

## **Universe Refair – Desfile, Marketing Pessoal & Sustentável**

Edilberto Venturelli<sup>1</sup>; 0000-0002-0794-5424  
Angelica Aparecida Silva Arieira<sup>1</sup>; 0009-0004-8954-0616  
Douglas Baltazar Goncalves<sup>1</sup>; 0009-0006-1589-9727  
Vinícius Gomes Nunes<sup>1</sup>; 0009-0009-7579-0282  
Kailane Araujo Silva Brandão<sup>1</sup>; 0009-0005-3034-7528  
Samuel Ferreira Nunes<sup>1</sup>; 0009-0008-8121-0734

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[edilberto.venturelli@foa.org.br](mailto:edilberto.venturelli@foa.org.br)

**Resumo:** O presente artigo descreve e analisa o projeto de extensão “Universe Refair – Desfile, Marketing Pessoal & Sustentável”, desenvolvido por estudantes dos cursos de Comunicação Social do UniFOA. O evento teve como propósito promover a autoexpressão, a valorização da diversidade e o consumo consciente por meio da moda sustentável, unindo práticas pedagógicas com impacto social. A metodologia envolveu planejamento estratégico, oficinas de customização com o conceito de upcycling, que segundo Lima (2022) é um processo criativo de reutilização de materiais ou produtos descartados, transformando-os em algo novo e de maior valor ou qualidade, em vez de simplesmente reciclá-los, e o desenvolvimento de um desfile temático com peças de bazares e customizados pelos próprios alunos em uma oficina desenvolvida para esse propósito. A ação impactou diretamente 284 pessoas, entre alunos, professores e comunidade externa, fomentando práticas de comunicação responsável e fortalecendo vínculos entre universidade e sociedade. Os resultados evidenciam a importância da interdisciplinaridade, da sustentabilidade como valor formativo e da extensão universitária como ponte entre conhecimento e transformação social. O projeto demonstrou alto potencial de replicabilidade e contribuição efetiva para o desenvolvimento acadêmico, profissional e cidadão dos estudantes envolvidos.

**Palavras-chave:** moda sustentável. desfile de moda. marketing pessoal. consumo consciente. comunicação social.

## INTRODUÇÃO

As práticas de comunicação no contexto universitário vêm ganhando novos contornos com a inserção de valores sociais e ambientais nas atividades de ensino, pesquisa e extensão. O presente artigo se insere nesse panorama ao apresentar o projeto de extensão “Universe Refair – Desfile, Marketing Pessoal & Sustentável”, realizado pelos cursos de Jornalismo, Publicidade do UniFOA. A proposta parte da compreensão de que a moda pode ser uma ferramenta de expressão identitária e de engajamento social, quando aliada ao consumo consciente e à sustentabilidade.

Segundo Barbosa (2018), a moda deixou de ser apenas uma manifestação estética para se consolidar como campo de comunicação e comportamento, sendo capaz de expressar valores culturais, sociais e políticos. A sustentabilidade, por sua vez, é entendida como um princípio integrador que articula práticas éticas de produção, consumo e descarte, visando o equilíbrio ambiental e social (VEIGA, 2010).

Nesse contexto, o projeto Universe propôs o desenvolvimento de um desfile universitário pautado em três pilares: a valorização da diversidade, o marketing pessoal e a moda sustentável. A ação se justifica em três dimensões: acadêmica, profissional e social. Academicamente, promove a articulação entre teoria e prática, permitindo aos alunos aplicarem conceitos como branding, storytelling, produção de conteúdo e gestão de eventos. No aspecto profissional, amplia o repertório e o portfólio dos participantes, aproximando-os das demandas reais do mercado. Socialmente, fomenta o debate sobre inclusão, reaproveitamento de peças, economia circular e identidade.

O objetivo principal é desenvolver um espaço de expressão autêntica, onde a moda funcione como vetor de empoderamento e conscientização, respeitando os valores de pluralidade, acessibilidade e responsabilidade socioambiental.

## MÉTODOS

A metodologia do projeto Universe foi delineada em seis etapas principais: planejamento, desenvolvimento de identidade visual, seleção de participantes, capacitação e ensaio, execução do desfile e avaliação final.

O planejamento inicial envolveu reuniões de alinhamento para definição de objetivos, metas e responsabilidades. Os alunos se organizaram em comissões de marketing, logística, produção, design e comunicação. A coleta de peças sustentáveis foi feita a partir de doações e aquisição em bazares regionais, promovendo o conceito de reutilização.

Na etapa de branding, os estudantes do curso de Publicidade criaram o nome “Universe” – união de “uni” (universidade) e “verse” (universo e verso) “Refair” (do francês “refazer”)– além da identidade visual, conteúdos para redes sociais e planejamento estratégico de divulgação. Os cursos envolvidos foram responsáveis pela ambientação, criação de áreas instagramáveis e materiais gráficos. Os alunos de Jornalismo atuaram na cobertura do evento, entrevistas, produção de artigos e gestão de crises.

A oficina de customização, realizada na Sala 05, do prédio 9, campus Olezio Galloti, em Três Poços, Volta Redonda, teve como objetivo preparar as peças com base no conceito de upcycling. A atividade contou com participação de 20 alunos, sendo utilizada também como ação de divulgação. Todos os recursos foram obtidos sem custos financeiros, seguindo a diretriz institucional de não onerar os participantes.

O desfile ocorreu no Centro Histórico Cultural Dauro Aragão no dia 14 de maio de 2025, das 19h às 21h30. A estrutura do evento incluiu iluminação, som, espaço para desfile, mesa redonda, composta por profissionais de moda, que debateram sobre o assunto da sustentabilidade da moda. Modelos de diferentes perfis, todos alunos, incluindo drag queens, desfilaram peças que combinavam elementos de brechós com ao menos uma peça com customização própria, provocando reflexão sobre consumo consciente e identidade.

A avaliação final foi realizada por meio de questionários aplicados ao público e participantes, análise de engajamento digital e coleta de depoimentos. A coleta de dados buscou identificar impactos sociais, acadêmicos e comunicacionais da ação

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

O projeto Universe impactou diretamente 284 pessoas, entre alunos dos cursos de Jornalismo, Publicidade, Design entre outros, docentes, convidados externos e membros da comunidade local. O desfile promoveu a reflexão sobre consumo consciente, sustentabilidade e identidade de forma acessível e criativa.

A oficina de upcycling estimulou o reaproveitamento de materiais e despertou a criatividade dos participantes. Segundo Lima (2022), o upcycling é uma prática que ressignifica o consumo e transforma o ato de vestir em um gesto político e ecológico. O engajamento foi ampliado pelas ações de divulgação no campus e nas redes sociais, com destaque para os conteúdos criados pelos próprios alunos, fortalecendo a apropriação do projeto por seus protagonistas.

O envolvimento dos estudantes revelou a potência pedagógica da ação. Para Freire (1996), a educação deve ser libertadora e situada na realidade dos aprendizes. Ao permitir que os alunos fossem agentes de transformação social, o projeto concretizou a proposta freireana de aprendizagem significativa. As atividades proporcionaram desenvolvimento de competências técnicas, emocionais e sociais, incluindo trabalho em equipe, empatia, criatividade, comunicação e liderança.

A presença de drag queens e a valorização de corpos diversos na passarela fortaleceram o compromisso do projeto com a inclusão e a representatividade. De acordo com Bento (2017), ações que visibilizam identidades marginalizadas são fundamentais para a construção de uma sociedade mais justa e plural. O desfile gerou também interesse dos familiares dos alunos da Instituição, ampliando o alcance da proposta para além da universidade.



Os dados obtidos por meio dos questionários demonstraram alto grau de satisfação e aprendizado por parte do público. Houve, ainda, produção de conteúdos acadêmicos, como peças gráficas e materiais audiovisuais, e propostas de novas ações a partir do projeto. O Universe, portanto, demonstrou sua capacidade de integrar extensão, ensino e pesquisa, funcionando como um laboratório vivo para aplicação de saberes teóricos em contextos reais.

Figura 1 – Peça de divulgação do evento



Fonte: (AUTOR)

## CONCLUSÕES

O projeto **Universe Refair – Desfile, Marketing Pessoal & Sustentável** reafirmou o papel da extensão universitária como elo entre o conhecimento acadêmico e a transformação social. A proposta evidenciou como é possível utilizar a moda como ferramenta de expressão pessoal, crítica social e prática sustentável. Ao articular teoria e prática, os alunos envolvidos puderam desenvolver habilidades essenciais para sua formação profissional e cidadã, como criatividade, planejamento, trabalho colaborativo e responsabilidade socioambiental.

Os resultados demonstraram que ações como essa contribuem para a construção de uma universidade mais integrada à realidade, sensível às questões sociais e capaz de estimular a autonomia dos discentes. A valorização da diversidade, o uso de peças de brechó e o incentivo ao upcycling foram estratégias eficazes para despertar no público a reflexão sobre os impactos do consumo e sobre o papel da moda na comunicação identitária.

Além disso, o Universe Refair proporcionou benefícios concretos para os alunos, comunidade e para a própria instituição. Estudantes produziram conteúdos autorais, desenvolveram portfólios e fortaleceram vínculos com o mercado e com a comunidade local. O UniFOA, por sua vez, fortaleceu sua imagem institucional como promotora de ações sustentáveis e inovadoras. A comunidade externa teve acesso a informações relevantes sobre consumo consciente, representatividade e reaproveitamento de recursos.

Conclui-se que projetos interdisciplinares como o Universe Refair são fundamentais para consolidar práticas educativas que dialoguem com os desafios contemporâneos. A recomendação é que a iniciativa seja mantida e ampliada em futuras edições, incluindo mais cursos, oficinas e ações de engajamento com a comunidade local. Assim, será possível potencializar ainda mais os impactos positivos dessa proposta, tanto no campo da educação quanto no desenvolvimento social e ambiental.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, M. L. **Moda e Comunicação: ensaios sobre a moda como mediação cultural**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2018.

BENTO, Berenice. **A reinvenção do corpo: sexualidade e gênero na experiência transexual**. Natal: Editora UFRN, 2017.

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais para a Extensão na Educação Superior Brasileira**. Brasília: MEC, 2018.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

LIMA, Fernanda S. **Moda sustentável e os novos sentidos do vestir: práticas de upcycling e consumo consciente**. Revista Brasileira de Moda, v. 5, n. 2, p. 47-64, 2022.

VEIGA, José Eli da. **Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor**. São Paulo: Senac, 2010.

---