

Epistemologia da Ciência da Administração

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



Atena
Editora

Ano 2020

Epistemologia da Ciência da Administração

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



Atena
Editora

Ano 2020

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Luiza Batista

Edição de Arte: Luiza Batista

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá

Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima

Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros

Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice

Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Luis Ricardo Fernando da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador

Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Fernando José Guedes da Silva Júnior – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto

Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Prof^a Dr^a Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^a Dr^a Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof^a Dr^a Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Me. Adalto Moreira Braz – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof^a Dr^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof^a Dr^a Andrezza Miguel da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof^a Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof^a Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof^a Dr^a Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof^a Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Prof^a Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof^a Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Dr. Fabiano Lemos Pereira – Prefeitura Municipal de Macaé
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof^a Dr^a Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Prof^a Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
Prof^a Ma. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco

Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
 Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis
 Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
 Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Me. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
 Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
 Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos
 Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior
 Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
 Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
 Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
 Prof. Me. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
E57	<p>Epistemologia da ciência da administração [recurso eletrônico] / Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.</p> <p>Formato: PDF Requisitos do sistema: Adobe Acrobat Reader. Inclui bibliografia ISBN 978-65-5706-152-7 DOI 10.22533/at.ed.527202906</p> <p>1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Mercado. I. Silva, Clayton Robson Moreira da.</p> <p style="text-align: right;">CDD 658</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior CRB6/2422	

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Epistemologia da Ciência da Administração”, publicada pela Atena Editora, reúne um conjunto de cinco capítulos que abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Compreende-se que discutir a administração de forma ampla e aprofundada, articulando teoria e prática, pode contribuir para o avanço dessa ciência. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume.

O primeiro capítulo tem como título “A Teoria Clássica e sua Aplicação no Atual Mercado de Trabalho” e objetivou evidenciar os principais pontos da Teoria Clássica e se seus conceitos ainda se aplicam no atual mercado de trabalho. O segundo capítulo é intitulado “Segmentação e Posicionamento de Mercado: como os negócios de moda se beneficiam com estas estratégias” e propõe uma releitura do capítulo “Segmentação e Posicionamento de Mercado nos Negócios de Moda” do livro “Marketing & Moda”, do autor Marcos Cobra, com as informações e perspectivas atuais. O terceiro capítulo, intitulado “Estrutura de Governança do Arranjo Produtivo Local (APL) do Polo Moveleiro de Arapongas”, buscou descrever o arranjo produtivo local do Polo Moveleiro de Arapongas no Estado do Paraná, o qual resulta da parceria entre as indústrias, governo local e organizações do Terceiro Setor, bem como objetivou descrever sua estrutura de governança, visando conhecer os agentes e os seus relacionamentos.

O quarto capítulo tem como título “O Ensino da Modelagem na Visão de Graduados e Graduandos em Design de Moda” e apresenta a investigação do ponto de vista de alunos e ex-alunos, onde deixam seus pareceres e suas vivências acerca do ensino da modelagem nos cursos de Design de Moda. O quinto e último capítulo é intitulado “Não Conheço, Mas Já Ouvei Falar: conhecimento de estudantes de uma universidade pública sobre responsabilidade social” e objetivou identificar o nível de conhecimento de estudantes sobre responsabilidade social, por meio de uma pesquisa realizada com alunos do curso de ciências contábeis de uma universidade pública no Estado do Ceará.

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação, que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa ser útil àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre a ciência da administração, por meio de um arcabouço teórico especializado. Além disso, ressalta-se que este livro agrega à área da administração à medida em que reúne um material rico e diversificado, possibilitando a ampliação do debate acadêmico e conduzindo docentes, pesquisadores, estudantes, gestores de demais profissionais à reflexão sobre os diversos temas que se desenvolvem no âmbito da ciência da administração.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A TEORIA CLÁSSICA E SUA APLICAÇÃO NO ATUAL MERCADO DE TRABALHO	
Beatriz Magalhães Camargo	
Daiany Nunes Silva	
Geane Muricy Sousa	
Ivanna Rosa Pereira Guimarães	
Jéssica Kerolaine Pereira Machado	
Mirian Sousa Moreira	
DOI 10.22533/at.ed.5272029061	
CAPÍTULO 2	11
SEGMENTAÇÃO E POSICIONAMENTO DE MERCADO: COMO OS NEGÓCIOS DE MODA SE BENEFICIAM COM ESTAS ESTRATÉGIAS	
Marília Luiza Olenski March	
Marcos José Alves de Lima	
Thiago Garcia Martins	
DOI 10.22533/at.ed.5272029062	
CAPÍTULO 3	21
ESTRUTURA DE GOVERNANÇA DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APL) DO POLO MOVELEIRO DE ARAPONGAS	
Rosana Cláudia Smék Batista	
Eliane Alves da Silva	
Paulo César Ribeiro Martins	
Rosália Maria Passos da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.5272029063	
CAPÍTULO 4	36
O ENSINO DA MODELAGEM NA VISÃO DE GRADUADOS E GRADUANDOS EM DESIGN DE MODA.	
Nadir da Rocha Gomes	
Marcos José Alves de Lima	
DOI 10.22533/at.ed.5272029064	
CAPÍTULO 5	48
“NÃO CONHEÇO, MAS JÁ OUVI FALAR”: CONHECIMENTO DE ESTUDANTES DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL	
Lívia Soares Lima da Cunha	
Cíntia Vanessa Monteiro Germano Aquino	
Clayton Robson Moreira da Silva	
Joelma Leite Castelo	
DOI 10.22533/at.ed.5272029065	
SOBRE O ORGANIZADOR	61
ÍNDICE REMISSIVO	62

O ENSINO DA MODELAGEM NA VISÃO DE GRADUADOS E GRADUANDOS EM DESIGN DE MODA

Data de aceite: 01/06/2020

Data de submissão: 21/04/2020

Nadir da Rocha Gomes

Universidade Paranaense – UNIPAR

Cianorte – Pr.

<http://lattes.cnpq.br/0466328906120090>

Marcos José Alves de Lima

Universidade Paranaense – UNIPAR

Cianorte – Pr.

<http://lattes.cnpq.br/1560865190702851>

RESUMO: A modelagem é uma etapa muito importante no processo do Desenvolvimento de Produtos de Moda. Este trabalho apresenta a investigação do ponto de vista de alunos e ex-alunos, onde deixam seus pareceres e suas vivências acerca do ensino da modelagem nos cursos de Design de Moda. Esta pesquisa nos possibilitou conhecer a visão dos entrevistados a fim de disponibilizar tais informações para uma melhor aplicação da didática para o Ensino da modelagem em sala de aula.

PALAVRAS-CHAVE: Metodologia do ensino da Modelagem; Didática; Interdisciplinaridade.

THE TEACHING OF MODELING IN THE GRADUATES AND UNDERGRADUATES VIEW IN DESIGN OF FASHION

ABSTRACT: Modeling is a very important step in the Fashion Product Development process. This work presents the investigation from the point of view of students and alumni, where they leave their opinions and their experiences about teaching modeling in Fashion Design courses. This research allowed us to know the interviewees' view in order to provide such information for a better application of didactics for the teaching of modeling in the classroom.

KEYWORDS: Modeling teaching methodology. Didactics. Interdisciplinarity.

1 | INTRODUÇÃO

A modelagem é um dos estágios mais importantes no processo produtivo do vestuário, é através dela que o também essencial do desenho ou projeto de moda se materializa. É por meio do molde que o desenho ganha vida e se torna real, é por meio da modelagem que o projeto do estilista se torna viável, conceptível e palpável. Segundo o site da Audaces (2015) “são os modelistas

que dão vida ao desenho realizado pelo estilista e torna real o produto de moda, aliando conforto, segurança, ergonomia e estética as peças”. Ainda atribuem ao modelista parte do sucesso do produto, pois uma boa modelagem proporciona vestibilidade e agradabilidade.

Nos últimos anos houve um aumento significativo de faculdades e universidades que abriram cursos de Moda, além de cursos técnicos em diversas instituições de ensino, no entanto, o que vemos é que a grande maioria dos estudantes de Moda prefere atuar na área de criação ou estilo ao invés da Engenharia de Modelagem. Desta forma, mesmo com a grande oferta de cursos de Moda, o mercado tem carência de bons profissionais de modelagem (AUDACES, 2015). Baggio (2017) em seu levantamento sobre cursos de moda no e-MEC contabilizou a existência de 180 cursos superiores em moda no país.

Segundo o site ACESSA.COM (2011) “o setor ainda é carente de profissionais modelistas. O principal motivo apontado é a falta de cursos específicos para a área. Historicamente, os modelistas não tinham formação acadêmica específica”. Todos os anos, diversos alunos são graduados em moda, no entanto a maior parte desses bacharéis e tecnólogos buscam se posicionar no mercado de trabalho nos setores como estilo, marketing, mídias sociais dentre outros, porém, quando comparado com o setor de modelagem esse número cai consideravelmente ocasionando assim, um déficit desse profissional no mercado de trabalho.

Considerando o mercado de moda um dos que mais emprega, existem inúmeras oportunidades nos mais diversos setores, como destaca Feghali (2001) que se refere ao estilista ou designer como o profissional que define “a cara” da coleção, determina os materiais, cores e texturas a serem usados; já o modelista é descrito como o profissional que interpreta os desenhos do estilista, possibilitando sua confecção, podendo alterá-los sempre que algo for inviável.

O profissional do Marketing é responsável por direcionar o planejamento e a introdução de novos produtos ou serviços, planejar sua divulgação e supervisionar sua aceitabilidade no mercado (FEGHALI, 2001). Logo o profissional de mídias sociais segundo o site (CATHO, 2020) é responsável por:

“elaborar textos para as redes sociais, publicar conteúdos em comunidades e blogs, manter contato com multiplicadores em redes sociais sendo líderes em comunidades e blogueiros, acompanha a presença nas redes sociais (quantitativa e qualitativa), identifica o crescimento da presença online, gera relatórios de desempenho de campanha e garante o fluxo de informações entre agência, cliente e redes sociais”.

Quando se fala de consultoria e/ou Personal Stylist, Feghali (2001) faz uma relação ao profissional que resolve os problemas referentes ao vestuário, dando orientação aos clientes sobre o uso de determinadas tipos de roupas, ensinando-o como comprar peças novas e como usá-las de forma coesa com seu perfil, vendendo conceito e dando sugestões. Por conseguinte, a profissão de fotógrafo de moda em sua grande maioria é feita por autônomos que geralmente trabalham para ateliês, revistas, catálogos, desfiles

e agências de publicidade, ser fotógrafo de moda é trabalhar em prol da melhor luz e ângulo, no entanto por outro lado sua função é criar uma imagem com referência artística e criativa.

Segundo Feghali (2001) geralmente o fotógrafo é acompanhado do produtor de moda que também se enquadra como braço-direito do estilista, contribuindo para o desenvolvimento do tema do desfile, pesquisa de materiais e seleção de modelos (castings).

Saindo da indústria e voltando para a universidade, temos a profissão do professor, um ofício extremamente importante. É ele o responsável por preparar o material didático conforme orientação e conteúdo previamente distribuído, ele aplica provas, desenvolve trabalhos em aulas e esclarece dúvidas acerca da matéria, todo professor da área de moda tem por ofício disseminar conhecimento aos alunos que posteriormente irão para indústria. (CATHO, 2017).

Já os profissionais empreendedores que buscam uma formação com o intuito de se tornarem donos de seu próprio negócio, atuando em ateliês, com roupas sob medida, que usam seu conhecimento em prol de sua marca própria, atuando com planejamento e capacidade de escolha de maneira racional na hora de agir. Em suas decisões e ações de direção estão sempre presentes seus objetivos, suas teorias e os riscos do negócio. (FEGHALI, 2001).

Tendo em vista que essas são apenas algumas das profissões existentes no setor de moda, esse ramo dispõe de inúmeras possibilidades ao profissional, abrindo uma lacuna para diversas aptidões, que não a modelagem.

Com esse prognóstico e a inquietação sobre o referido assunto, levou-se a questionar como alunos e ex-alunos dos mais variados cursos de Design de Moda veem essa matéria tão essencial para a concretização de uma coleção. Para que a modelagem seja realizada de forma coerente e assertiva, o modelista precisa ser provido de conhecimentos relacionados à moda, tecidos, aviamentos, tendências além do processo produtivo, dos maquinários e aparelhos necessários para a execução de cada parte do molde, a fim de facilitar a posterior costura.

Partindo desse pressuposto é visível a carência de profissionais qualificados no ramo da modelagem, deixando uma lacuna para que profissionais de outras áreas tenham interesse em atuar nesse setor. Dessa forma surgiu à necessidade de se compreender o porquê do ensino da modelagem não instigar os alunos estudantes de moda.

2 | OBJETIVO

Levantar informações relevantes para que se possa repensar o ensino da modelagem no Ensino Superior, a fim de que com base neste levantamento se proponha aulas mais dinâmicas possibilitando ao aluno de moda construir um novo olhar acerca da modelagem.

3 | MATERIAIS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Visando compreender a problemática em questão, aplicou-se um questionário online de caráter qualitativo contendo 25 questões direcionadas a alunos e ex-alunos bacharéis e tecnólogos dos cursos de Design de Moda por meio do Google Drive. Os entrevistados se configuraram por adesão voluntária e pelo formato de bola de neve que é uma técnica de amostragem não probabilística onde os indivíduos selecionados para serem estudados convidam novos participantes da sua rede de amigos e conhecidos.

No questionário aplicado com a ferramenta do Google Formulário, se buscou identificar as experiências vividas e adquiridas dos pesquisados. Nesse sentido foram utilizados protocolos com perguntas abertas e individuais, com o intuito de identificar a problemática em questão, o porquê da área de modelagem não instigar tanto o interesse dos alunos como o ato de criação ou a posição, o status do Estilista e/ou designer.

Com finalidade de explorar as opiniões, vivências e diferentes visões referentes à modelagem quanto ao ensino, buscando entender como o processo de ensino aprendizagem de modelagem interfere no conhecimento e no interesse do referido aluno. Todos os participantes foram informados antecipadamente sobre o conteúdo e motivo da pesquisa, assinando assim o “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido”.

Participaram da pesquisa 86 entrevistados sendo acadêmicos ainda em curso, ou seja, ainda em formação e entrevistados que já haviam concluído a formação do curso de Design de Moda em suas respectivas instituições, permitindo assim, termos uma visão mais ampla e atualizada sobre a perspectiva desses participantes possibilitando fazer uma análise sobre o ensino da modelagem.

4 | RESULTADOS

Com a aplicação do questionário qualitativo online por meio do Google Drive, com alcance de 86 alunos e ex-alunos dos cursos de Design de Moda, sendo estes 16 homens (18,6%) e 70 mulheres (81,4%) com faixa etária de 21 a 25 anos (39,5%) chegou-se nos seguintes resultados; levando-se em conta que os resultados se deram pela indagação de se expor qual o olhar dos alunos e formados dos cursos de Design de Moda acerca da modelagem.

Segundo 18 destes entrevistados (20,9%), o motivo que os levaram a fazer o curso de Design de Moda foi trabalhar ou ter trabalhado em confecção de roupas ou loja de roupas e terem se identificado com o setor; segundo 11 deles (12,8%) afirmaram ter feito o curso de Design de Moda por gostarem de modelar e confeccionar suas próprias roupas; já 10 (11,6%) entrevistados disseram que o motivo que os levaram a fazer o curso foi o gosto pelo desenho. Os demais participantes foram dispostos em (5,8%), ou seja, 5 gostam do glamour que a moda tem; 9 (10,5%) disseram se vestir bem e gostavam de dar dicas de

moda, por esse motivo resolveram se aventurar no Design de Moda; 2 (2,3%) disseram que a família tem confecção ou loja de moda contudo, o estudo foi para dar continuidade aos negócios de família; e 31 (36%) disseram ter outros motivos e não os citados acima.

A maior parte dos entrevistados são ex-alunos (57%), ou seja, 49 entrevistados já se encontravam formados em Design de Moda, no momento da entrevista, restando (43%), ou seja, 37 entrevistados que ainda eram estudantes. Quanto à localidade de estudo obteve-se: Cianorte com 44 alunos (59%); Apucarana com 9 alunos (11%); Umuarama com 8 alunos (9%); Londrina com 4 alunos (5%); São Paulo com 4 alunos (3%); Marília com 3 alunos (3%); Maringá com 2 alunos (2%); e demais cidades como Mauá, Rio de Janeiro, Cuiabá, Cascavel, Campo Mourão, Campinas e Arapongas com 1% (1) aluno em cada uma delas.

Descritas as cidades com as sedes ou campus dos cursos de Design de Moda, foram identificadas as universidades onde foram ou estão sendo feitos os cursos, das quais se destacaram Unipar com (45%) ou 38 entrevistados; seguido da UEM com (25%) 22 dos entrevistados; UTFPR com (11%) com 9 dos entrevistados; UNICESUMAR com (9%) ou 8 pessoas; UEL com (5%) com 4 dos entrevistados; FAIP com (2%) ou 2 dos entrevistados; e demais como UNIC, Anhembi Morumbi, Universidade Mackenzie com (menos de 1%) ou 1 entrevistado em cada universidade.

Em se tratando do saber da matemática básica dentre os 86 entrevistados, 64 deles (74,4%) disseram não ter dificuldade com a matemática básica; (19,8%) 17 disseram ter um pouco de dificuldade com a matemática; e (5,8%), ou seja, 5 afirmaram ter dificuldade com a matemática básica. No entanto essa porcentagem muda quando se refere a gostar da matemática como segue descrito: (27,9%) ou 24 das dos entrevistados informaram gostar um pouco; (37,2%) ou 32 pessoas informaram gostar; e (34,9%) 30 delas afirmaram não gostar da matemática.

Entre ter um conhecimento prévio em alguma área do Design de Moda antes de ingressar no curso, gostar mais de alguma área em específico e pretender atuar em alguma delas, existe uma considerável diferença como se descreve a seguir, (66,3%) 57 dos entrevistados disseram ter conhecimento prévio em estilismo; (47,7%) 41 delas informaram gostar mais dessa área; entretanto somente (10,6%), ou seja, 10 pretendem atuar como estilista.

Dentre os entrevistados 32 (37,2%) disseram ter um prévio conhecimento sobre modelagem; 39 (45,3%) afirmaram gostar da área de modelagem; no entanto apenas 6 delas (6,4%) disseram querer trabalhar com a modelagem. Neste mesmo contexto 8 entrevistados (9,3%) informaram ter um prévio conhecimento sobre marketing de moda; 37 (43%) disseram gostar da área de marketing; no entanto apenas 6 (6,4%) disseram querer trabalhar com marketing em moda.

Se tratando de mídias sociais 14 entrevistados (16,3%) relataram ter um prévio conhecimento; 17 (19,8%) informaram gostar da área de mídias sociais e apenas 3

(3,2%) informaram querer trabalhar com essa área. Contudo, 9 entrevistados (10,5%) expuseram ter um prévio conhecimento sobre consultoria / personal stylist; 25 (29,1%) afirmaram gostar da área; e (5,3%) 5 delas disseram querer trabalhar como consultor ou *personal stylist*.

Já na área de fotografia 12 dos entrevistados (14%) disseram ter um prévio conhecimento sobre o assunto; 33 (38,4%) descreveram gostar da área; e 2 (2,1%) afirmaram querer trabalhar com fotografia. Complementando a fotografia, 16 dos entrevistados (18,6%) falaram ter um prévio conhecimento sobre produção de moda; 43 (50%) disseram gostar da área; no entanto apenas 6 (6,4%) informaram querer trabalhar com produção de moda.

Quando o assunto foi lecionar, 37 entrevistados (43%) disseram que gostava da sala de aula; entretanto apenas 16 (17%) pretendiam lecionar. Em se tratando em ter seu próprio negócio 5 dos entrevistados (5,3%) atuavam ou pretendiam atuar em ateliê de roupa por medidas; enquanto 23 (24,5%) atuavam ou pretendiam ser empreendedores e criar uma marca própria de roupa.

Para se executar uma modelagem, existem vários métodos, no entanto o mais conhecido pelas dos entrevistados foi a modelagem plana manual com (61,6%), ou seja, 53 dos entrevistados, sendo este o método mais conhecido antes de entrar no curso de design de moda; seguido de 14 dos entrevistados (16,3%) que se referiam à modelagem tridimensional ou moulage; 13 (15,1%) mencionavam à modelagem automatizada; e 31 (36%) disseram não conhecer nenhum método de modelagem.

Sendo a modelagem desconhecida por boa parte dos alunos, alguns encontravam dificuldades no decorrer das aulas, até mesmo o desconhecimento da importância do assunto faz com que o aluno não tenha interesse pela disciplina, conseqüentemente 9 entrevistados (10,5%) disseram não ter interesse pela modelagem; 8 (9,3%) afirmaram que já é complicado fazer molde e a dinâmica do professor dificulta mais; 7 (8,1%) não entendem as explicações do professor com facilidade; 6 (7%) disseram não gostar de matemática e por envolver números têm dificuldades; no entanto, 56 das dos entrevistados (65,1%) disseram não sentir dificuldades nas aulas de modelagem.

Alguns entrevistados, 25 pessoas (28,1%) informaram achar a profissão de modelista interessante, porém difícil; 23 (25,8%) disseram que a modelagem é encantadora, pois transforma o imaginário (desenho) em real (molde); 21 dos entrevistados (23,6%) abrangeram a profissão como pouco reconhecida; 11 (12,4%) acreditavam ser muito cobrada e estressante; 6 (6,7%) disseram que é muito complicada a profissão de modelista; e 3 (3,4%) acreditava que a profissão de modelista era mal remunerada, no entanto a maior parte das dos entrevistados , 55 delas (64%) já pensaram em ser modelista.

Todo profissional almeja o reconhecimento, no entanto para 45 entrevistados (52,3%) o modelista era reconhecido, pois sem ele o molde não saia, mas no fim o mérito maior era todo do estilista; 25 dos entrevistados (29,1%) disseram que a profissão era pouco

reconhecida; 7 (8,1%) julgam o modelista como mais uma função no setor; 5 (5,8%) acreditavam que o modelista é muito reconhecido, afinal o profissional não ganha tão mal assim; e 4 (4,7%) disseram que o profissional de modelagem não tem nenhum reconhecimento, pois além de ganhar mal, ninguém sabia quem era o modelista.

Nesse contexto 71 entrevistados (82,6%) afirmaram que se as aulas fossem mais dinâmicas, mais práticas e atrativas, onde fosse possível modelar e costurar suas peças, para ver suas próprias criações, elas teriam mais interesse pelas aulas; 13 (15,1%) disseram que talvez apresentassem mais interesse; e 2 (2,3%) disseram que mesmo que as aulas fossem mais dinâmicas não teriam interesse pelas aulas de modelagem.

Com essa perspectiva acima citada, 35 dos entrevistados (40,7%) afirmam que modelam tudo que foi ensinado em sala de aula; já 36 dos entrevistados (41,9%) falaram que executam somente algumas das modelagens; e 17 (19,8%) disseram que não são capazes de modelarem sozinhos ao que lhes foi ensinado em sala de aula.

Dessa forma foi encerrado o questionário com uma pergunta aberta para que fosse exposta a opinião dos entrevistados a respeito de como tornar as aulas de modelagem mais atrativas e dinâmicas; dessa maneira obtiveram-se num contexto geral com ênfase na maioria das opiniões os seguintes resultados. Destacou-se entre as opiniões o desejo de modelar e costurar as modelagens feitas em sala de aula, contanto que entre as modelagens aferidas, fosse possível ter criações próprias, onde fosse possível inserir seus desejos e curiosidades em determinados exemplares de modelagem, com propostas de modelagens diferenciadas e atuais.

Também foi exposto a respeito da qualificação, capacitação e dinamismo do professor em sala de aula, onde o mesmo fosse capaz de prender mais a atenção do aluno e estimulá-lo a ter mais interesse pela graciosidade da modelagem.

Do mesmo modo, foi observado que os entrevistados acreditam que a forma de se ensinar a modelagem por meio de apostilas é de certa forma um método rígido, 'engessado' e robótico, e muitas vezes de difícil compreensão. No entanto se fossem acrescentadas maneiras de se entender a modelagem de forma mais exemplificada e simplificada com uso de vídeo-aulas, onde fosse possível ter menos alunos por aula e mais aulas de modelagem durante o ano, provavelmente os alunos compreendessem com maior facilidade e passariam a reconhecer a importância da modelagem no campo da moda.

5 | DISCUSSÃO

Percebeu-se que o público feminino é quase a grande totalidade dos entrevistados dos cursos de Design de Moda, tendo em vista que a maior parte dos mesmos obtiveram uma experiência em alguns setores antes de iniciar o curso de Design de Moda, deixando

a entender que certa experiência influencia na escolha do curso almejado.

Com base na quantidade de alunos formados é possível ter como embasamento a experiência adquirida pelos entrevistados que já são capazes de fazer um comparativo entre o que é ensinado em sala de aula e a realidade do mercado de trabalho ou chão de fábrica; principalmente pelo fato de 59%, ou seja, 44 das dos entrevistados terem estudado em Cianorte, grande polo de confecção, com grande empregabilidade, seja para estagiários como para o efetivo, tanto na indústria como em áreas afins.

Com ênfase nos dados descritos, 51 entrevistados (59%) estudaram ou estudam em universidades particulares e 35 (41%) dos entrevistados em universidades públicas; portanto, os dados e informações coletados referentes à satisfação ou insatisfação dos conhecimentos adquiridos em sala, não se justificam por ser universidade particular ou pública, deixando uma lacuna a se pensar sobre os conteúdos aferidos e a forma com que esses conteúdos são ministrados e disponibilizados aos alunos em sala.

Ponderando os dados acima referentes à matemática básica, nota-se que a grande maioria, 64 das dos entrevistados diz não ter dificuldade nos cálculos matemáticos, no entanto 30 disseram não gostar, podendo juntamente com outros fatores desencadear o não entendimento dos processos do ensino a modelagem que é calcado em matemática básica, fração, divisão, certa noção de geometria e uso de instrumentais como esquadros, compasso, transferidor, etc.

Analisando o conhecimento versus a pretensão em atuar, nos mais diversos ramos que o universo da moda proporciona, encontramos uma discrepância relevante em todos os setores; no entanto estilo e modelagem se sobressaíram, onde 57 dos entrevistados disseram ter conhecimento prévio sobre o estilismo, no entanto apenas 10 pretendem atuar nesse segmento, já no setor de modelagem 32 dos entrevistados informaram ter conhecimento prévio, no entanto, apenas 6 disseram ter interesse em ser modelistas. Isso demonstra que nem sempre ser provido de algum conhecimento antes de algum curso em específico, corrobore com o interesse do aluno em sua escolha profissional.

Considerando as respostas acima se notou que a maioria dos entrevistados não sente dificuldade na aula de modelagem, no entanto algumas respostas chamaram a atenção quando falaram a respeito da falta de dinâmica do professor, seja na hora da execução ou na hora da explicação dificultam o aprendizado da matéria. Parece bastante vago, porém, indica um caminho para reflexão da prática docente na área de modelagem. Sobre práticas que tem dado certo e outras que não funcionam.

Parte dessa reflexão se dá no contexto da própria formação dos primeiros profissionais que migraram para o Ensino Superior de Moda e trouxeram seus conhecimentos de outras áreas para formar o primeiro *staff* de docentes nos cursos recém-inaugurados.

De acordo Acúrcio (2002) o desafio de mudar a dinâmica em sala, evidenciando que para haver transformação é necessário estimular e viabilizar o desenvolvimento da consciência crítica, estar aberto a questionamentos, a livre expressão de ideias e

sentimentos por meio da participação e cooperação. Atentar-se quanto à qualidade e não sobre a quantidade de informações transferidas aos alunos.

Constatou-se que mesmo 25 dos entrevistados afirmaram que a modelagem era difícil, pouco reconhecida, muito cobrada, estressante, complicada e mal remunerada, 55 das dos entrevistados já pensaram em algum momento em ser modelista, pelo fato de ser uma profissão interessante e encantadora, pois transforma o imaginário (desenho) em real (molde).

Notou-se por meio dos dados supracitados que parte dos entrevistados acreditava que o modelista era reconhecido em determinados pontos, no entanto quanto ao mérito no fim da coleção era destinado aos estilistas; pensando nesse contexto, observou-se que no início e fim de coleção, as viagens inspirativas, os materiais de pesquisa, créditos com seu nome em revistas e catálogos entre outros méritos e afins, geralmente se direcionam ao estilista, se tornando algo a ser repensado pelos empresários do setor.

Compreendeu-se também conforme foram mencionados pelos entrevistados, que os mesmos não se sentem capazes de executar sozinhos as modelagens dadas em sala de aula, isso porque muitos dos professores não conduzem a contento as práticas da sala de aula, ou preocupando-se de adequar à realidade dos alunos. Segundo os entrevistados poderia ser repensada a forma de apresentar e conduzir a disciplina ao aluno.

Neste contexto Crepaldi (2017) ressalta a importância de especialização na área e a interdisciplinaridade no desenvolvimento das competências para elaboração de produtos de moda, sendo a interdisciplinaridade o desenvolvimento do pensamento de construção de modelagens. Espera-se que o profissional de modelagem, seja capaz de relacionar conteúdos, compreender todos os processos nos quais o produto de moda está inserido e relacionar cada uma das fases envolvidas.

Ainda segundo Crepaldi (2017) diante de tais considerações, o que se pretende é compreender como se dá o processo de ensino-aprendizagem da confecção de peças de vestuário, principalmente através da modelagem e as necessidades dos aprendizes na atuação e interação com o desenhar, interpretar, compreender, cortar, costurar e analisar o produto final.

O olhar do docente nesta questão se faz necessário, as formas de aplicação dos conteúdos e a análise de métodos de ensino nesta área, na pretensão de se evidenciar a importância destas disciplinas para o desenvolvimento destes produtos.

Como ressalta Freire (1996, p. 52):

“Saber que ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua própria produção ou sua construção. Quando entro em uma sala de aula devo estar sendo um ser aberto a indagações, à curiosidade, a perguntas dos alunos, a suas inibições; um ser crítico inquiridor, inquieto em face da tarefa que tenho - a de ensinar e não a de transferir conhecimento”.

6 | CONCLUSÃO

Tendo em vista os aspectos acima expostos, foi possível analisar que mesmo com grandes porcentagens dos entrevistados informando não gostarem de matemática, não terem interesse por modelagem ou nunca ter pretendido trabalhar na área, existiu o desejo de possuir em suas mãos um produto de moda produzido do começo ao fim; onde pudessem ter a experiência de dizer “fui eu que fiz”, ou seja, é dentro desse processo que o dinamismo do professor tem que aflorar.

Percebe-se que a maioria dos entrevistados queriam aulas práticas mais instigadoras, onde houvesse interdisciplinaridade, onde fosse possível, desenhar, modelar e costurar peças criadas por ele próprio; mesmo tendo as bases e moldes convencionais no processo de aprendizagem, que na realidade são essenciais, que fosse possível inserir modelagens referentes às peças criadas por ele, onde pudessem tirar suas dúvidas, suas curiosidades e confeccionar, entender seus caimentos, os efeitos dos recortes e por meio desses processos; descobrir o que realmente funciona ou não, desde o processo de criação do desenho até a finalização da peça, não apenas modelar, não sendo os demais processos ensinados como algo distintos um do outro e sim, como um processo que completa o outro.

Segundo Consolaro (2002) as aptidões e capacidades dos alunos devem instigá-los para saber fazer, entender e resolver, sobretudo novas circunstâncias. A competência não é se se trata apenas de conhecimento, mas também de valor, avaliação do que é apropriado ou não.

Foi possível depreender que os entrevistados desejavam aprender a modelar e não apenas seguir apostilas com receitas que não explicam a origem de certas práticas, elas queriam aprender fazer os moldes entendendo os processos, o porquê de cada risco, de cada medida, e isso normalmente não é explanado em sala de aula; muitas vezes era ensinado apenas “ligue o ponto A ao ponto B”, sem se explicar o porquê das medidas, o que elas significam. Caso o molde fosse de outro tamanho, ou outro modelo, o que seria necessário mudar ou reutilizar em determinado molde, entendendo que existiam muitos alunos que nunca tiveram contato com a modelagem e estavam se inserindo nesse universo pela primeira vez no curso de graduação.

Silva (2014) ressalta que uma das características do cérebro humano é que ele consolida com muito mais relevância os processos de aprendizado por meio da prática do que por meio da teoria; isso ocorre pela maior quantidade de sentido e sensações envolvidos no processo como é o caso do olfato, visão, paladar, audição e o tato, nesse momento o cérebro abre mais “caminhos” para fortalecer e absorver o conhecimento. Em outras palavras “é praticando que se aprende”.

Nesse contexto Piletti (1997) expõe que para que o aluno tome conta do conhecimento é de suma importância que ele almeje tal conhecimento. Sabe-se que não é possível

ensinar algo a alguém que não queira adquirir tal conhecimento, desse modo é de suma importância que o professor saiba expor a importância e motivar seus alunos. Seja por meio de diversos recursos, diferentes métodos e metodologias ou instituindo condições adequadas à aprendizagem, sendo assim, entende-se que neste contexto motivar o aluno seria proporcionar a possibilidade de não somente modelar como também, confeccionar seu próprio produto de moda.

Desse modo se faz necessário conhecer o interesse do aluno para mantê-lo ou orientá-lo, buscar forte motivação a fim de conseguir alcançar o objetivo da aprendizagem. É possível compreender que sem motivação não há aprendizagem, pois interesse geram novos interesses, o êxito na aprendizagem reforça a motivação sendo a condição necessária, Piletti (1997). Nesse contexto a interdisciplinaridade seria a motivação inspiradora dos alunos.

O aluno tem que se sentir parte do processo, tem que ser instigado a pensar, a entender os processos por eles executados, tem que haver críticas construtivas acerca dos modelos, dos processos, possíveis macetes, acabamentos e afins, esse processo de inserção do aluno no processo como um todo, pode galgar novos profissionais para o setor da modelagem.

REFERÊNCIAS

ACESSA.COM. **Mercado da moda carece de modelista, apesar da profissão ser valorizada.** Disponível em: <<http://www.acesa.com/educacao/arquivo/profissoes/2011/10/14-modelista/>> Acesso em: 16 de abril de 2020.

ACÚRCIO, Marina Rodrigues Borges. **Questões Urgentes na Educação.** 2. ed. Porto Alegre/Belo Horizonte: Artmed/Rede Pitágoras, 2002.

AUDACES. Ausência de profissional na Engenharia de Modelagem. Disponível em: <<http://www.audaces.com/ausencia-de-profissional-na-engenharia-de-modelagem/>> Acesso em: 15 de abril de 2020.

BAGGIO, Adriana Tulio. **No Design e no Grau Tecnológico:** Perfil e Aspectos da Formação em Moda no Brasil. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/13-Coloquio-de-Moda_2017/CO/co_2/co_2_ENSINO_DE_MODELAGEM_EXPERIENCIAS.pdf>. Acesso em: 14 de novembro de 2017.

CATHO. **Guia de Profissões e Salários.** Disponível em: <<https://www.catho.com.br/profissoes/analista-de-midias-sociais/>>. Acesso em: 16 de abril de 2020.

CONSOLARO, Alberto. **O Ser Professor: Arte e Ciência no Ensinar e Aprender.** 3.ed. Maringá: Dental Press, 2002.

CREPALDI, Renata Nogueira. **Ensino de Modelagem:** Experiências e Desafios em Busca da Formação do Pensamento Construtivo Independente. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/13-Coloquio-de-Moda_2017/CO/co_2/co_2_ENSINO_DE_MODELAGEM_EXPERIENCIAS.pdf>. Acesso em: 15 de abril de 2020.

FEGHALI, Marta Kasznar; Daniela Dwyer. **As Engrenagens da Moda.** 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Senac,

2001.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia**: Saberes necessários à prática educativa. 19. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra S/A, 1996.

PILETTI, Claudino. **Didática Geral**. 21. ed. São Paulo: Editora Ática, 1997.

SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas**: do consumismo à compulsão por compras. 1. ed. São Paulo: Globo, 2014.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Arranjo 21, 23, 24, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 34

C

Conhecimento 6, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 52, 53, 54, 57, 58, 59, 60

D

Didática 36, 47

E

Ensino 25, 36, 37, 38, 39, 43, 44, 46, 49, 51, 52, 60

Estrutura 4, 7, 14, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 31, 32, 34

Estudantes 37, 38, 40, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60

F

Fayol 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

G

Governança 21, 23, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 34, 56, 57, 59

I

Interdisciplinaridade 36, 44, 45, 46

L

Local 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34

M

Marketing 8, 11, 12, 13, 14, 16, 19, 20, 34, 37, 40, 55, 56, 59

Mercado 1, 2, 6, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 23, 27, 30, 31, 34, 37, 43, 46, 49, 50, 55

Metodologia 6, 10, 12, 20, 25, 26, 27, 32, 33, 36, 60

Moda 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46

Modelagem 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46

O

Organização 2, 3, 4, 7, 8, 10, 12, 21, 24, 25, 28, 29, 49, 55, 56, 59

P

Posicionamento 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19

Produtivo 21, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 31, 34, 36, 38

R

Responsabilidade Social 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60

S

Segmentação 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19

Sustentabilidade 21, 22, 34, 49

T

Teoria Clássica 1, 2, 3, 4, 6, 7, 10

 **Atena**
Editora

2 0 2 0