

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

MODA EM REDE: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO VIRTUAL ENTRE UMA ESCOLA DE MODA E A SOCIEDADE

Freire, Aline Gabriel; MSc.; Instituto Federal do Rio Grande do Norte,
aline.freire@ifrn.edu.br¹

Souza, Livia Juliana Silva Solino de; MSc.; Instituto Federal do Rio Grande do Norte,
livia.solino@ifrn.edu.br²

RESUMO

O sistema da moda está totalmente interligado com a sociedade e entender moda não apenas como vestuário, mas atribuir o conceito em um contexto social, econômico, político e cultural é imprescindível, uma vez que esse sistema tem uma participação relevante no PIB, comércio, empregabilidade, parques industriais, entre outros. A moda pode ser vista através de diversas perspectivas e a sua compreensão alcançada por meio da disseminação do conhecimento e da informação (BAGGIO, 2018; CHEIRAM, SANTOS, CARLESSO, 2019). Assim como o estudo e produção de moda, o ensino e aprendizagem também deve refletir o comportamento humano. Se a sociedade vive a revolução digital, a disseminação dos conhecimentos, comunicação e práticas pedagógicas devem estar em conformidade com esses novos paradigmas. A aproximação dos alunos e da sociedade aos meios digitais faz com que a utilização das tecnologias da informação e comunicação (TICs) dentro do processo formativo seja inevitável. Estudos mostram que o uso de TICs no desenvolvimento acadêmico colaboram com uma série de habilidades e fatores cognitivos, dentre eles o estímulo a atenção e a disciplina (HOLANDA, 2020). Nesse contexto, o objetivo deste trabalho é relatar as experiências do uso de interfaces digitais para promover a aproximação e interação entre a sociedade, alunos e servidores do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN) *campus* Caicó, como também, a disseminação

¹ Engenheira Têxtil pela UFRN, Mestre em Engenharia Têxtil pelo Programa de Pós Graduação em Engenharia Têxtil da UFRN, estilista pelo SENAI/RN, professora na área têxtil no SENAI/RN e professora substituta nos cursos técnicos em Têxtil e Vestuário e CST em Design de Moda no IFRN campus Caicó.

² Professora e Coordenadora do CST em Design de Moda do IFRN Campus Caicó. Formada em Design de Moda pela UFC e Mestre em Engenharia de Produção pela UFRN, atua nas áreas de Slow Fashion, Inovação em Processos e Produtos de Moda, Psicologia das Cores. Além de participar ativamente da extensão universitária, promovendo a economia circular.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

de conteúdos acadêmicos da área de Moda. Para tal, foram criados perfis para o referido curso no *Instagram* ([@moda.ifrn](#)) e no *Youtube* ([Moda IFRN](#)), como também o website no portal da instituição. O projeto iniciou no mês de fevereiro de 2020 e foi potencializado com a abrupta migração da escola para o ambiente virtual devido ao distanciamento social causado pela pandemia do novo Corona vírus. Assim, foram formuladas metodologias de ensino-aprendizagem e de comunicação por meio do *Instagram*, *Youtube* e *Google Meet*. As ações foram e estão sendo realizadas de forma ativa, colaborativa e interdisciplinar com os professores e alunos do curso produzindo, de forma conjunta, materiais didáticos digitais, vídeos informativos, tutoriais, videoaulas, *lives*, *quizzes*, palestras e mesas redondas *on-line*, entre outros. As conexões virtuais permitiram interações de alta escalabilidade, fator fundamental pois existem poucas faculdades que oferecem esse curso no estado, e o IFRN *Campus Caicó* é o único que oferta de forma gratuita em todo o estado e regiões próximas. Permitiu também a comunicação interativa e colaborativa entre alunos, docentes e sociedade, enfraquecendo a cultura da moda inalcançável e desvigorando a irreabilidade de estudar moda por meio de mídias sociais e em uma instituição federal. Além disso, a comunicação virtual eficiente, empática e ativa faz com que os alunos se sintam próximos a escola e continuem motivados a estudar em meio ao cenário de insegurança que se apresenta. A eficiência das ações é medida por meio dos dados quantitativos referentes ao aumento do número de seguidores, visitas ao perfil e de impressões (quantidade de vezes que as postagens foram entregues aos usuários do *Instagram*), além das visualizações e curtidas nos vídeos no *Youtube*, e a audiência síncrona nas palestras via *Google Meet*. Além desses indicadores, dados qualitativos deixados pelos alunos e comunidade através dos comentários e mensagens diretas relatam a contribuição positiva e a aproximação eficiente e didática da academia com a sociedade.

Palavras-chave: Tecnologia da Informação, Mídias Sociais, Ensino de moda.