

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

MODA ÍNTIMA CEARENSE: A IMPORTÂNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL PARA O AMBIENTE FÁBRIL

*UNDERSTANDING CEARENS FASHION: THE IMPORTANCE OF
ORGANIZATIONAL CULTURE FOR THE FACTORY ENVIRONMENT*

Cabral, Mara Raquel Marinho; Doutoranda; Usal, raquelmarinho@usal.es¹
Freitas, André Luís; Especialista; UniAteneu, andretsukino@hotmail.com²
Almeida, Sara Girão Borges; Especialista; UniAteneu, saragbaalmeida@hotmail.com³

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo compreender a importância da cultura organizacional para as confecções do vestuário de moda íntima no Estado do Ceará. Inicialmente expõe dados da Cadeia têxtil e do setor, se estendendo a questões objetivas do *design*, definição de cultura, no que envolve os conceitos de cultura organizacional e relações interpessoais no que visa a compreensão das relações entre operadoras de costura e o empresariado dessa cadeia produtiva. Em conformidade com o estudo foram adotados os métodos etnológicos e etnográficos, contemplando uma abordagem quantitativa e qualitativa, especialmente qualitativa, com dados primários obtidos através de entrevistas estruturadas, semiestruturadas, observação e observação participante, resultantes do trabalho do campo. Complexidade organizacional, acentuada pressão emocional em consequências de fatores extrínsecos e intrínsecos à confecção, além de alto índice de absenteísmo foram reveladas nesta pesquisa, tais constatações encadeiam questões como falta de oportunidades na cadeia produtiva associada a uma crescente polaridade entre colaboradores e empregadores, nesse sentido, verifica-se nesse setor a ausência de uma

¹ Graduada em Curso Superior Tecnológico em Estilismo em Moda (2007) Faculdade Católica do Ceará - FCC; Especialista em Criação de Imagem e Styling em Moda (2009) pelo Centro Universitário Senac - SP; MBA em marketing(2013) pela Fundação Getúlio Vargas - FGV; Máster em Antropologia de Iberoamérica (2019) e Doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade de Salamanca - USAL.

² Graduado em Estilismo em Moda (2008) pela Universidade Federal do Ceará - UFC e Especialista em Gestão em *Design* de Moda (2015) pela Faculdade ATENEU Fortaleza.

³ Graduada em *Design* de Moda 2014 pela Faculdade ATENEU Fortaleza e Especialista em Gestão em *Design* de Moda 2016 pela Faculdade ATENEU de Fortaleza.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

cultura organizacional sólida capaz de favorecer uma produtividade sustentável para a indústria, bem como, para a promoção do desenvolvimento humano, alimentado ainda mais a sensação de escassez e desigualdade por parte das operárias, assim como a insatisfação por partes dos empregadores. Diante do exposto, este estudo visa promover um olhar reflexivo para os bastidores da cadeia produtiva, da mesma maneira que desvelar a dinâmica entre o fator humano e o ambiente industrial dos negócios de moda. Para contextualização teórica e análise da pesquisa foram utilizados os conceitos de cultura organizacional de Chiavenato (1998), Fleury (1996) e Handy (2003), assim como, discursos sobre as estruturas e o funcionamento da cadeia produtiva, expostos por Christo (2013) e Sabrá (1998).

Palavras-chave: Cultura organizacional; Confecção; Moda íntima.

ABSTRACT

This article aims to understand the importance of organizational culture for the manufacture of underwear in the state of Ceará. Initially it exposes data from the textile chain and the sector, extending to objective questions of design, definition of culture, in which it involves the concepts of organizational culture and interpersonal relations in order to understand the relationships between sewing operators and the businessmen of this productive chain. In accordance with the study, ethnological and ethnographic methods were adopted, contemplating a quantitative and qualitative approach, especially qualitative, with primary data obtained through structured, semi-structured interviews, observation and participant observation, resulting from fieldwork. Organizational complexity, accentuated emotional pressure in consequences of extrinsic and intrinsic factors to the confection, in addition to a high rate of absenteeism were revealed in this research, there is a lack of a solid organizational culture in this sector capable of favoring sustainable productivity for the industry, as well as for the promotion of human development, fueling even more the feeling of scarcity and inequality on the part of the workers, as well as the dissatisfaction on the part of employers. Given the above, this study aims to promote a reflective look at the backstage of the production chain, in the

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

same way as unveiling the dynamics between the human factor and the industrial environment of the fashion businesses. For the theoretical context and analysis of the research, the concepts of organizational culture by Chiavenato (1998), Fleury (1996) and Handy (2003) were used, as well as speeches about the structures and functioning of the production chain exposed by Christo (2013) and Sabrá (1998).

Key words: *Organizational culture; Clothing; Underwear.*