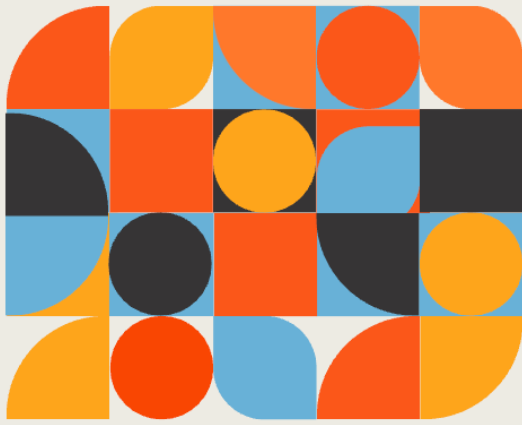




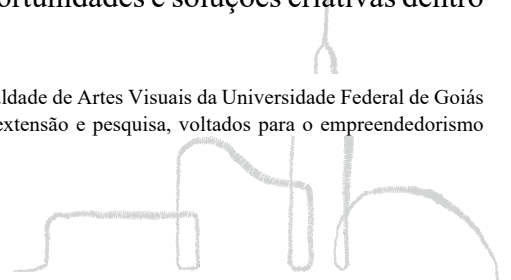
UFG FASHION BUSINESS: EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA E PENSAMENTO CRÍTICO

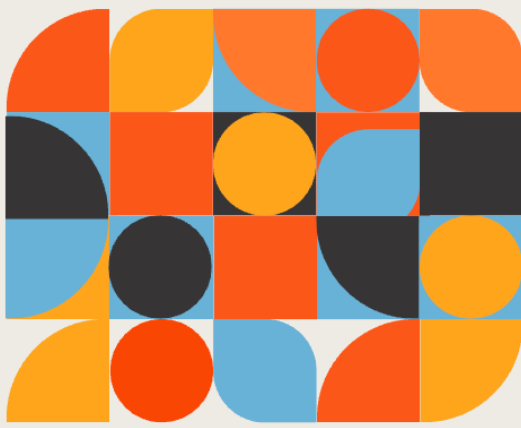
Lorena Pompei Abdala, Curso de Design de Moda, Faculdade de Artes Visuais, UFG, lorena.abdala@ufg.br¹

RESUMO

Este artigo se propõe a relatar a experiência de aplicação do projeto de extensão UFG Fashion Business, ao longo dos seus seis anos de existência, voltado para as turmas de último período do curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás. A proposta é uma análise de reflexão teórica sobre a ação, a qual partiu da premissa de que o mundo não precisa produzir mais de roupas. Neste sentido entra em questão uma dimensão ética, sobre como ensinar moda em tempos obscuros, para além de mera expressão estética. O que mais a moda poderia fazer pelas pessoas? Atuando como docente em curso de moda, foi um recurso encontrado para pensar e discutir sobre como futuros designers poderiam atuar como profissionais em um mercado de moda saturado. Neste sentido, a proposta, a título de exemplificação, é apresentar o relato de três projetos desenvolvidos pelos discentes do curso. Estes projetos foram orientados no intuito de desenvolver ideias de negócios de moda que proporcionassem maior imersão ao mercado profissional, estímulo ao empreendedorismo e inovação, Jarvis (2020) e Raworth (2017), indo em direção contrária da obsessão contemporânea pelo crescimento exponencial de negócios, especialmente aqueles ligados à criatividade, tecnologia, design, conteúdo ou consultoria, já que muitos funcionam melhor, de maneira mais sustentável, quando permanecem pequenos por escolha. O projeto tem como foco principal fomentar o protagonismo discente ao colocá-los como agentes ativos, considerando as dinâmicas de um negócio de moda: da criação às noções básicas da gestão. Contudo, é importante ressaltar que o entendimento de empreendedorismo é utilizado na perspectiva de buscar oportunidades e soluções criativas dentro

¹ Doutora e Mestre em Arte e Cultura Visual pelo Programa de Pós-graduação em Arte e Cultura Visual da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás (FAV-UFG), Professora Adjunta no Curso de Design de Moda da mesma instituição, Coordena projetos de extensão e pesquisa, voltados para o empreendedorismo criativo na moda.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

do cenário, por um viés crítico-reflexivo. A troca de expertises com os apoiadores externos do projeto é estratégica, sendo uma forma de experienciar como os campos de saberes se complementam dentro cadeia produtiva da moda. Sendo assim, o projeto é por natureza e essência colaborativo e interdisciplinar, visando uma maior interação com a comunidade, não somente a acadêmica. Considerando o termo inovação, é preciso ter mente as nuances que implicam no atual modelo econômico neoliberal, seguindo os pensamentos de Harvey (2008), Dardot & Laval (2016), Mazzucato (2019) e Berlim (2012), entendendo que as dimensões “autoral” ou “sustentável”, por exemplo, não deveriam ser usadas como diferencial de marketing, sem transformação real das condições de produção. Sendo assim, através da apresentação de três casos aplicados, este artigo convida a seguinte indagação: - Como pensar a inovação e os negócios de moda que não reproduzam precariedade, mas que estejam ligados à justiça social, economia solidária, ao atendimento aos corpos negligenciados e valorização do trabalho invisível?

Palavras-chave: empreendedorismo, moda, educação.

REFERÊNCIAS

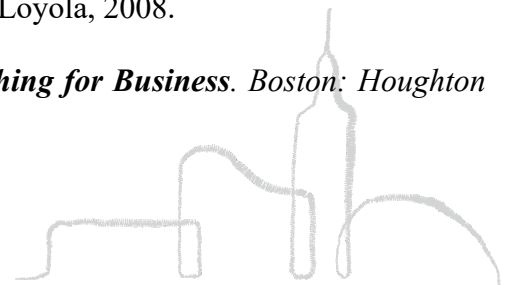
ANDERSON, Chris. **Makers: a nova revolução industrial**. Tradução de Fernando Santos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

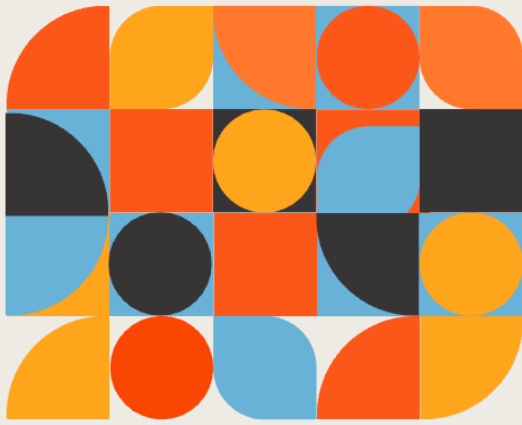
BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade: Uma Reflexão Necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.

HARVEY, David. **O neoliberalismo: história e implicações**. São Paulo: Loyola, 2008.

JARVIS, Paul. **Company of One: Why Staying Small is the Next Big Thing for Business**. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2019.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

MAZZUCATO, Mariana. **O Valor de Todas as Coisas: A Produção e a Apropriação na Economia Global.** Tradução de Paulo Geiger. 1. ed. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2019.

RAWORTH, Kate. **Economia Donut: Sete Maneiras de Pensar Como um Economista do Século XXI.** Tradução de Cássio de Arantes Leite. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2019.

THOMAS, Dana. ***Fashionopolis: The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes.*** New York: Penguin Press, 2019.

YUNUS, M. **Criando um Negócio Social.** Rio de Janeiro: Campos, 2010.

