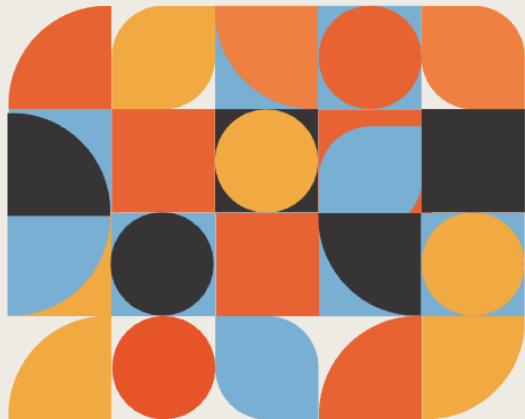




COMUNICAMODA: EXTENSÃO, PLANEJAMENTO E CRIATIVIDADE NA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA DO CURSO DE DESIGN-MODA DA UFC

ComunicaModa: Extension, Planning and Creativity in the Strategic Communication of the Fashion Design Course at UFC

Santos, Raissa Moraes; Universidade Federal do Ceará; raissamoraes@alu.ufc.br¹
Queiroz, Cyntia Tavares Marques de; PhD; Universidade Federal do Ceará; cyntiatavares@ufc.br²
Lavor, Maria Eduarda Figueiredo; Universidade Federal do Ceará; eduardaafigu@gmail.com³
Ribeiro, Sara Saraiva; Universidade Federal do Ceará; sararibeiro@alu.ufc.br⁴

Resumo: O projeto ComunicaModa é uma iniciativa de extensão universitária vinculada ao curso de Design-Moda da UFC, cuja missão é fortalecer a comunicação institucional do curso por meio da criação colaborativa de conteúdos visuais, textuais e audiovisuais. Este artigo apresenta os fundamentos teóricos e metodológicos do projeto, destacando sua estrutura setorial, os princípios de planejamento em comunicação e sua função pedagógica na formação prática de estudantes. A análise é fundamentada nos princípios da extensão universitária, do planejamento estratégico de comunicação e da educomunicação como campo integrador.

Palavras chave: Extensão universitária; Planejamento de comunicação; Educomunicação.

Abstract: ComunicaModa is an extension project developed by the Fashion Design course at UFC, aiming to strengthen the course's institutional communication through the collaborative production of visual, textual, and audiovisual content. This paper presents the theoretical and methodological foundations of the project, highlighting its sectoral structure, communication planning principles, and pedagogical role in the practical training of students. The analysis is based on the principles of university extension, strategic communication planning, and educommunication as an integrative field.

Keywords: University extension; Communication planning; Educommunication.

Introdução

O fortalecimento da comunicação institucional no ensino superior tem ganhado relevância diante das exigências contemporâneas por visibilidade, transparência e diálogo ativo entre universidade e sociedade. Em especial, cursos ligados à criatividade e à cultura, como o Design de Moda, demandam estratégias comunicacionais que integrem a dimensão informativa à expressão estética, traduzindo visualmente seus valores, práticas e identidades. Inserido nesse cenário, o projeto de extensão **ComunicaModa** emerge como uma proposta

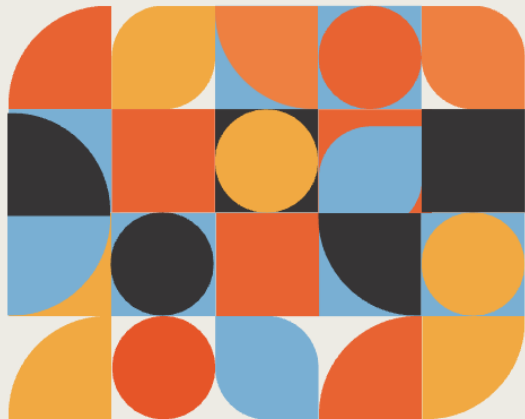
¹ Graduanda em Design-Moda pela UFC

² Professora e vice coordenadora do curso de Design-Moda da UFC

³ Graduanda em Design-Moda pela UFC

⁴ Graduanda em Design-Moda pela UFC





20º COLÓQUIO DE MODA

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

estratégica e inovadora no curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC), ao constituir um núcleo de comunicação visual, textual e audiovisual voltado para o fortalecimento da identidade institucional do curso e para o desenvolvimento prático e formativo dos estudantes envolvidos.

Coordenado pela professora Dra. Cyntia Tavares, o ComunicaModa organiza-se em setores colaborativos - Cotidiano, Projetos, Conteúdo, Tráfego e Atendimento - e atua com base em princípios como criatividade, colaboração, representatividade, comprometimento e pertencimento. Por meio da produção de conteúdos digitais autorais (como vídeos, textos, campanhas, coberturas de eventos e identidade visual), o projeto busca não apenas ampliar a presença digital do curso, mas também consolidar uma cultura comunicacional inclusiva, acessível e representativa das múltiplas vozes que compõem a comunidade acadêmica.

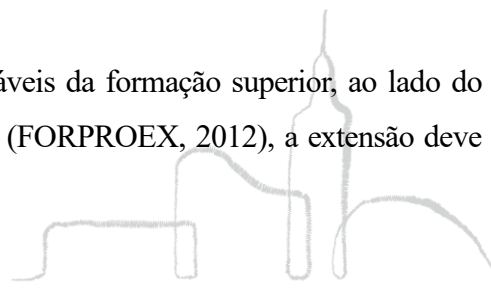
A atuação do ComunicaModa se alinha aos pressupostos da extensão universitária, compreendida como uma via de mão dupla entre universidade e sociedade, e também aos fundamentos da educomunicação, ao integrar práticas pedagógicas e comunicacionais em um processo formativo interdisciplinar e coletivo. Ao mesmo tempo, a organização interna do projeto reflete preceitos do planejamento estratégico em comunicação, demonstrando como o engajamento estudantil pode contribuir para ações institucionais relevantes, estruturadas e de impacto.

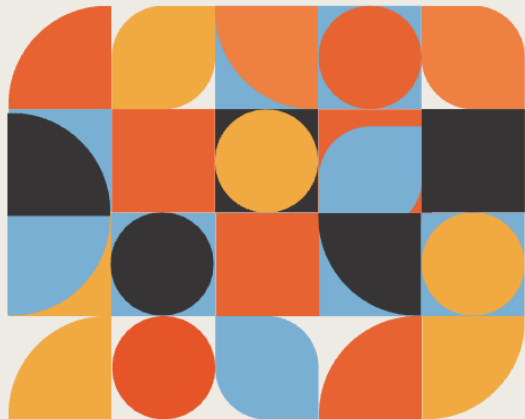
Neste artigo, propomos apresentar a experiência do ComunicaModa a partir de uma perspectiva analítico-reflexiva, destacando seus fundamentos teóricos e metodológicos, bem como suas contribuições pedagógicas, comunicacionais e institucionais. A relevância da análise reside tanto em seu caráter extensionista quanto no potencial do projeto em servir como referência para outras iniciativas de comunicação estratégica em cursos de graduação ligados às artes, design e moda.

Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa qualitativa de natureza descritiva e exploratória. Foram utilizadas fontes documentais (como relatórios, postagens e materiais institucionais), observação participante da autora enquanto integrante do projeto e a aplicação de marcos conceituais vinculados à extensão universitária, ao planejamento estratégico de comunicação e à educomunicação como campo integrador.

A Extensão Universitária como Espaço de Formação e Ação

A extensão universitária configura-se como um dos pilares indissociáveis da formação superior, ao lado do ensino e da pesquisa. Segundo a Política Nacional de Extensão Universitária (FORPROEX, 2012), a extensão deve





20^º COLÓQUIO DE MODA

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

promover a interação dialógica com a sociedade, valorizando o saber popular e contribuindo para a transformação social. Mais do que uma simples aplicação de conhecimentos acadêmicos, a extensão pressupõe troca, escuta e corresponsabilidade, funcionando como uma ponte entre o espaço universitário e os diversos territórios socioculturais.

Freire (2001) defende a extensão enquanto prática de comunicação autêntica, em que o conhecimento é construído coletivamente a partir do diálogo. Essa concepção coloca os sujeitos sociais como protagonistas do processo educativo, rompendo com a lógica verticalizada da transmissão de saberes. Nesse sentido, projetos extensionistas comprometidos com a formação crítica e cidadã têm o potencial de transformar a universidade em um espaço mais plural e conectado com os desafios reais da sociedade.

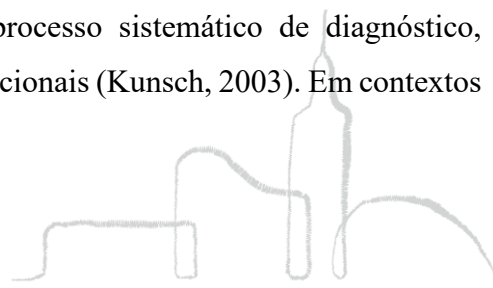
O projeto ComunicaModa insere-se nessa perspectiva ao construir uma comunicação institucional fundamentada em práticas colaborativas e dialógicas. Ao envolver estudantes na criação de conteúdos que valorizam a diversidade, a identidade cultural e o cotidiano acadêmico, o projeto articula saberes acadêmicos e experiências sociais, ampliando o alcance da universidade e fortalecendo o sentimento de pertencimento entre os membros da comunidade acadêmica.

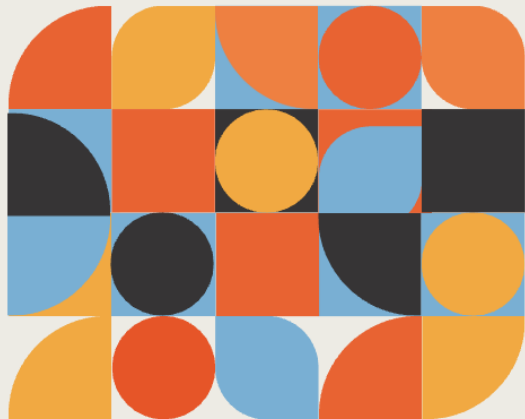
Além disso, a prática extensionista permite a vivência interdisciplinar e o desenvolvimento de competências que extrapolam a formação técnica, como a escuta ativa, o trabalho em equipe, a mediação cultural e a criatividade aplicada à resolução de problemas. Como apontam Demo (2000) e Pimenta e Anastasiou (2002), a extensão é também um campo privilegiado para a aprendizagem significativa, pois integra teoria e prática em situações reais, contribuindo para a formação de sujeitos autônomos, éticos e socialmente comprometidos.

Assim, o ComunicaModa se constitui como espaço formativo potente, ao mesmo tempo em que fortalece a comunicação institucional do curso e contribui para democratizar o acesso à informação, à cultura e à ciência. Sua atuação evidencia como a extensão universitária pode ser lugar de ação transformadora, produção de sentido e construção coletiva de conhecimento.

Planejamento de Comunicação: Estratégia e Organização

O planejamento de comunicação é compreendido como um processo sistemático de diagnóstico, definição de objetivos, públicos, estratégias e avaliação das ações comunicacionais (Kunsch, 2003). Em contextos





20º COLÓQUIO DE MODA

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

institucionais, especialmente no ambiente universitário, a comunicação planejada torna-se essencial para garantir coerência às mensagens, consistência visual e eficiência na circulação de informações.

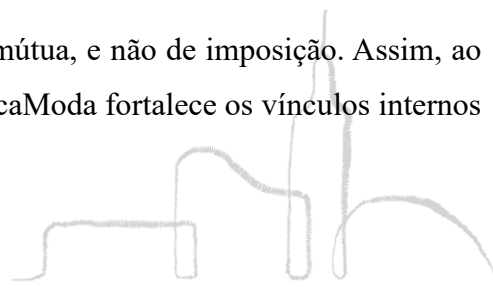
No ComunicaModa, o planejamento é operado por meio de uma estrutura organizacional que contempla três setores principais: **Cotidiano**, **Projetos** e **Conteúdo**. Essa divisão estratégica permite não apenas a distribuição equilibrada das tarefas, mas também a especialização das equipes de acordo com os tipos de demandas comunicacionais do curso de Design-Moda da UFC. Cada setor possui cronogramas próprios de postagens, ações específicas e uma rotina de criação que favorece a continuidade e a diversidade dos conteúdos produzidos.

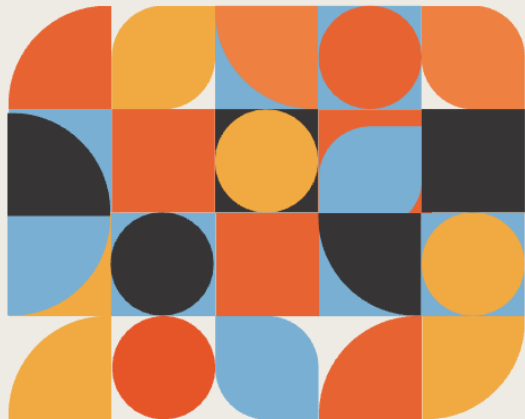
A equipe de **Cotidiano** é responsável por registrar e divulgar as atividades rotineiras do curso, como aulas, oficinas, exposições e demais vivências acadêmicas. Já o setor de **Projetos** concentra-se na divulgação de iniciativas vinculadas ao ensino, à pesquisa e à extensão, elaborando peças gráficas e campanhas digitais que promovem a visibilidade das ações institucionais. Por fim, a equipe de **Conteúdo** dedica-se à produção de materiais autorais que aprofundam temas relevantes do universo da moda, articulando formação acadêmica, mercado e cultura em linguagem acessível e estratégica.

Além dos três setores principais, o projeto conta com funções transversais, como **Atendimento** e **Tráfego**, que organizam o fluxo de demandas e garantem a efetivação das publicações nas redes. Essa lógica organizacional configura uma prática de comunicação integrada (Torres, 2016), em que diferentes frentes atuam de maneira articulada para construir uma presença digital coerente, informativa e criativa.

O processo de criação colaborativa é ainda orientado por metodologias participativas e por princípios da educomunicação, entendida como uma abordagem que promove a mediação crítica e criativa das tecnologias e linguagens da comunicação no contexto educacional (Cruz, 2011). Essa perspectiva, somada ao caráter extensionista do projeto, permite que o ComunicaModa funcione como um laboratório de formação prática, desenvolvendo competências técnicas e comunicacionais em situações reais, com acompanhamento docente e troca contínua entre os membros da equipe.

Como destaca Freire (2001), comunicar é um ato de implicação mútua, e não de imposição. Assim, ao promover uma comunicação institucional dialógica e planejada, o ComunicaModa fortalece os vínculos internos





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA 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 curso, amplia sua visibilidade externa e contribui para consolidar uma identidade institucional viva, plural e em constante construção.

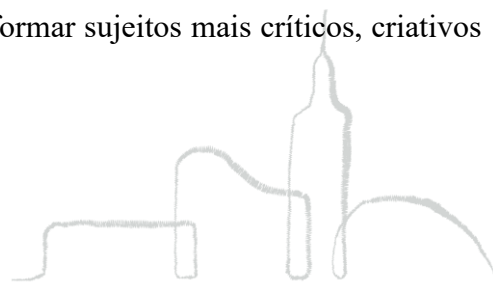
Educomunicação e Aprendizagem Ativa

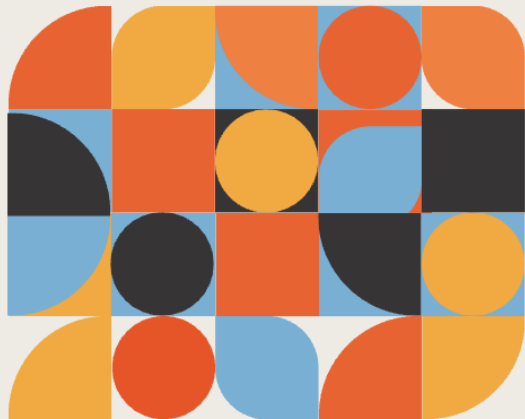
O conceito de educomunicação refere-se à interação entre os campos da educação e da comunicação, visando à formação crítica e autônoma de sujeitos comunicantes (Cruz, 2011). Trata-se de uma abordagem que reconhece os processos comunicacionais como espaços privilegiados de aprendizagem, mediação cultural e construção de sentido. Ao promover a apropriação das linguagens midiáticas de forma crítica e criativa, a educomunicação amplia o papel do estudante como agente ativo na produção e circulação de saberes.

No ComunicaModa, essa perspectiva se concretiza por meio da participação direta dos estudantes na comunicação institucional do curso. Envolvidos nas etapas de planejamento, criação, edição e publicação de conteúdos, os integrantes vivenciam processos formativos ancorados em situações reais e colaborativas. Essa dinâmica aproxima-se das metodologias ativas de aprendizagem, que valorizam a autonomia, a experimentação e a reflexão crítica na construção do conhecimento (Moran, 2015).

Ao mesmo tempo em que desenvolve competências técnicas, como design gráfico, redação estratégica, produção audiovisual e gestão de redes sociais, o projeto estimula habilidades socioemocionais essenciais à formação contemporânea, como escuta sensível, empatia, trabalho em equipe e responsabilidade compartilhada. Tais experiências contribuem para uma formação mais integral, conectada com os desafios do campo profissional e sensível às complexidades da comunicação no ambiente educacional.

Além disso, a divisão setorial do ComunicaModa, associada à autonomia criativa dos integrantes e ao acompanhamento formativo docente, permite uma experiência educacional de caráter interdisciplinar e dialógico, em que se aprende fazendo, refletindo e colaborando. Como destaca Freire (2001), é na prática consciente e crítica que a educação se transforma em ato de liberdade e não de reprodução. Assim, o ComunicaModa reafirma o potencial educativo dos processos comunicacionais e demonstra como a universidade pode incorporar a educomunicação como estratégia pedagógica capaz de formar sujeitos mais críticos, criativos e socialmente implicados.





20º COLÓQUIO DE MODA

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

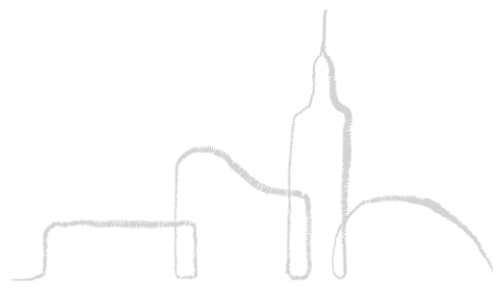
Resultados e Impactos

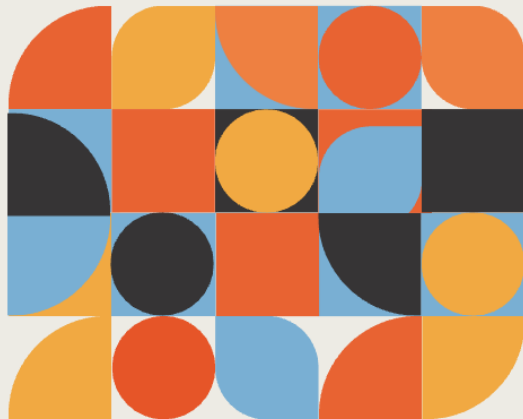
A consolidação do ComunicaModa como núcleo de comunicação institucional do curso de Design-Moda da UFC trouxe resultados expressivos tanto do ponto de vista da presença digital do curso quanto da formação dos(as) estudantes envolvidos(as). Desde sua implementação, o projeto transformou a maneira como o curso comunica suas ações, projetos e identidade visual, promovendo uma imagem mais consistente, atrativa e conectada com os públicos interno e externo.

A ampliação da presença digital se manifesta pela regularidade das postagens no perfil oficial do Instagram, pela variedade de formatos utilizados (cards, vídeos, séries temáticas, entrevistas, coberturas de eventos, entre outros) e pela adesão crescente da comunidade acadêmica ao conteúdo publicado. Esse processo de comunicação contínua e estratégica também fortaleceu o sentimento de pertencimento entre estudantes, professores e egressos, que passaram a reconhecer o ComunicaModa como canal legítimo de visibilidade e memória institucional.

Do ponto de vista pedagógico, o projeto tem contribuído significativamente para a formação prática e crítica dos discentes. A participação ativa nas equipes de Cotidiano, Projetos e Conteúdo oferece oportunidades reais de aplicação dos conhecimentos adquiridos ao longo da graduação em Design-Moda, especialmente nas áreas de design gráfico, produção audiovisual, curadoria de conteúdo, redação institucional, planejamento e organização de campanhas. Tais experiências são vivenciadas em um ambiente de colaboração, escuta e acompanhamento docente, fortalecendo competências técnicas e habilidades socioemocionais, como empatia, comunicação interpessoal, liderança e responsabilidade coletiva.

Entre os impactos mais visíveis da atuação do ComunicaModa está a criação da série “Por onde andam os nossos egressos” (figura 1), que resgata trajetórias de ex-alunos(as) e os reconecta à universidade por meio de narrativas inspiradoras e afetivas. A iniciativa reforça o papel da comunicação como instrumento de memória institucional e mobilização simbólica, ao mesmo tempo em que aproxima as diferentes gerações formadas pelo curso.





20^º COLÓQUIO DE MODA

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Figura 1. Postagem do ComunicaModa no Instagram da série “Por onde andam os nossos egressos”



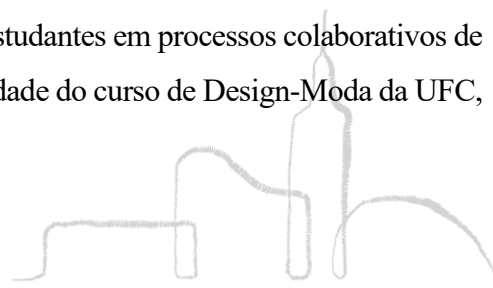
Fonte: <https://www.instagram.com/p/DKstOM8tpeW/>. Acesso em jun. 2025.

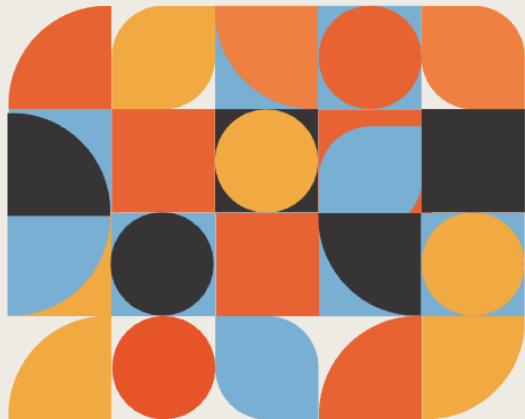
Outras frentes de impacto incluem a cobertura de eventos culturais e científicos em parceria com diferentes setores do curso, a criação de campanhas temáticas com foco em diversidade, sustentabilidade, inclusão e identidade regional, e o diálogo com demandas institucionais internas de maneira ágil, criativa e sensível.

Dessa forma, os resultados alcançados pelo ComunicaModa ultrapassam a função informativa da comunicação institucional, configurando-se como prática extensionista transformadora, comprometida com a formação integral dos(as) estudantes e com o fortalecimento das relações entre universidade, cultura e sociedade.

Considerações Finais

O projeto ComunicaModa representa uma experiência bem-sucedida de articulação entre extensão universitária, formação prática e comunicação institucional no ensino superior. Ao integrar estudantes em processos colaborativos de planejamento e produção de conteúdo, o núcleo promove não apenas a visibilidade do curso de Design-Moda da UFC, mas também a formação cidadã, crítica e profissional de seus participantes.





20º COLÓQUIO DE MODA

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

A estrutura setorial do projeto, associada a uma metodologia baseada na escuta, no diálogo e na aprendizagem ativa, demonstra como a comunicação pode ser pensada estrategicamente dentro do ambiente acadêmico. Mais do que um canal de divulgação, o ComunicaModa atua como espaço de experimentação, pertencimento e valorização das vivências acadêmicas e culturais.

Do ponto de vista pedagógico, a experiência reforça o papel da extensão como prática transformadora, capaz de ampliar os horizontes da formação superior para além da sala de aula. Projetos como o ComunicaModa evidenciam que a universidade pública pode investir em processos comunicacionais inclusivos, criativos e comprometidos com a construção coletiva do conhecimento e com o fortalecimento das relações entre universidade e sociedade.

Referências

CRUZ, Márcia. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação.** São Paulo: Paulinas, 2011.

DEMO, Pedro. **Educar pela pesquisa.** 10. ed. Campinas: Autores Associados, 2000.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 2001.

FORPROEX – FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR BRASILEIRAS. **Política Nacional de Extensão Universitária.** Brasília: FORPROEX, 2012.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

MORAN, José Manuel. **Metodologias ativas para uma educação inovadora.** Campinas: Papirus, 2015.

PIMENTA, Selma Garrido; ANASTASIOU, Léa das Graças Camargos. **Docência no ensino superior.** São Paulo: Cortez, 2002.

TORRES, Clotilde Helena Andrade. **Comunicação integrada: fundamentos e práticas.** São Paulo: Atlas, 2016.

