

O primeiro momento do GODP é composto pelas etapas - 1 (Oportunidades); 0 (Prospecção) e 1 (Levantamento de Dados). Cada uma dessas etapas foi aplicada ao projeto de extensão e suas peculiaridades, conforme se descreve a seguir.

Etapas -1 - Oportunidades

Segundo Best (2012, p.12), o Design é um processo de resolução de problemas centrado nas pessoas. Nesse processo, um problema de Design configura-se como uma oportunidade, permitindo, se necessário, considerar um novo enfoque ou empenhar diferentes *stakeholders* na busca de soluções. Na etapa -1 identificam-se oportunidades do mercado/setores, conforme o produto/serviço a ser avaliado (Merino, 2016).

Merino (2016, p.8) afirma que o designer enxerga como problema tudo que prejudica ou impede as experiências e o bem-estar das pessoas. Assim, para identificar problemas estes devem ser abordados sob perspectivas e ângulos diversos. A baixa adesão ao segundo grupo do projeto configurou-se como um problema para orientandos e equipe de execução, tornando-se uma oportunidade para aplicação da Gestão de Design.

Etapas 0 - Prospecção

Na etapa 0, define-se a demanda/problemática central que norteará o projeto (Merino, 2016, p. 13), assim como os Blocos de Referência. Desse modo, a demanda é diagnosticar, a partir de uma abordagem da Gestão de Design, um serviço

de OPC ofertado por uma instituição pública de ensino como projeto de extensão.

Aguiar *et al* (2016) afirmam que no diagnóstico analisa-se a situação frente à problemática que originou a demanda, com apoio de ferramentas e técnicas de levantamentos de informações. Depois, é possível definir estratégias e iniciar a implantação e a gestão do processo (Aguiar *et al.*, 2016, p.597).

Na figura abaixo (Figura 3), são elencadas as informações iniciais sobre os Blocos de Referência e à formalização do projeto:

Figura 3. Etapa 0: Blocos de Referência e formalização do projeto



Fonte: elaborado pelas autoras (2024). Ícones: Flaticon (2024).

A formalização da *ProFashion* se deu por meio de Edital de Atividades Remotas de Extensão (Edital nº 40 ProAEX/PROEX/IFPI - Programa "Você em Casa e o IFPI em Movimento"), hospedado no SUAP (Sistema Unificado de Administração Pública). A formalização da equipe também ocorreu via SUAP, com cadastro das servidoras participantes e suas cargas horárias nesse sistema.

Para seleção dos orientandos, disponibilizou-se questionário on-line, elaborado com o aplicativo *Google Forms*. As perguntas buscavam verificar a orientabilidade dos candidatos, questionando as expectativas sobre o projeto, o conhecimento das áreas de atuação profissional, a afinidade

com segmentos de mercado etc. O resultado foi comunicado às selecionadas por *e-mail*.

Definida a problemática/demanda, a etapa 1 do GODP corresponde ao levantamento de dados sobre o projeto, com o detalhamento das informações sobre cada Bloco de Referência.

Etapa 1 - Levantamento de Dados

No GODP, os Blocos de Referência são o Produto ou Serviço, os Usuários envolvidos e o Contexto em que o projeto ocorre. A partir dos Blocos é possível escolher técnicas e ferramentas adequadas ao projeto (Merino, 2016). Desse modo, tem-se:

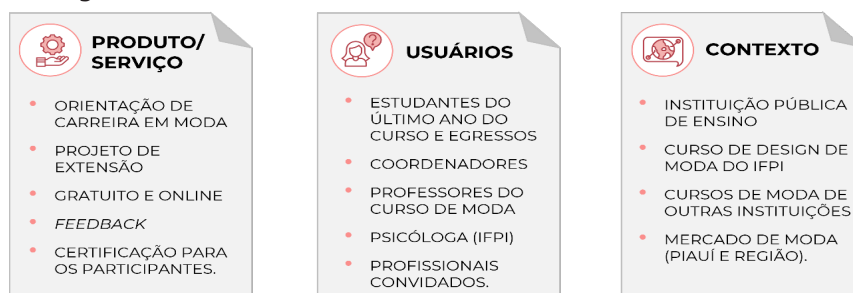
Produto/serviço: *ProFashion - Orientação Profissional e de Carreira em Moda*, projeto de extensão executado como uma intervenção em OPC, realizado de forma on-line e gratuita, em oito encontros semanais. A execução ocorreu em 2021, com a formação de dois grupos, nos períodos letivos 2021.1 e 2021.2. Resultou na elaboração de planos de ação pelas orientandas (planos individuais de carreira), as quais receberam *feedbacks* individualizados e certificado de participação, por *e-mail*.

Uusários: estudantes do último ano de graduações em Moda; egressos com até um ano de formação (orientandos); Coordenadores (da *ProFashion*, do curso de Design de Moda, e de Extensão); professoras; psicóloga servidora da instituição.

Contexto: instituição pública de ensino (IFPI), que oferta curso de Design de Moda na modalidade tecnológica em dois *campi* (Piripiri e Teresina Zona Sul). Também compõem o contexto outras instituições de ensino locais que possuem cursos voltados à área, bem como o mercado de moda estadual e regional.

Para melhor organização e visualização, as informações mais relevantes sobre os Blocos de Referência resumem-se na Figura 4.

Figura 4. Levantamento de dados: Blocos de Referência



Fonte: elaborado pelas autoras (2024). Ícones: *Flaticon* (2024).

Ainda como parte dessa etapa, elaborou-se um Mapa de *Stakeholders*, indivíduos e/ou grupos que podem afetar ou ser afetados pelo projeto, representados na Figura 5:

Figura 5. Mapa de *Stakeholders*

Fonte: elaborado pelas autoras (2024). Ícones: *Flaticon* (2024).

No mapa, os envolvidos diretos são os estudantes e/ou egressos, a coordenadora do projeto, e a psicóloga. Os envolvidos secundários são os Coordenadores do curso de Design de Moda, de Extensão, e as demais professoras. Como envolvidos terciários aparecem as famílias dos orientandos, e os professores de outras instituições, que manifestaram interesse em participar do projeto.

O momento seguinte do GODP – Momento Ideação – refere-se à transformação dos dados em ideias de projeto,

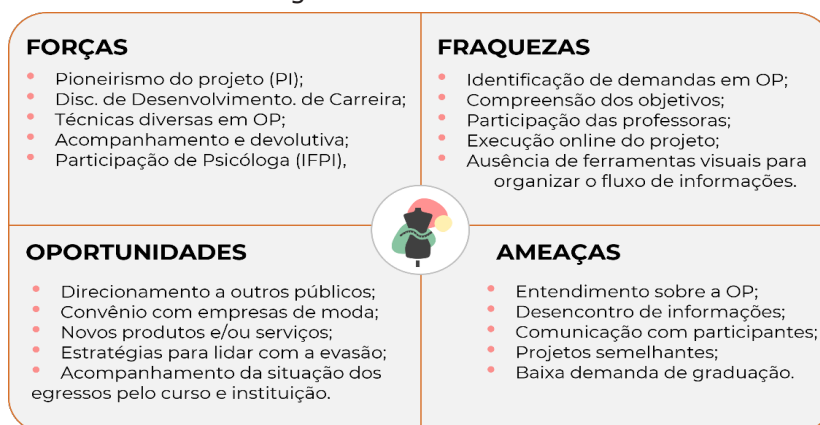
nas etapas: 2 - Organização e Análise; e 3 - Criação (Merino, 2016).

4.2.2 Momento Ideação

Etapa 2 - Organização e Análise dos Dados

São organizados e analisados os dados obtidos a partir de várias fontes. A obtenção das informações ocorre com a aplicação de técnicas e ferramentas. Aqui, optou-se pela elaboração de uma análise SWOT do projeto, apresentada na Figura 6, abaixo:

Figura 6. Análise SWOT



Fonte: elaborado pelas autoras (2024).

Os pontos fortes e fracos costumam fazer parte da própria organização/instituição, enquanto as oportunidades e as ameaças, na maioria dos casos, são externas (SEBRAE, 2011). Em relação ao projeto *ProFashion*, foram identificadas:

1) Forças: pioneirismo entre os cursos de Moda ativos no Estado; implantação da disciplina *Desenvolvimento de Carreira em Moda* no curso de Design de Moda, como resultado de pesquisa de Mestrado da professora coordenadora da *ProFashion*; utilização de técnicas diversas em OPC; acompanhamento do processo de Orientação e devolutiva dos planos de ação às orientandas, com comentários e recomendações individualizadas.

2) Fraquezas: dificuldade dos candidatos em expressar

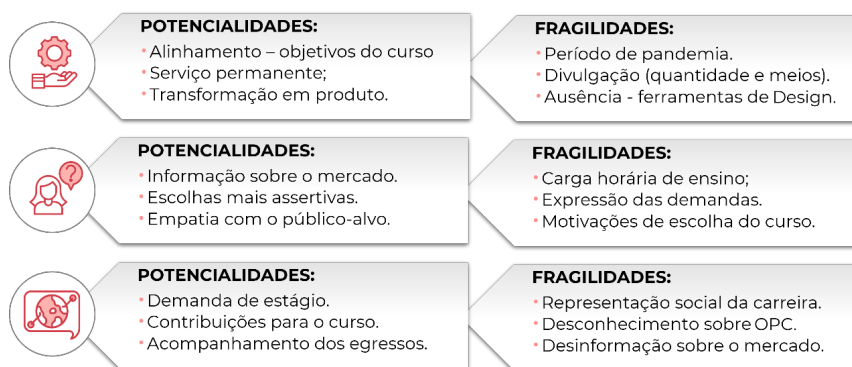
demandas no questionário de inscrição; pouca compreensão dos orientandos sobre OPC; pouca adesão das professoras; execução *on-line* durante a pandemia; ausência de materiais de apoio para acompanhar o processo e organizar informações derivadas dele.

3) Oportunidades: possibilidade de direcionamento a outros públicos; possibilidade de convênios com empresas de Moda locais, para indicação de estagiários que tenham participado do projeto; transformação da *ProFashion* em outros produtos e/ou modalidades de OPC; definição de estratégias para lidar com a evasão no curso; acompanhamento da situação dos egressos.

4) Ameaças: desinformação geral sobre a OPC; falha na comunicação com participantes, que não informaram alterações de *e-mail* e telefone, inviabilizando contatos para avaliação do projeto; existência de projetos semelhantes, não vinculados à Academia; baixa procura por graduações em Moda no Estado.

Depois da análise SWOT foi possível diagnosticar os Blocos de Referência, apontando suas potencialidades e fragilidades, como apresentado na figura 7:

Figura 7. Diagnóstico dos Blocos de Referência



Fonte: elaborado pelas autoras (2024). Ícones: *Flaticon* (2024).

Desse modo, sobre cada Bloco de Referência, tem-se:

Bloco de Referência Produto/Serviço

Potencialidades: alinhamento do projeto aos objetivos do curso; possibilidade de transformação em serviço permanente ou programa institucional; potencial para se transformar em um produto/serviço comercializável.

Fragilidades: realização *on-line* e durante uma pandemia; falta de divulgação estratégica; ausência de ferramentas visuais/digitais como apoio ao processo.

Bloco de Referência Usuários

Potencialidades: os usuários foram beneficiados com as orientações, recebendo *feedbacks* individuais dos seus planos de ação. O projeto promoveu empatia com seu público, o que pode servir de ponto de partida para novas intervenções.

Fragilidades: orientandos e equipe de execução tiveram problemas ao conciliar cargas horárias de estudo/trabalho; candidatos com dificuldade em expressar suas demandas no questionário de inscrição/seleção, bem como em relatar as motivações para escolher o curso de Moda e atuar nesse mercado (verbalmente, nas reuniões do projeto).

Bloco de Referência Contexto

Potencialidades: possibilidade de indicação para estágios; contribuições positivas que a *ProFashion* pode trazer ao curso de Design de Moda, em especial o acompanhamento da situação dos seus egressos. **Fragilidades:** representação social da carreira em Moda, ainda vista como pouco rentável; desinformação sobre o mercado de trabalho na área de Moda; desconhecimento sobre a relevância da OPC.

A partir dos dados levantados, foi possível gerar conceitos e alternativas de projeto. Na etapa 3 - Criação, propuseram-se ações para os Blocos de Referência. É o que se apresenta a seguir.

Etapa 3 - Criação

Elaboraram-se propostas para a intervenção, considerando as informações coletadas no Estudo de Caso. A classificação das ações se deu segundo os níveis da Gestão de Design, e sua configuração como ação de projeto, processo ou procedimento.

Propostas quanto ao Produto/Serviço: execução presencial; mais tempo de divulgação; período maior de inscrições; seleção mais minuciosa. A elaboração de ferramentas visuais pode aumentar a atratividade do projeto, auxiliando a organização e o arquivamento das informações no processo de Orientação.

O quadro abaixo (Quadro 1) condensa as propostas de ação quanto ao primeiro Bloco de Referência: responsáveis pelas ações sugeridas; prazo de execução; e nível de atuação do Design:

Quadro 1. Proposta de ações quanto ao Produto/serviço

BLOCO DE REFERÊNCIA	AÇÃO	PESSOAS	PRAZO	NÍVEL DE ATUAÇÃO DESIGN
 PRODUTO/ SERVIÇO	PROJETO Execução Presencial	Coord. do projeto	Médio	Operacional
	PROCESSO Antecedência na divulgação	Coords. do projeto, do curso e de extensão. Profissionais convidados.	Médio	Tático
	PROJETO Elaboração e utilização de ferramentas visuais	Coord. do projeto e orientandos do projeto	Curto	Estratégico

Fonte: elaborado pelas autoras (2024). Ícones: *Flaticon* (2024)

Propostas quanto aos Usuários: propõe-se que o cronograma do projeto seja apresentado no início do semestre, para que não haja choques de agendas. Sugere-se, ainda, uma maior participação da psicóloga do *campus* na intervenção. E que além do questionário ocorra uma entrevista, presencial ou *online*, para verificação da orientabilidade dos candidatos.

O Quadro 2, a seguir, traz o resumo dessas sugestões:

Quadro 2. Proposta de ações quanto as Usuários

BLOCO DE REFERÊNCIA	AÇÃO	PESSOAS	PRAZO	NÍVEL DE ATUAÇÃO DESIGN
 USUÁRIOS	PROCESSO Participação voluntária e em tempo hábil	Coord. e equipe do projeto	Médio	Tático
	PROJETO Participação da psicóloga na seleção e em mais etapas do projeto	Psicóloga e coord. do projeto.	Médio	Estratégico
	PROCEDIMENTO Realização de entrevistas depois do questionário inicial de seleção.	Psicóloga.	Médio	Estratégico

Fonte: elaborado pelas autoras (2024). Ícones: *Flaticon* (2024).

Propostas quanto ao Contexto: aumento do prazo de inscrição e divulgação; visitas aos *campi* que ofertam o curso de Moda, para apresentar o projeto aos estudantes; intensificação do contato entre instituição e empresas, firmando convênios para encaminhar estagiários segundo suas habilidades, interesses e preferências, se adequados às demandas dessas empresas.

No Quadro 3, são apontadas as propostas descritas:

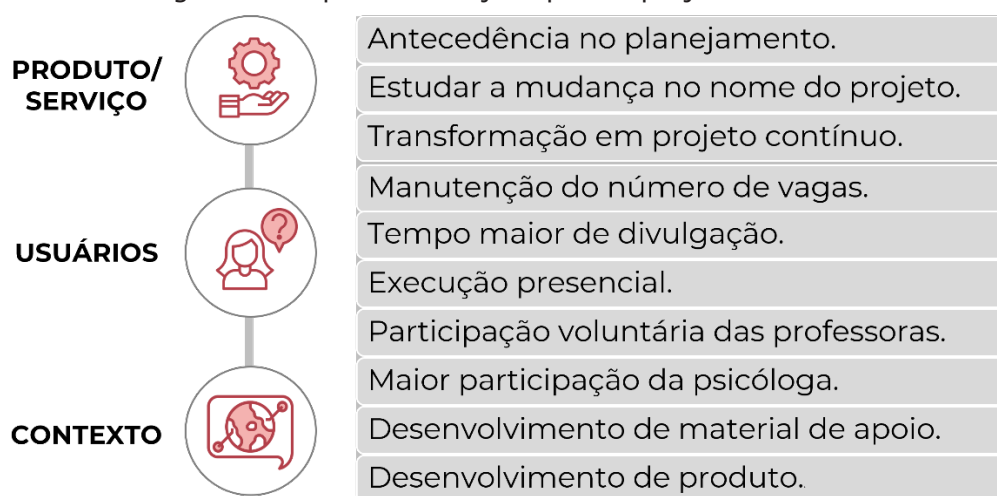
Quadro 3. Proposta de ações quanto ao Contexto

BLOCO DE REFERÊNCIA	AÇÃO	PESSOAS	PRAZO	NÍVEL DE ATUAÇÃO DESIGN
 CONTEXTO	PROCEDIMENTO Divulgação do projeto em outras instituições	Coord. e equipe do projeto	Médio	Tático
	PROCESSO Convênio com empresas para estágios	Coords. do curso, do projeto e de extensão	Médio	Estratégico
	PROCEDIMENTO Seminário de introdução ao curso	Coord. do curso e do projeto	Médio	Tático

Fonte: elaborado pelas autoras (2024). Ícones: *Flaticon* (2024).

No roteiro completo de aplicação do GODP, as etapas seguintes são a Execução das ações sugeridas, sua Viabilização e Avaliação (etapas 4, 5 e 6). O presente Estudo de Caso encerra suas análises na etapa 3 (Criação), com as propostas descritas até aqui. Assim, com base nas informações levantadas ao longo da pesquisa, apresenta-se um resumo com 10 propostas para execuções futuras do projeto, elencadas na Figura 8:

Figura 8. Propostas de ações para o projeto *ProFashion*



Fonte: elaborado pelos(as) autores(as) (2024). Ícones: *Flaticon* (2024).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Design, assim como a Orientação Profissional e de Carreira (OPC), busca solucionar problemas e contribuir para o bem-estar das pessoas. A Gestão de Design, ao lidar com projetos, pessoas, processos e procedimentos, envolve a relação entre os diferentes aspectos e atores de um projeto.

Esta pesquisa buscou diagnosticar, por meio de uma abordagem da Gestão de em Design, uma intervenção em OPC no âmbito de uma graduação Design de Moda. Ao se pensar no diagnóstico como avaliação realizada sobre uma situação, para que esta possa ser aprimorada e atinja um estágio melhor que o atual, considera-se que esta pesquisa atingiu seu objetivo.

As informações decorrentes da aplicação do Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos - GODP, junto com os recursos e ferramentas utilizados, possibilitaram mapear a situação do projeto. O mapeamento, por sua vez, permitiu avaliá-lo, propondo ações e estratégias para execuções futuras.

A transformação do projeto *ProFashion* em uma atividade permanente do curso de Design de Moda permitirá à equipe de execução e aos orientandos uma adequação dos seus horários às atividades do projeto. O aumento no número de vagas não é possível, pois grupos de Orientação não podem ter muitos integrantes, para não prejudicar o acompanhamento individual.

A execução presencial configura-se como a melhor escolha para estimular a participação de orientandos e permitir a aplicação de técnicas/atividades. Além disso, a presença da psicóloga durante a seleção e em outras etapas do projeto agregaria a sua experiência em OPC, e a contribuição das teorias psicológicas.

Os materiais de apoio, digitais ou não, são uma sugestão pensada a partir de demandas apresentadas pelos usuários. Propõe-se, também, que ferramentas e abordagens de Design sejam incluídas no projeto, na elaboração de materiais e na organização das informações pelos participantes/orientandos (autoconhecimento pessoal e profissional; conhecimento das áreas de atuação; e conhecimento do mercado de trabalho).

Acredita-se que, com o desenvolvimento de novos estudos relacionando as áreas de Design, OPC e Moda, haja potencial para que a *ProFashion* se transforme em um serviço direcionado a graduações em outros Estados, englobando não apenas o Planejamento de Carreira, mas outras modalidades de Orientação. É o que se espera construir em futuras pesquisas.

REFERÊNCIAS

AMBIELI, Rodolfo Augusto Matteo; POLLI, Mariana Fralletti de. Análise da Produção Científica Brasileira Sobre Avaliação

Psicológica em Orientação Profissional. **Est. Inter. Psicol.**, Londrina, v. 2, n. 1, p. 103-121, jun. 2011. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2236-64072011000100008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 08 mai. 2023.

ANDRADE *et. al.* Técnicas do currículo futuro e o mapa das oportunidades no planejamento de carreira. *In: ANDRADE et. al. In: AMBIEL, Rodolfo L. de A. et al. (Orgs.). Técnicas e medidas em orientação profissional e de carreira.* 1. ed. São Paulo: Vetor, 2019. p. 19-32.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL E DE CARREIRA - ABRAOPC. Você sabe o que é Orientação Profissional? Oriente-se! São Paulo, 2023. Disponível em: <https://abraopc.org.br/site2022/wp-content/uploads/2022/07/Cartilha.pdf>> Acesso em: 30 mai.2023.

BASSO, Cláudia; LISBOA, Marilu D. Educação e trabalho: o acesso à formação profissional técnica e superior de jovens egressos do sistema de ensino público brasileiro. *In: SOARES, Dulce H; LISBOA, Marilu D. (Orgs.). Orientação profissional em ação: formação e prática de orientadores*, volume 2. São Paulo: Summus, 2018, p. 113-130.

BEST, Kathryn. **Fundamentos de Gestão do Design.** – Porto Alegre: Bookman, 2012.

BOCK, Silvio. **Orientação Profissional:** a abordagem sócio-histórica. São Paulo: Cortez, 2013.

CASAS, Diego Daniel; MERINO, Eugenio Andrés Díaz. Gestão do design e design thinking: uma relação possível. **e-Revista LOGO**, Florianópolis, v. 3, p. 62-69, jan. 2011. Disponível em: <<https://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/eRevistaLOGO/article/view/2844>>. Acesso em: 30 mai. 2023.

DIAS, Maria S. de L.; SOARES, Dulce H. Penna. **Planejamento de carreira:** uma orientação para estudantes universitários. São Paulo: Vetor, 2009.

FLATICON. *Vector Icons and Stickers*, 2023. Página inicial. Disponível em: <<https://www.flaticon.com/>>. Acesso em: 08 mai. de 2023.

GUSTAVSEN, Donna; YATES, Julia. **Profissão Moda:** guia das 55 carreiras profissionais de maior futuro no mundo da moda; [tradução Rita Andrade]. – 1.ed. – São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

LAKATOS, Eva Maria; **MARCONI**, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

LIMA, Cláudia Cyléia de. **Planejamento de carreira em moda:**

sistematização de atividades para um curso de graduação. Dissertação (Mestrado em Design de Vestuário e Moda) – Universidade do Estado de Santa Catarina - Udesc. 2019. Florianópolis, p. 145. 2019. Disponível em: <<https://www.udesc.br/ceart/ppgmoda/dissertacoes/disserta%C3%A7%C3%B5esconclu%C3%ADdas>>. Acesso em: 30 mai. 2023.

MACEDO, K. B. de. Entre ofícios, cultura e indústria: possíveis antecedentes da criação dos cursos superiores da área de moda no Brasil. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 6, n. 2, p. 1 - 22, 2022. Disponível em: <<https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/21068>>. Acesso em: 30 mai. 2023.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **GODP - Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos**: Uma metodologia de Design Centrado no Usuário. Florianópolis: NDG/UFSCau 2016. Disponível em: <www.ngd.ufsc.br>. Acesso em: 03 abr. 2023.

MOZOTA, Brigitte, Borja de. **Gestão do Design**: Usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

NEIVA, Kátia M. C. Escolhas profissionais em tempos de pandemia. O que fazer? Como ajudar? **Trilhas Pedagógica. Edição Especial**, n. 13, v. 10, ago. 2020, p. 254-263.

PRODANOV, Cleber. C.; FREITAS, Ernani C. **Metodologia do Trabalho Científico**: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2a. Edição, Novo Hamburgo, 2013.

RIBEIRO, Marcelo Antônio. **Carreiras**: novo olhar socioconstrucionista para um mundo flexibilizado. Curitiba: Juruá Editora, 2014.

RIBEIRO, Marcelo A. **Orientação Profissional: uma proposta de guia terminológico**. In: Compêndio de Orientação Profissional e de carreira, volume 1: perspectivas históricas e enfoques teóricos clássicos e modernos/ Marcelo Afonso Ribeiro, Lucy Leal Melo-Silva (organizadores). 1. ed.—São Paulo: Vetor, 2011.

SPARTA, Mônica. O desenvolvimento da orientação profissional no Brasil. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, São Paulo, SP, v. 4, n. 1-2, p. 1-11, dez. 2003. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902003000100002>. Acesso em 30 mai. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. Ferramenta: **Análise SWOT (Clássico)**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF>. Acesso em: 30 mai. 2023.