



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

MUDE: METODOLOGIA PARA PRODUÇÃO DE DESFILE DE MODA

Mude: Methodology for producing a fashion show

Santiago Freire, Renata; M.e; Universidade de Fortaleza, renatasantiago@unifor.br¹
Medeiros Camelo, Priscila; D.ra; Universidade de Fortaleza, priscilamedeiros@unifor.br²

Resumo: A produção de desfiles de moda no âmbito acadêmico exige uma abordagem metodológica que integre teoria e prática, preparando os estudantes para os desafios do mercado através de vivências ativas. O objetivo deste artigo é apresentar a metodologia aplicada na disciplina de Produção de Moda situada no 5º semestre dos cursos de moda da Unifor, destacando suas etapas, ferramentas e impactos no aprendizado dos alunos, exemplificando por meio de registros, processos de planejamento e relatos dos discentes as ações desenvolvidas na semana de moda intitulada MUDE.

Palavras chave: Produção de moda; ensino de moda; desfile acadêmico.

Abstract: The production of fashion shows in the academic environment requires a methodological approach that integrates theory and practice, preparing students for the challenges of the market through active experiences. The objective of this article is to present the methodology applied in the Fashion Production course in the fifth semester of Unifor's fashion courses, highlighting its stages, tools, and impacts on student learning, exemplified through records, planning processes, and student reports on the actions developed during the fashion week entitled MUDE.

Keywords: Fashion production; fashion teaching; academic fashion show.

¹ Psicanalista e designer. Pesquisadora e professora universitária do Curso de Design de Moda da Universidade de Fortaleza (Unifor). Mestra em Artes e graduada em Design de Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC). É diretora criativa do Modaparamim, empresa de criação de moda autoral e consultoria de imagem e estilo onde tece relações entre arte, moda e psicanálise.

² Formada em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará, especialista em Estratégia e Gestão Empresarial, mestre em Gestão de Negócios Turísticos e doutora em Ciências da Cultura. Além de ser professora e coordenadora da graduação na Universidade de Fortaleza (Unifor), membro do grupo de pesquisa CADAM (Unifor), participa do comitê gestor da Rede de Cidades Criativas do Design da Unesco e da Câmara Setorial da Moda.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

Introdução

A produção de desfiles de moda no âmbito acadêmico exige uma abordagem metodológica que integre teoria e prática, preparando os estudantes para os desafios do mercado. Após dez anos ensinando a disciplina Produção de Moda, área reconhecida pelo seu fazer dinâmico e prático, observou-se a carência de exemplos e sistematizações que detalham processos metodológicos eficazes na criação de imagens e desfiles de moda. O artigo busca preencher esta lacuna, apresentando uma proposta metodológica para planejamento e organização da semana de moda dos cursos de moda da Universidade de Fortaleza (Unifor) intitulada MUDE (sigla para Moda Unifor Design Experimental), que coloca o aluno como protagonista no desenvolvimento das ações, desde a criação do conceito até a execução do evento.

O objetivo é apresentar a metodologia aplicada na disciplina de Produção de Moda, destacando suas etapas, ferramentas e impactos no aprendizado dos alunos trazendo gráficos de planejamento e relatos dos discentes. Para isso, a pesquisa utiliza uma abordagem qualitativa e descritiva, baseada na experiência prática e reflexiva da disciplina Produção de Moda (72h/a), situada no 5º semestre dos cursos de moda da Universidade de Fortaleza (Unifor), que planeja e organiza a semana de moda semestralmente.

A metodologia adotada segue três fases: Pré-produção (definição conceitual do evento, pesquisa de tendências, referências e planejamento estratégico); Produção (divisão de alunos organizados em equipes por área de atuação, desenvolvimento da identidade visual, comunicação, escolha de *casting*, *styling*, trilha sonora, cenografia, giro, coreografia); Pós-produção (análise das ações, reunião final e autoavaliação do discente por meio de fichas de acompanhamento). A metodologia utilizada está embasada em autores como Joffily e Andrade (2011), McAssey e Buckley (2013) e Façanha e Mesquita (2018).

Almeja-se a partir desta reflexão da prática desenvolvida a sistematização de uma metodologia replicável para produção de desfiles acadêmicos; identificar os principais desafios e benefícios da abordagem ativa no ensino de moda; demonstrar a partir dos relatos da autoavaliação dos discentes o impacto do evento na formação profissional, evidenciando sua preparação para o mercado e, por fim, contribuir para a reflexão sobre metodologias ativas em cursos de moda, conforme o pensamento de Giansesi (2021). A metodologia proposta,



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

com etapas bem definidas, supervisões, reuniões e *feedback* contínuo, mostra-se eficaz no desenvolvimento de competências técnicas e criativas dos alunos, além de fortalecer seu perfil profissional.

Os resultados apontam que o MUDE consolida-se como um laboratório prático de aprendizagem, integrando teoria e vivência real na área da produção de moda. Os relatos dos discentes demonstram o papel do evento na: ampliação do repertório criativo e técnico para produção de desfiles; melhoria na capacidade de articulação com diferentes profissionais; geração de portfólio concreto e inserção no mercado. A metodologia ainda fomenta a valorização da cultura local, refletida nas temáticas das coleções apresentadas por meio da imagem de moda produzida. Os desafios incluem a coordenação de múltiplas equipes sob gerência de prazos, a inter-relação entre os discentes e demais profissionais do mercado envolvidos, assim como a adaptação a imprevistos logísticos. Como veremos ao longo do trabalho, a avaliação contínua reforça a aprendizagem significativa, com os alunos destacando a relevância da vivência em produção de moda para a sua formação profissional.

A área da produção de moda

A Produção de Moda é uma área de atuação em moda que se especializa a partir da década de 1970, como consequência do desenvolvimento do mercado varejista e do aumento dos eventos e desfiles de moda. O profissional pode trabalhar em várias áreas, tais como: produção de um desfile de moda, uma sessão de fotos profissional, um editorial de moda, entre outras. O produtor de moda pode atuar em diversos setores, desde o institucional até o cultural, podendo atuar ainda como *stylist*, figurinista, consultor de imagem e produtor de desfiles. Este profissional pode ser entendido como um criador de imagens, “combinando peças de roupas, sapatos e acessórios, sugerindo temas e narrativas para inserção dessas composições, o produtor cria histórias, personagens e gera laços subjetivos entre o público consumidor e as vestimentas” (JOFFILY e ANDRADE, 2011, p. 12).



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

Em um desfile de moda, o *stylist*, é o profissional encarregado de interpretar o trabalho do designer para então criar toda a atmosfera lúdica que o espetáculo do desfile carrega, por meio da elaboração de uma linguagem em forma de narrativa visual a partir da temática que será apresentada na passarela (JOFFILY e ANDRADE, 2011). Vale ressaltar que, para isso, é preciso combinar peças montando looks e traçar uma sequência em que serão desfilados, esta ação é denominada de giro ou *line-up* de um desfile.

Para McAssey e Buckley (2013), *styling* designa a criação/concepção de imagens que traduzam abrangente e subjetivamente um estilo de vida, um perfil de consumo ou ainda uma proposta estilística, seja ela de um designer, de uma marca, de uma revista ou ainda de um produto, tendo uma natureza prática e intuitiva com a função de “desafiar as percepções de moda e estilo para dar uma nova direção às roupas” (idem, p.13). Ou seja, a produção de moda por meio do *styling*, tem como objetivo administrar e traduzir criativamente o desejo das marcas em uma imagem final que amarra um conceito com códigos semióticos que serão interpretados pela sociedade. (FAÇANHA e MESQUITA, 2018).

O profissional de produção realiza a gerência e ligação entre todos os elementos e profissionais necessários para a realização de uma campanha publicitária, editorial ou desfile de moda lidando com uma ampla gama de conhecimentos e pessoas. É o produtor que estabelece, juntamente com o designer, fotógrafos, editores e demais profissionais a direção a ser seguida para concretização da imagem de moda idealizada em um desfile de moda, interpretando o conceito e transformando em elementos morfológicos a composição geral da imagem.

Desfile de moda

O desfile de moda consagrou-se, desde o início do século XX, como uma das principais estratégias para divulgar as coleções e o trabalho de estilistas. Mais do que uma simples apresentação, trata-se de uma performance complexa e de grande relevância no meio, envolvendo uma multiplicidade de profissionais para sua concretização (SABINO, 2007). O evento deve ter uma produção feita com minúcia e envolver outros profissionais além dos criadores, tais como “cabeleireiro, maquiador, stylist, DJ/sonoplasta, iluminador, relações públicas, manequins, passadeiras e assistentes de designer” (TREPTOW, 2003, p. 191).



**20th COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

Inicialmente, esses eventos tinham um caráter pragmático: concretizar a venda direta das criações de alta-costura para o cliente final. A apresentação das peças em modelos conferia movimento e forma às roupas, permitindo uma melhor apreciação de seu caimento e beleza. Com o advento do prêt-à-porter a partir dos anos 1950, os desfiles ampliaram seu escopo, passando a agregar um público maior e mais diversificado, incluindo compradores de lojas, imprensa especializada e celebridades (SABINO, 2007). Hoje, embora com uma duração média de apenas 15 minutos, o desfile mantém-se como um dos veículos de divulgação mais poderosos para uma marca, gerando enorme repercussão e mídia espontânea na internet, televisão e revistas.

No Brasil, a cultura dos desfiles, ainda que imitando as apresentações parisienses, foi introduzida pela Casa Canadá no ano de 1944, na cidade do Rio de Janeiro. Com o crescimento do número de profissionais no país, esses eventos multiplicaram-se rapidamente e na década de 1960 “coube à Rhodia inaugurar, definitivamente, a indústria de moda no Brasil” (JOFFILY e ANDRADE, 2011, p.19). Outro marco fundamental foi a implantação de um calendário de moda nacional por Paulo Borges em 1996, com o Morumbi Fashion Brasil. Em 2001, o evento foi rebatizado como São Paulo Fashion Week, consolidando-se como uma vitrine que cruza conceitos e referências da cultura brasileira, conferindo maior autonomia ao mercado nacional frente às influências estrangeiras.

A realização de um desfile pode ter diversos objetivos, como lançar uma coleção, promover uma marca ou estilista, divertir ou apresentar o talento de concluintes de cursos de moda. Independentemente do propósito, sua concretização exige um minucioso trabalho em equipe. Vilaseca (2011) categoriza as macrofunções necessárias para a organização e concretização do desfile: Comunicação, Organização e Montagem. A complexidade dessa produção é um sistema que requer colaboração harmônica entre todos os envolvidos. Joffily e Andrade (2011) apontam os recursos essenciais para a elaboração do espetáculo: ambientação, cenografia, *casting*, coreografia, edição de looks, trilha sonora, styling/beleza, camarim, recepção e captação de imagens. Assim sendo, o desfile conta a história da coleção por meio desses elementos simbólicos, construindo a narrativa do designer.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

Nesse contexto, a função do produtor de moda é imprescindível, agindo como um “elemento catalisador, que reúne e consegue retirar de cada profissional envolvido numa produção o que ele tem de melhor para oferecer” (JOFFILY e ANDRADE, 2011, p.12). Ele é o responsável por coordenar a equipe e garantir que o evento transcorra com tranquilidade, atuando como o líder de todo o processo. Diante de tantas demandas e tendo como tarefa principal assegurar o sucesso de um bom desfile, observa-se a necessidade de uma planilha de tarefas para controle de todas as funções e etapas por meio de um cronograma, assegurando fluidez e organização. Por fim, a organização de um desfile de moda exige extrema sistematização (VILASECA, 2011). É um trabalho complexo que demanda a atuação conjunta, harmônica e sincronizada de todos os profissionais, do pré ao pós-evento, para que o resultado final cumpra seu papel de divulgação da coleção e da marca/designer.

MUDE: Proposta metodológica para desfile de moda

O Moda Unifor Design Experimenta (MUDE) é um evento semestral, realizado pelos cursos de Moda da Unifor, que contempla uma programação com palestras, oficinas, feira autoral e, cuja culminância final, envolve a realização de um desfile de moda no shopping Iguatemi, na cidade de Fortaleza-CE. O evento recebe um público de aproximadamente 600 pessoas, envolvendo alunos e egressos do curso, docentes, familiares, pessoas interessadas em moda, mídia local e demais frequentadores do shopping. O evento é aberto ao público, gratuito e nasceu com o objetivo de proporcionar aos alunos a oportunidade de mostrarem sua criatividade, talento e as técnicas adquiridas ao longo da graduação, apresentando-os à imprensa local e ao mercado cearense de moda.

Ao todo, já foram produzidas 6 edições do evento. A primeira aconteceu em 2022.1 com o tema “Surreal”, a segunda edição em 2022.2 teve o tema “Arte Transforma”. Em 2023.1 trabalhamos a temática “Desencaixe”, já em 2023.2 recebemos o 18º Colóquio de Moda na Unifor e o conceito girou em torno de nossas raízes e essências. Em 2024.1 a edição se chamou “Conexões”, já em 2024.2 a temática trabalhada foi “Respiro”. Em 2025.1, foi a vez do Mude “Singular” e agora em 2025.2 o conceito trabalhado será “Legado”. Na Figura 1 apresentam-se imagens do Mude 2025.1. Vale ressaltar que os looks desfilados são fruto das criações realizadas pelos alunos das disciplinas de Laboratório de Prototipagem I (situada no 1o semestre - a inspiração foi o artista Cândido



20º COLÓQUIO DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

Portinari), Laboratório de Prototipagem II (alocada no 3o semestre - a inspiração foi ganhadores do prêmio Nobel) e Laboratório de Prototipagem III (5o semestre - a inspiração foi raízes e essência).

Figura 1: Looks desfilados no Mude 2025.1



Fonte: Fotografias de Ares Sores

É válido ressaltar que todo o processo de planejamento, desenvolvimento e produção do MUDE é realizado pela disciplina Produção de Moda, presente na matriz curricular dos cursos de Moda da Unifor, no 5º semestre, totalizando uma carga horária de 72h. O aluno, orientado pela professora da disciplina, assume o protagonismo, mediante a aplicabilidade de metodologia ativa de aprendizagem. Conforme Giansesi (2021) as metodologias ativas podem ser definidas como um conjunto de estratégias didáticas que tem como objetivo colocar o aluno no centro do processo de aprendizagem, estimulando sua autonomia e protagonismo no processo



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

de aprendizagem, ao mesmo tempo que o professor se torna um facilitador e um mediador desse processo. A disciplina é dividida em quatro unidades, sendo elas: *Produção de moda: conceito, histórico e áreas de atuação*; *Produção de moda para diferentes mídias: etapas e elaboração de catálogos, lookbooks, campanhas publicitárias e editoriais de moda*; *Planejamento e organização de eventos de moda*; *Styling e fotografia de moda*.

Já nas primeiras aulas da disciplina os alunos estudam em sala os conceitos de evento, tipologias e as etapas inerentes ao processo de planejamento, organização e produção de um desfile de moda. Contudo, para Giansi (2021) é preciso criar dinâmicas em sala e fora dela, para expor os estudantes a situações em que as habilidades sejam praticadas por meio de diferentes atividades, de forma que os alunos possam memorizar e vivenciar a aprendizagem de forma real. O autor ainda pontua que a prática é fundamental porque só levamos para a memória de longo prazo aquilo que efetivamente aprendemos. Assim, durante o semestre, os alunos debruçam-se sobre a teoria e prática, planejando, organizando e produzindo todo o evento.

Para facilitar o processo e respeitando as particularidades e habilidades de cada um, os discentes são divididos em grupos de atuação sendo estes: arte e identidade visual, mídias, beleza, apoio oficinas, apoio exposições, receptivo, *casting*, *backstage* de desfile, cerimonial, sonoplastia, coreografia e equipe de *styling*. Essas equipes são supervisionadas semanalmente pela professora juntamente com o apoio da coordenadora do curso e equipe de técnicas que analisam o planejamento e o *briefing* do evento, revisando diariamente o formulário de controle e o cronograma estipulado das atividades. Para Giacaglia (2008) o formulário de controle é um instrumento que auxilia no acompanhamento, gestão e implementação do evento, verificando se tudo o que foi planejado está saindo a contento, nos prazos definidos e conforme acordado com os participantes. Na figura 2 encontramos registros do *briefing* realizado para o Mude 2025.1 assim como a descrição do cronograma final que conta com as informações de toda a programação com seus respectivos horários, locais e também os membros da equipe de produção responsáveis por cada atividade.



20º COLÓQUIO DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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 2: Briefing e cronograma geral do evento.

MUDE 2025.1



Briefing

Tema: MUDE SINGULAR

Conceito:

Date: 28, 29 e 30/4

BRAINSTORMING:

- Autoconhecimento - mergulho no eu - se permitir ser humano - real x ilusão
- Como a moda pode ser política - liberdade - expressão pessoal - respeito às minorias e diferenças - contra a opressão - corpos, credos e crenças diferentes
- quem sou eu? encontrar a sua voz como artista
- estilo pessoal - como traduzir a essência nas "coisas que eu faço"
- tensão da moda: entre o conceitual/arte e o comercial/tendências/publicidade
- como externalizar nossas singularidades em nossos trabalhos de moda sem nos perdermos no excesso e na pressão pelas trends e viralizações
- Raízes e essência - autoralidade - natureza/sustentabilidade - manual

Representações artísticas de design: Lívia Fomente e Nelson Rodrigues (plano)

Alma interior: "Como criar uma imagem de moda singular em uma era de excessos?"

Convidados:

Nicole Gordon (designer)

Natário Nogueira (make)

David Ozeas (stylist)

Renato Cassaro (styling)

Marcos Mota (art)

Carla Mello (produtor e influenciadora)

Bruno City (designer)

Professora moderadora: Renata Santiago

"TODOS OS PROFESSORES DEVEM COMPARECER AO EVENTO"

20/04/2025 (terça-feira)

Oficinas:

HORARIO 8h AS 10h:

- Moda e sustentabilidade: revestir Bora (coordenadora: Nicole Gordon) - Sala N20 @Lum Foto e Mito
- Criação de Moda e Mercado: como vender o criativo (coordenadora: Andreza Nogueira Oliveira) - Sala T204 @Lum Cinema
- Conversação de moda: os bastidores da produção de conteúdo (coordenadora: TIGI / The Content Co.) - Maria Helena e Violette - Sala N20 @Lum Cine
- Produção de eventos de moda (coordenadora: Prôta Nascimento) - Sala 011 @Lum Cine

HORARIO 10h AS 12h:

- Empreendedorismo: Da ideia ao negócio (coordenadora: Renata Tiqueto) - Sala N20 @Lum Cinema
- Gestão de uma marca autoral de moda (coordenadora: Sara Leticia - Veneza) - Sala N20 @Lum Foto e Mito
- Videomaker mobile e a sua relevância no mercado (coordenadora: Daniela Nakamoto) - Sala Estado de SP - T2 @Lum Cine
- Oficina de Modelagem: Recortes de Leno para Vestido de Noiva (coordenadora: Gisele Cabral e Fernanda Moreira) - Sala 011 @Lum Cinema, Mito e Cine

20/04/2025 (quarta-feira)

DESAFIO:

19h:

Local: Espaço 1 - Praça do Artista

"TODOS OS PROFESSORES DEVEM COMPARECER AO EVENTO"

Fonte: Acervo das autoras

É válido ressaltar que, após realização do evento, os alunos envolvidos são agraciados com um certificado de 30h que pode ser utilizado como atividade complementar e no currículo profissional, assegurando que este discente, ainda na graduação, vivenciou ativamente a produção de um desfile de moda. Ao final, os alunos recebem ainda um *feedback* individual e por equipe de trabalho, destacando os pontos fortes e as possíveis melhorias de suas atuações ao longo de todo o período. Para Giancesi (2021) o *feedback* é fundamental no processo de aprendizagem, pois fornece informações sobre o estado atual de conhecimento e desempenho do aluno, o que pode orientá-lo no trabalho em direção aos seus objetivos de aprendizagem. No próximo tópico serão listadas as etapas da produção de moda da semana de moda MUDE realizada em 2025.1 com as suas respectivas ações, programações e atividades.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

Etapas da produção de moda

A cada edição, a disciplina de Produção de Moda desafia seus alunos a explorarem conceitos que explorem a criação e a autenticidade no universo da moda. Na edição de 2025.1, o tema foi “Singular”, um convite para celebrar aquilo que nos torna únicos. Discutiu-se que ser “Singular” é escapar de um padrão homogêneo de representação. É reconhecer a individualidade como potência criativa, valorizando a essência que diferencia cada um de nós, em rede.

Pré-produção: Iniciamos as aulas da disciplina refletindo em conjunto sobre o contexto socioeconômico e cultural a fim de pensar que assuntos são importantes para serem abordados, quais oficinas e palestras são interessantes de serem realizadas. Nestes primeiros encontros costumamos modificar o formato das cadeiras para que possamos sentar em roda facilitando uma comunicação mais horizontal e próxima. São realizadas pesquisas de referências, analisadas as macrotendências assim como as edições passadas do evento a fim de recolher o que pode ser melhorado e evidenciado. São utilizadas as ferramentas de *briefing*, *brainstorming* e mapa mental. Após a definição do conceito do evento, ocorre a definição da identidade visual, as artes de divulgação e o plano de mídias/comunicação. Iniciamos o processo de desenvolvimento da programação oficial e logo em seguida, a equipe inicia o processo de confirmação dos convidados. Logo em seguida, todas as demais funções de trabalho são definidas, seguindo o interesse e disponibilidade dos discentes. Na Figura 3 podemos ver o mapa mental realizado em conjunto para a edição 2025.1 assim como a identidade visual desenvolvida para divulgação do desfile que aconteceu no dia 30 de abril de 2025.



20º COLÓQUIO DE MODA

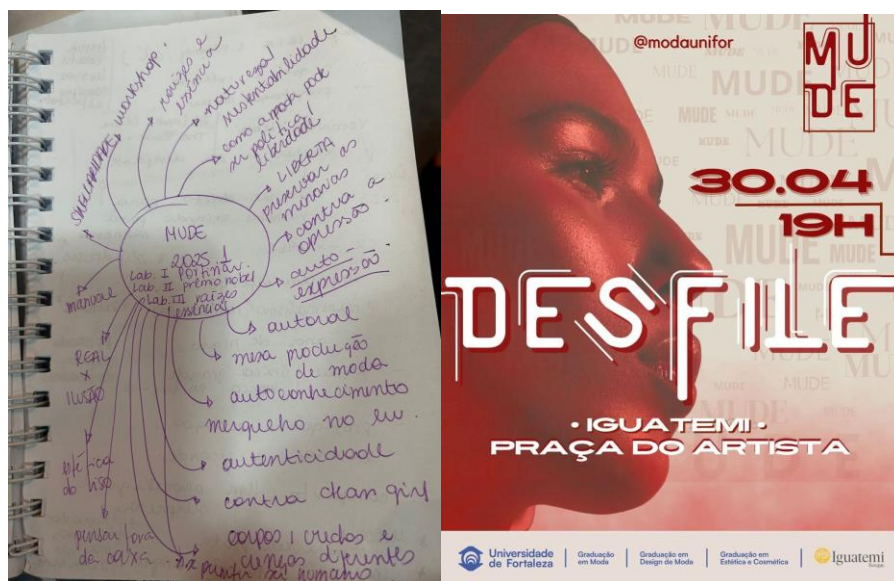
17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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 3: Conceito e Identidade Visual do Mude 2025.1



Fonte: Acervo das autoras

Produção: As ações, discussões, oficinas e desfiles tiveram o objetivo de propor uma imersão na singularidade de cada participante, destacando produções que transcendem padrões e narram histórias, memórias e estéticas autênticas, carregadas de cultura, arte e expressão. A missão foi afirmar aquilo que nos torna únicos, especiais, singulares. Ao todo foram três dias de evento, contando com palestra/mesa redonda, oficinas e desfile de moda realizado no shopping Iguatemi. Ocorreu a definição do giro do desfile/*line-up*, do *casting* (escolha das modelos) e da trilha sonora. Foram realizadas as provas de roupa e os testes de passarela (coreografia) e os ajustes na cenografia (telão, cadeiras, som). Na figura 4 podemos ver a escolha de *casting* realizada em sala de aula, a ficha de acompanhamento do giro de cada desfile e os testes de passarela realizados uma semana antes do evento, assim como um registro da passarela e do público do evento realizado. O primeiro dia do evento contou com apresentações artísticas de dança e uma mesa redonda com dez profissionais referências no mercado que discutiram a seguinte temática: “*como criar uma imagem de moda singular numa era de excessos?*”. No segundo dia de evento realizamos dez oficinas e uma feira de moda autoral com a presença de 13 marcas de alunos e



20º COLÓQUIO DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

professores do curso. Encerraremos a semana de moda com um desfile de moda composto por 48 looks no Shopping Iguatemi.

Figura 4: Escolha de casting, definição de giro e o dia do evento.



Fonte: Acervo das autoras

Pós-produção: Ao final do processo, os alunos respondem a uma ficha de auto avaliação onde precisam listar as funções realizadas na pré-produção e em cada dia do evento. Há também um espaço para registro dos aprendizados vivenciados, das emoções sentidas e dos desafios superados. Os alunos também são orientados a listarem sugestões, melhorias e pontos de destaque do evento. Vale ressaltar que os discentes também precisam se auto avaliar, atribuindo nota de 1 a 5 para a sua participação na construção do desfile. No tópico a seguir serão descritos alguns depoimentos a fim de analisarmos os resultados das experiências vivenciadas.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

Ficha de autoavaliação: análise dos resultados e experiências

A ficha de autoavaliação é entregue para o aluno na aula seguinte à finalização do evento. Ela é composta por três questionamentos: *Quais as funções realizadas por você em cada etapa da pré-produção e da produção? Quais foram os maiores desafios? Qual nota você atribui para o seu desempenho?* Como podemos depurar nos depoimentos abaixo, o aprendizado do evento proporciona ao discente uma vivência única de superação e união:

A minha experiência trabalhando nesse evento foi emocionante. Algo novo que nunca tinha imaginado trabalhar antes. Gostei muito! O aprendizado que tive foi que eu posso fazer as coisas, apesar das minhas dificuldades. Estou feliz por não ter ultrapassado os meus limites e por respeitar as opiniões alheias. Sou muito grata de ter passado por tudo isso com a professora, que eu admiro desde o início do curso, sendo paciente e acolhedora nos momentos difíceis (L.F.)

Eu estava com medo de adquirir responsabilidades e lidar com problemas para solucioná-los porque não me achava capaz. Mas descobri e fiquei muito feliz de que sou capaz. Mesmo com medo eu dei o meu melhor para superar as adversidades. Eu acho que tudo fluiu bem porque além de nos comunicarmos nos ajudamos, sempre se unindo e estendendo a mão. (M.C.)

Foi uma experiência única, tanto pessoal quanto profissionalmente. As vezes me senti ignorada em algumas falas e decisões em grupo, mas depois foi tranquilo e resolvido. Percebi que isso é comum na organização de eventos. Senti muita união da turma, onde todos se ajudaram, vou sentir muita falta. Tivemos uma ótima orientadora, atenciosa e amiga. Vou levar a experiência para a vida toda. (L.L.)

Com a experiência aprendi a respeitar meus valores, ser firme, levar momentos de tensão com leveza, valorizar o trabalho da equipe, ser paciente, ter limites. Fiquei orgulhosa e realizada com o sucesso do evento. (C.B.)

Aprendi a lidar com meus problemas independente do trabalho, aprendi exatamente isso: que mesmo passando por momentos difíceis temos que fazer o que tem que ser feito. Aprendi a ser mais educada mesmo tendo respostas ruins das outras pessoas, aprendi a lidar com pessoas. (E.G.)

Por fim, o MUDE exerce um papel marcante na trajetória do discente, contribuindo para o seu crescimento profissional e relacionamento durante o curso. Mesmo com todas as decisões sendo votadas em grupo, percebe-se que um dos desafios que os discentes precisam lidar é com a frustração de não exercerem algumas funções ou até de as suas sugestões não serem acatadas pela maioria. Constata-se também que o perfil profissional do produtor de moda envolve, principalmente: o uso da criatividade e de repertório cultural, organização e gestão de prazos, equilíbrio emocional, boa comunicação com a equipe, proatividade e capacidade de solucionar problemas lidando com imprevistos e questões de ordem emocional e relacional.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

Considerações Finais

A análise da experiência de ensino da disciplina Produção de Moda comprova que esta área profissional é responsável por traduzir ideias e conceitos em narrativas visuais, conectando marcas e produtos aos consumidores por meio da criação de imagens em mídias diversas. O Produtor de Moda, portanto, é o profissional responsável pela seleção e coordenação dos produtos, objetos e dos profissionais envolvidos na realização de editoriais, campanhas, figurinos e, como especificado neste artigo, desfiles de moda.

Entre as muitas características necessárias, observamos que as suas competências demandam conhecer e articular: as tendências de moda, as técnicas de apresentação de produtos e os profissionais competentes para cada tipo de trabalho. Além disso, precisa saber adequar o trabalho ao estilo próprio de cada marca, assim como ter capacidade de organização, bom relacionamento em equipe e de solução de problemas.

No desfile de moda, o profissional planeja, coordena funções de uma equipe e deve trabalhar em sincronia para a preparação e a coordenação de todos os detalhes. O objetivo geral do artigo foi apresentar a proposta metodológica para a produção da semana de moda dos cursos de Moda da Universidade de Fortaleza por meio da descrição do processo metodológico adotado na disciplina de Produção de Moda, detalhando as etapas e ferramentas utilizadas. Analisar os resultados obtidos durante os dez anos de aplicação da metodologia foi fundamental para identificar os desafios vivenciados pelos alunos, técnicas e professoras. Por meio da ficha de autoavaliação discente foi possível investigar a receptividade dos alunos a essa abordagem metodológica e como ela influencia no processo criativo e técnico assim como no desenvolvimento de suas formações sociais, culturais, emocionais e cognitivas. Ficou claro que o MUDE é mais do que um evento de moda, é um espaço de expressão, experimentação e construção de identidade pessoal e profissional para os participantes.

A pesquisa almejou compartilhar as práticas adotadas e os resultados alcançados, contribuindo para a reflexão, aprimoramento do ensino de moda e o desenvolvimento de novas abordagens no processo de produção de desfile de moda, ocasionando assim um aumento do repertório conceitual sobre o pensar e fazer produção de moda. Área que une, ao mesmo tempo, arte, gestão estratégica, ética e estética no processo de criar imagens.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

Referências

- FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Cristiane (org.). **Styling e criação de imagem de moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018.
- GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- GIANESI, Irineu Gustavo Nogueira. **Formação de professores no desenho de disciplinas e cursos: foco na garantia da aprendizagem**. São Paulo: Atlas, 2021.
- JOFFILY, Ruth; ANDRADE, Maria de. **Produção de moda**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2011.
- MCASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare. **Styling de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2013.
- SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**. Rio de Janeiro - RJ: Elsevier, 2007.
- TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. Brusque: D. Treptow, 2003.
- VILASECA, Estel. **Como fazer um desfile de moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011