



## COMISSÃO DE CONCURSOS DO CURSO DE DESIGN-MODA DA UFC: INSTÂNCIA DE APOIO À COORDENAÇÃO

### *COMPETITION COMMITTEE OF THE UFC FASHION DESIGN COURSE: COORDINATION SUPPORT BODY*

Castro, Marta Sorelia Felix de; Dra.; Universidade Federal do Ceará, [martasorelia@ufc.br](mailto:martasorelia@ufc.br)<sup>1</sup>  
Bezerra, Germana Maria Fontenelle; Dra.; Universidade Federal do Ceará, [germoda@ufc.br](mailto:germoda@ufc.br)<sup>2</sup>  
Matos, Joelma Damasceno de; Esp.; Universidade Federal do Ceará, [joelmamatos@ufc.br](mailto:joelmamatos@ufc.br)<sup>3</sup>

**Resumo:** O presente estudo organizado em formato de relato de experiência destaca a importância das atividades de gestão do curso de moda e da criação de uma comissão interdisciplinar que objetiva orientar e selecionar trabalhos de estudantes para participação em concursos de moda. Os resultados das experiências nos fizeram perceber a importância da existência dessa equipe multidisciplinar como instância de apoio à coordenação.

**Palavras-chave:** concursos; apoio; coordenação

**Abstract:** The present study, organized in an experience report format, highlights the importance of management activities in the fashion course and the creation of an interdisciplinary commission that guides and selects student work for participation in fashion contests. The results of the experiences made us realize the importance of the existence of this multidisciplinary team as an instance of support for coordination.

Keywords: competitions; support; coordination.

<sup>1</sup> Doutorado em Psicologia PPG-Psi UNIFOR (2021). Professora Adjunta da UFC no curso de Design de Moda – ICA, com experiência na área Desenvolvimento de produto e figurino, Artes e Psicologia da criatividade.

<sup>2</sup> Doutorado em Design de Moda pela Universidade do Minho, Portugal (2019). Professora Assistente da Universidade Federal do Ceará, Brasil.

<sup>3</sup> Especialista em Moda e Marketing pela Faculdade Católica do Ceará-Marista (2009). Graduada em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará-UFC (2004). Professora do curso de Design-Moda (UFC). Coordenadora do projeto de Extensão, Cultura e Arte Bolsa Arte Moda. Possui experiência profissional e de ensino nas áreas de artes visuais, moda e design de produto.

## Introdução

O presente estudo de natureza qualitativa tem foco no exercício da Gestão em educação e utiliza do formato do relato de experiências para aprofundar reflexões acerca das atividades acadêmicas em design-moda, bem como reflete aspectos do tangenciamento destas atividades com diversas áreas do conhecimento.

As coordenações de cursos de graduação em Design de Moda desempenham um papel crucial na formação de profissionais capacitados para atuar no mercado da moda. Contudo, para garantir o pleno funcionamento dessas coordenações e promover um ensino de qualidade, pautado nos resultados dos mais diversos instrumentos de avaliação do processo de ensino-aprendizagem, é fundamental o estabelecimento de instâncias de apoio paralelas para atuar em demandas específicas, com uma profundidade maior do que a coordenação poderia imprimir, em virtude das outras atividades que assume, isso porque se trata de uma área de formação complexa e abrangente, com atividades que vão desde a organização curricular e o planejamento de disciplinas até a gestão de estágios e projetos de pesquisa.

Desta maneira, essas instâncias de apoio têm em comum o objetivo de fortalecer a coordenação e contribuir para o desenvolvimento do curso, sendo um dos principais benefícios a possibilidade de compartilhar a carga administrativa entre professores de diferentes Unidades Curriculares – UC. Portanto, ter uma equipe de apoio especializada permite que essas tarefas sejam distribuídas de forma mais eficiente, liberando tempo e recursos para que o coordenador possa se concentrar no aprimoramento do conteúdo acadêmico.

A partir desta premissa, a coordenação do curso de Design-Moda da UFC instituiu, no início do ano de 2023, uma Comissão de Apoio aos concursos internos e externos, com três docentes com conhecimento especializado em áreas como gestão do projeto, linguagem visual, modelagem, montagem e produção têxtil. Pensar uma coleção para um concurso criativo na área de moda, é pensar um produto inovador, e isso requer uma metodologia que estimule a criatividade, a pesquisa e a conexão com referências relevantes, tais como Treptow (2003), Sorger e Udale (2009) e Jones (2005).

De modo que o presente trabalho se desvela através do relato de experiência de implantação desta comissão, bem como dos aprendizados proporcionados aos docentes e

discentes envolvidos nas atividades relacionadas aos concursos de moda. A narrativa em formato de relato de experiência é caracterizada por uma experiência vivida e, sequencialmente relatada, acerca de diferentes temáticas e campos de estudo, ganhando reconhecimento de importância na discussão da ciência. Sua produção tem o intuito de difundir o conhecimento e seu progresso, sendo o texto/redação a ferramenta essencial para que ele possa ser construído. Mussi, Flores e Almeida (2021).

Neste estudo, apresentamos a metodologia de trabalho utilizados pela comissão na orientação de concursos que ocorreram no semestre 2023.1, dentre estes de destacaram: Santana Textiles / Inova Denim 3; Pierre Cardin; Dragão Fashion Brasil e Moda Inclusiva. Dos quatro concursos mencionados, foram detalhadas as metodologias de orientação dos concursos que apresentaram maior adesão de inscritos por considerarmos maior amostra e representatividade dos mesmos. Neste caso, foram escolhidas as orientações dos concursos Dragão Fashion Brasil e Pierre Cardin para compor este relato de experiências na educação em design de moda.

Os resultados das experiências nos fizeram perceber a importância da existência dessa equipe multidisciplinar como instância de apoio à coordenação, além de possibilitar que aprimoremos nossa metodologia de trabalho, junto aos alunos, em concursos futuros. Partimos do pressuposto que, há competências específicas de uma coordenação de moda e essas instâncias certamente favorecem a gestão acadêmica.

### **Metodologia projetual aplicada à geração de produtos de moda**

O processo de desenvolvimento de produtos em moda pode ser interpretado como um processo complexo, visto que demanda amplo conhecimento que abrange desde as referências artísticas e históricas da moda até conhecimentos técnicos na área de confecção do vestuário. O presente estudo refere-se ao compartilhamento de didáticas que dizem respeito a orientação de projetos a serem executados por estudantes em processo de formação em Design de Moda.

Neste sentido, faz-se necessário elucidar aspectos do processo criativo de moda, bem como os significados implícitos nesta expressão. Assim, quando nos referimos ao processo criativo em moda, falamos de um percurso, de uma ação contínua para se atingir um objetivo,

que neste trabalho intitulamos como desenvolvimento de coleção de moda. Para Renfrew (2010), ‘uma coleção é um conjunto de roupas, acessórios ou produtos, concebido e fabricado’, nas experiências mencionadas neste estudo entendemos essa confecção não com viés comercial, mas como elaboração de um conceito, geração de uma nova estética ou mesmo em busca de sentido por meio de transmissão de narrativas.

Nas últimas décadas surgiram vários métodos para estimular a criatividade, prometendo desbloquear as mais obstruídas pessoas e organizações. Mas será que funcionam? A criatividade pode ser estimulada ou seria uma qualidade inata? Os psicólogos acreditam que sim, a criatividade pode ser estimulada. (BAXTER, 2012, p. 85)

Neste processo de construção de narrativas e elaboração de novas propostas estéticas, cabe salientar que, cada criador deve encontrar caminhos para desenvolver sua personalidade criadora a fim de instaurar uma estética genuína ao produto de moda, visto que cada designer interpreta uma maneira, uma forma de conduzir o ato de criar. Neste sentido, a criatividade, se apresenta como ferramenta fundamental de um projeto em design, entende-se como um processo cognitivo que produz ideias novas ou transforma ideias antigas em novos conceitos, os métodos e ferramentas de criação, que são difundidos por grandes autores estudiosos do assunto podem ampliar o potencial criativo dos designers pois tem o poder de impulsionar o criador a pensar de maneira inusitada a fim de conceber novas propostas estéticas ou melhorias em produtos e demandas já existentes, em um formato que abrange o processo intuitivo, mas que precisa ser ordenado a fim de obter os melhores resultados.

Na asseveração de Macedo (2003), o ato de criar consiste em ordenar algo que se encontrava em estado de caos, de desordem. Desta maneira, o referido autor defende que a criatividade possui relação à organização de ideias, ao segmento de um fluxo pré-definido que auxiliará no processo criativo.

Partimos do pressuposto que as metodologias projetuais aplicadas à geração de produtos de moda, existem não para limitar o criador ou para frustrar a individualidade ou a liberdade artística de cada profissional, mas para ordenar a geração e seleção de ideias a fim de facilitar o percurso de lapidação de um conceito, forma ou atendimento mais assertivo de

demandas pré-existentes e que atinja plenamente o potencial criativo em todas as suas possibilidades.


### **Relato sobre a criação da comissão para orientação de concursos**

No início do ano de 2023, a coordenação do curso Design-Moda da UFC recebeu muitos editais e/ou convites para participação em concursos de moda de porte local, nacional e internacional. Estes eventos de moda demandam muitas horas de orientação da parte da coordenação do curso que poderiam ser revertidos em atividade de caráter burocrático, bem como na organização logística e pedagógica do curso. Neste sentido, para melhor atendimento destas demandas que apresentam uma crescente procura da parte dos estudantes, foi criada uma comissão de professores com o objetivo de orientar alunos individualmente ou em equipe que desejam concorrer aos editais de concursos de moda.

A comissão foi composta por três professoras pertencentes a unidades curriculares diversas a fim de fornecer uma orientação mais holística para os projetos apresentados. As áreas contempladas foram: Unidade de Arte e Gestão do projeto, representada pela professora Marta Sorelia; A unidade de têxteis e vestuário foi representada pela professora Germana Fontenelle; e a unidade de Linguagem Visual foi representada pela professora Joelma Matos.

Dentre os concursos anteriormente mencionados, serão detalhados relatos de orientação dos concursos DFB 2023 e o concurso Pierre Cardin por apresentar maior número de estudantes inscritos. As orientações aos estudantes inscritos nos respectivos editais ocorreram simultaneamente, visto que não havia possibilidade de concluir um edital para dar início a outro em virtude dos choques entre os respectivos cronogramas dos eventos.

Deste modo, a logística de orientações seguiu as fases de acompanhamento:

1. Inscrição interna dos estudantes interessados nos concursos;
  2. Recebimento dos portfólios desenvolvidos de acordo com cada edital;
  3. Seleção das melhores propostas (individuais ou em equipe);
  4. Encontros de orientação para melhorias dos projetos;
  5. Prazo para execução das melhorias;
  6. Envio dos portfólios para os respectivos concursos;
- 

7. Campanha de prospecção de recursos financeiros para compra de insumos e confecção das peças;
8. Acompanhamento das demais fases dos concursos (modelagem, montagem, aplicação de artesanias e produção de *fashion filme*);
9. Acompanhamento na prova de roupas;
10. Acompanhamento no desfile.

Cabe ressaltar que, as etapas de acompanhamento somente foram aprofundadas nas equipes ou estudantes que foram aprovados em todas as etapas dos referidos concursos. Na sequência seguem algumas metodologias projetuais propostas por autores da área do Design de produto mais recomendadas aos estudantes ao longo das orientações dos projetos inscritos nos referidos projetos de moda.

Figura 1: Metodologias Projetuais para Desenvolvimento de Coleção.

| AUTORES               | METODOLOGIA                                       |                                                          |                                          |                                                                                                 |                                    |                                                         |               |
|-----------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------|
| TREPTOW (2003)        | 1. Reunião de Planejamento                        | 2. Cronograma da Coleção                                 | 3. Parâmetro da Coleção                  | 4. Dimensão da Coleção                                                                          | 5. Pesquisa de Tendência           | 6. Briefing da Coleção                                  | 7. Inspiração |
|                       | 8. Cartelas: cores, tecidos e aviamentos.         | 9. Esboços                                               | 10. Reunião de Definição                 | 11. Modelagem                                                                                   | 12. Aprovação das Peças            | 13. Graduação e Ficha Técnica                           | 14. Produção  |
| MONTEMEZZO (2003)     | 1. Preparação                                     | 2. Geração                                               | 3. Avaliação                             | 4. Concretização                                                                                | 5. Documentação para produção      |                                                         |               |
| SORGER E UDALE (2009) | 1. Pesquisa                                       | 2. Esboços                                               | 3. Modelagem                             | 4. Confecção                                                                                    |                                    |                                                         |               |
| JONES (2005)          | 1. Briefing                                       | 2. Inspiração                                            | 3. Apresentação                          |                                                                                                 |                                    |                                                         |               |
| BARCARO (2008)        | 1. Portfólio das Coleções.                        | 2. Sistematização das coleções e cronograma operacional. |                                          | 3. Desenvolvimento das coleções, campanha de vendas, compra e produção; e entrega aos clientes. |                                    |                                                         |               |
| RENFREW (2010)        | 1. Estilista; Inspiração; Visualização; Briefing. | 2. Estilista; Gerente Comercial.                         | 3. Estilista; Stylist.                   | 4. Estilista; Gerente comercial e compradores de varejo                                         | 5. Estilista; Produtor de desfile. | 6. Estilista; Gerente Comercial e Assessor de imprensa. |               |
|                       | 7. Estilista; Assessor de imprensa (pós-desfile). | 8. Estilista; Gerente Comercial.                         | 9. Estilista; Início da próxima coleção. |                                                                                                 |                                    |                                                         |               |

Fonte: Elaborado pelas autoras (2023).



### **Concurso Pierre Cardin 2023**


No início de 2023, a empresa Pierre Cardin lançou concurso internacional de ampla concorrência com o tema: - Young Designers Contest Brasil. No edital do referido concurso foi especificado que cada instituição de moda poderia inscrever no máximo três projetos que representariam cada curso de moda. Neste caso, após a divulgação entre os estudantes, ocorreram as fases de inscrição, seleção e orientação das melhores propostas escolhidas para representar o curso Design-Moda da UFC.

Na primeira fase se inscreveram vinte e um estudantes, destes duas inscrições foram indeferidas por se tratar de estudantes de semestres iniciais e esta condição não era permitida de acordo com clausula prevista no edital do concurso. Após a inscrição houve uma orientação geral para todos os inscritos acerca da normatização do portfólio que deveria ser enviado para primeira fase de seleção interna.

Após o recebimento dos portfólios digitais as professoras que compunham a comissão se reuniram de maneira remota para apreciação dos projetos e discussão dos critérios de aprovação. Dentre os critérios utilizados para aprovação e/ou reprovação se destacam a técnica de execução do portfólio, clareza das ideias, coerência temática, criatividade e inovação, viabilidade técnica da execução das peças.

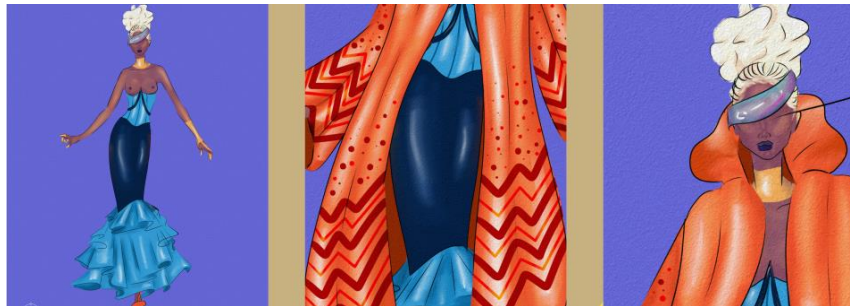
Das dezenove inscrições deferidas, foram escolhidos inicialmente seis projetos cujas ideias foram consideradas mais promissoras, levando em consideração os critérios de inclusão e/ou exclusão anteriormente citados. A partir desta primeira fase, os seis estudantes passaram por orientações individuais com os membros da comissão que fizeram sugestões de melhorias em todos os âmbitos desenvolvidos, desde a técnica utilizada na representação gráfica dos portfólios, até sugestões de mudanças de tecidos, silhuetas e modelagens.

Após esta fase de orientações os estudantes receberam um prazo de duas semanas para execução das melhorias e reapresentação dos projetos para finalização da seleção interna, sendo selecionados três projetos dos respectivos estudantes de moda: Brenda Lobo, Eduardo Alves e Luan Castro. Mesmo considerando as fases anteriores de seleção das melhores propostas, os



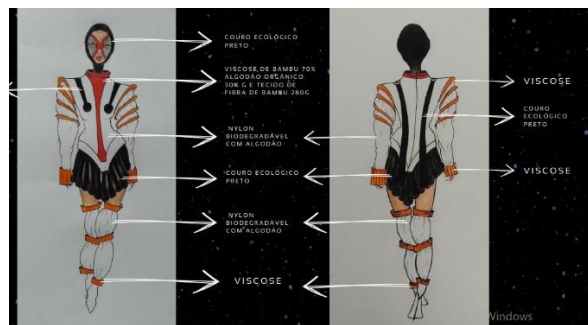
três projetos finalistas ainda receberam sugestões de ajustes e adaptações em seus portfólios antes do envio das inscrições pela coordenação do curso.

Figura 2: Criação da estudante Brenda Lobo. Concurso Pierre Cardin 2023.



Fonte: Acervo das autoras.

Figura 3: Look do estudante Luan Castro. Concurso Pierre Cardin 2023.



Fonte: Acervo das autoras.

Figura 4: Portfólio da estudante Clícia Maria. Concurso Pierre Cardin 2023.



Fonte: Acervo das autoras.



O concurso comemorativo da marca Pierre Cardin teve ampla concorrência não apenas internamente ao curso, mas também apresentou bastante adesão dos demais cursos de Design de Moda de todo o território nacional. Mesmo não sendo selecionados para as fases finais do concurso, os estudantes que participaram apresentaram crescimento e melhora das suas propostas estéticas e técnicas em virtude da constante orientação nas fases de seleção do edital.

### **Relato sobre o concurso dos novos talentos - Dragão Fashion Brasil 2023**

O concurso Dragão Fashion Brasil é mencionado pelos seus idealizadores como o maior evento de moda autoral da América Latina, tem como proposta a notoriedade da moda nacional por meio de desfiles autorais e conceituais de moda. Além disso, o evento também conta com exposições, workshops, shows, gastronomia e mostras culturais. Na 24ª edição do Festival, o local escolhido foi o Centro de Eventos do Ceará, em Fortaleza - Ce e ocorreu entre os dias 31 de maio e 3 de junho de 2023, com o tema 'Em movimento', que aborda a constante transformação da moda e mesmo a evolução do evento.

Na programação deste evento acontece o concurso dos novos talentos, direcionado a estudantes de cursos de moda, cujo lançamento acontece por meio de um edital de pré-seleção, no qual é divulgado o tema e demais questões normativas. Na primeira fase acontece a seleção entre as propostas enviadas por equipes que representam as instituições de moda de todo o Brasil. Após essa fase, as seis equipes finalistas desfilam suas coleções capsulas compostas por oito composições ou looks conceituais no palco do DFB. Nesta edição, as equipes disputaram por um prêmio de consistia em dez mil reais na primeira colocação e duas premiações de troféus na segunda e terceira colocação.

No processo de seleção interna para participação no concurso dos novos referente ao ano de 2023 foram inscritas seis equipes que abordaram a temática da sustentabilidade e os desafios do setor criativo para pensar e produzir diante dos impactos ambientais da indústria da moda. Dentre as equipes inscritas, duas foram indeferidas em virtudes do descumprimento dos prazos quanto à apresentação do trabalho.

Quatro propostas foram apresentadas de modo presencial para a comissão de professores e na sequência os professores selecionaram a equipe levando em conta os critérios



de viabilidade técnica das peças, coerência temática, criatividade e inovação, narrativa conceitual, disponibilidade dos membros da equipe e apresentação do portfólio. A equipe selecionada para representar a instituição foi a equipe Exodus que abordou a temática da sustentabilidade de maneira dramática, suscitando a performance na passarela e evocando um contexto apocalíptico diante das consequências do impacto ambiental promovido pelo consumo excessivo da moda.

Após a aprovação interna da proposta que representaria a instituição, seguiram-se as demais etapas específicas deste concurso que foram:

1. Envio de portfólio técnico completo – Representação em *line-up* da coleção cápsula com oito *looks* e fichas técnicas;
2. Envio de peça protótipo;
3. Envio de uma *fashion filme* de caráter performático explorando o tema da coleção.

Somente quando a equipe foi considerada aprovada nesta fase eliminatória do concurso e restaram apenas seis instituições concorrendo, seguiram as demais fases do acompanhamento da equipe que consistiram em:

4. Encontros de orientação para alinhamento sobre tecidos, silhuetas, materiais e artesanias;
5. Definição do cronograma e divisão das atividades entre os membros da equipe;
6. Definição interna das mídias sociais do concurso;
7. Campanha de prospecção de recursos financeiros e apoiadores para compra de insumos e confecção das peças;
8. Acompanhamento das demais fases dos concursos (modelagem, montagem, aplicação de artesanias);
9. Acompanhamento na prova de roupas;
10. Acompanhamento no desfile.

Os encontros de acompanhamento e orientações iniciaram de maneira quinzenal, no entanto, à medida que a equipe era aprovada para as fases seguintes do concurso o

acompanhamento se tornou mais frequente chegando a encontros diários na fase de confecção das peças e preparação do desfile.

A equipe Exodus foi composta pelos discentes Bianca Moreno, Ed Martins, Bianca Stefani, Alanna Freitas, Diego Costa e Vinícius Guedes. A coleção Exodus, abordou o tema da sustentabilidade de forma a convidar os espectadores a refletir através dos oito looks apresentados a partir do exercício de prospecção futurista: - ‘Imagine viver em um mundo onde o ar é impossível de ser respirado, onde estar exposto à luz solar representa um risco à vida e os recursos essenciais se tornaram escassos’.

Neste processo de prospecção ficcional, inspirado em fatos verídicos, os estudantes imaginaram corpos em fase de mutação genética em que os órgãos humanos ficariam expostos como consequência dos impactos ambientais que o homem sofre em sucessão de séculos decorrentes da crise ambiental. Desta maneira, o conceito era expresso em forma de performance com órgãos como corações, veias e pulmões bordados em alto relevo nas silhuetas conceituais concebidas pela equipe.

Figura 5: Desfile Novos Talentos DFB-2023.  
Looks da coleção Exodus da UFC nas passarelas do DFB.



Fonte: Acervo das autoras.

A equipe da Universidade Federal do Ceará (UFC) obteve o segundo lugar no pódio do concurso dos novos talentos do DFB - 2023, desenvolveu a coleção Exodus, que segundo o Portal da UFC, levou em média sete meses de trabalho por parte dos estudantes, considerando todas as etapas, desde a seleção interna passando pelas fases de seleção nacional entre as demais instituições de moda, prospecção de recursos e a fase de confecção das peças conceituais até o desfecho com o desfile.

### **Considerações Finais**


O presente estudo de natureza qualitativa teve como objetivo apresentar um relato de experiências sobre a implantação da comissão de orientações para concursos criado com o propósito de auxiliar as demandas da gestão do curso de design-moda da UFC.

Conforme explicitado anteriormente, a comissão foi composta por professores que representam suas respectivas Unidades Curriculares como área de especialização, tais como: Gestão do Projeto, Unidade de Têxteis e Vestuário e Unidade de Linguagem Visual.

A dinâmica de orientações consiste na seleção das propostas mais promissoras apresentadas pelos estudantes inscritos nos concursos de moda e posteriormente são agendados encontros presenciais e/ou remotos com os docentes que compõem a comissão a fim de sugerir melhorias no respectivo projeto. As melhorias são sugeridas a partir dos conhecimentos específicos de cada professor seguindo de comum acordo uma linha ou autor de metodologia projetual do design.

De acordo com as experiências aqui mencionadas pretende-se promover o compartilhamento de vivências que fortalecem a gestão dos cursos de Design-Moda, bem como proporcionar melhor entendimento acerca das instâncias de apoio a coordenação como iniciativa inovadora em gestão da educação.

Uma das impressões dos professores que fazem parte do presente estudo diz respeito a colaboração que a comissão proporciona aos discentes em termos de organização quanto aos cronogramas dos editais e projetos que atende. No entanto, percebe-se que uma das maiores dificuldades pertence ao campo cultural, como um pano de fundo oculto relacionadas às práticas acadêmicas, ou seja, os atrasos nas inscrições dos concursos, os descumprimentos de prazos e as postergações de etapas dos cronogramas dos editais, acabam interferindo na qualidade dos projetos



apresentados, e na maioria das vezes resulta em eliminação dos projetos na concorrência destes editais.

Ressaltamos que o presente estudo se limita a um relato de experiência para fins de compartilhamento de didáticas, não se atentando para análises quanto a natureza das metodologias projetuais empregadas nas orientações dos respectivos projetos. Quanto a esta menção, fica a sugestão desta temática para trabalho futuros que pretendam dar continuidade ao presente ensaio.

Neste sentido, podemos reiterar que a criação da presente comissão de orientação de projetos para participação em concursos de moda, tem relevância do ponto de vista do apoio à coordenação dos cursos de moda, bem como apresenta importante colaboração para os discentes que necessitam de apoio técnico e emocional para participar como representantes de suas respectivas instituições nos concursos de moda que por sua vez se caracterizam pela exigência criativa, técnica, financeira e emocional dos candidatos.

## Referências

BARCARO, Andrea. **Os processos de uma empresa de moda**. In: SORCINELLI, Paolo (org.). *Estudar a moda: corpos, vestuários, estratégias*. São Paulo: Senac, 2008. p. 143-156.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. 3. Ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2012.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: manual do estilista. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

MACEDO, Frederico Alberto Barbosa. **Coração Nativo**: uma experiência musical com o mundo sonoro indígena (dissertação de mestrado). Goiânia: UFG, 2003.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. **Diretrizes Metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**. UNESP. Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação. Bauru: 2003.

MUSSI, Ricardo Franklin de Freitas, FLORES, Fábio Fernandes, ALMEIDA, Claudio Bispo de. **Pressupostos para a elaboração de relato de experiência como conhecimento**. Revista Práxi Educacional. Dossiê Temático: Pesquisa em educação: abordagens em Portugal e Brasil, 2021.

RENFREW, Elinor e Colin. **Fundamentos de Design de Moda**: Desenvolvendo uma Coleção. 04. Bockman, 2010.





SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Principios básicos del diseño de moda**. Barcelona: G. Gili, 2007

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: Planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.