



**UFC**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
CURSO DE DESIGN-MODA**

**CECÍLIA DE SOUSA TIGRE FRANÇA**

**“PROCESSO CRIATIVO NO DRAGÃO FASHION BRASIL – UMA  
EXPERIÊNCIA AUTORAL”**

**FORTALEZA**

**2018.2**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
CURSO DE DESIGN-MODA**

**CECÍLIA DE SOUSA TIGRE FRANÇA**

**“PROCESSO CRIATIVO NO DRAGÃO FASHION BRASIL – UMA  
EXPERIÊNCIA AUTORAL”**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC II)  
apresentado ao curso de Design – Moda  
como um dos pré-requisitos para a obtenção  
do título de bacharel em Design de Moda,  
sob orientação da profa. Cyntia Tavares  
Marques de Queiroz.

**FORTALEZA**

**2018.2**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- F881p França, Cecília de Sousa Tigre.  
PROCESSO CRIATIVO NO DRAGÃO FASHION BRASIL – UMA EXPERIÊNCIA AUTORAL /  
Cecília de Sousa Tigre França. – 2018.  
44 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e  
Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2018.  
Orientação: Prof. Dr. Cecília de Sousa Tigre França.
1. Processo Criativo. 2. Dragão Fashion Brasil. 3. Processo Criativo em Eventos. 4. Evento de Moda. 5.  
Festival. I. Título.

CDD 391

---

**CECÍLIA DE SOUSA TIGRE FRANÇA**

**“PROCESSO CRIATIVO NO DRAGÃO FASHION BRASIL – UMA  
EXPERIÊNCIA AUTORAL”**

Monografia apresentada ao Curso de Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Aprovada em 3/12/2018.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Cyntia Tavares Marques de Queiroz (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Júlio César Silva de Castro  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Ma. Rita Cláudia Aguiar Barbosa  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Dedico este estudo ao meu avô, Osmar, que ficaria imensamente feliz em me ver concluindo mais uma etapa de vida, ele adoraria participar de tudo isso. E a minha avó, Fransquinha, costureira, que mesmo de longe, sempre acompanhou todos os meus passos nessa longa jornada, além de ser uma inspiração para entrar no curso de Design-Moda.

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Alberto e Tânia, por todo o apoio, carinho, paciência, amor e fé que depositaram em mim durante esse percurso. Sem vocês eu não conseguiria continuar esse caminho que muitas vezes me assustou, mas que me fizeram olhar para a frente, superar meus medos e dificuldades e continuar.

A Beatriz, Pedro, e Gustavo que me compreenderam e me apoiaram quando eu precisei e até quando eu achava que não precisava, me ajudaram a enfrentar e resolver as dúvidas quando elas surgiam e a tomar decisões quando eu as tinha de fazer, muito obrigada por serem quem são e por fazerem parte disso comigo.

A minha família (minha avó paterna, minhas tias, meus tios, primas, primos) por sempre estar ao meu lado e torcer para que tudo corresse da melhor maneira possível.

A Thiago e Charles. Por confiar e acreditar em mim, me propor desafios, apontar direções e, com isso, me mostrar o quanto eu pertencço a esse mundo dentro do universo da Moda, me aceitar como parte da família (e como afilhada), me ensinar a decolar junto ao voo do DFB e por se tornarem, também, meus amigos.

A Cláudio, Helena, João Cláudio e Maria Júlia. Por permitir que eu participasse e escrevesse sobre essa parte tão grande e tão calorosa da vida de vocês.

A Larissa e Heitor A., Giulia E., Marina L., Samia M., Beatriz A., Cristal, Deyvson F. e Juliana, por serem um refúgio e um porto-seguro (em outras palavras, amigos) sempre que fomos necessários uns aos outros ou simplesmente quando queríamos.

A minha orientadora, Profa. Dra. Cyntia Tavares Marques de Queiroz, por aceitar me guiar e fazer parte nesse estudo. Foi também por meio do seu auxílio, há alguns anos, que eu fui ao meu primeiro DFB e lá tudo começou. E a banca, Profa. Ma. Rita Cláudia Aguiar Barbosa e Prof. Júlio César Silva de Castro, por participarem desse momento tão esperado e tão especial, a defesa deste Trabalho de Conclusão de Curso.

A Profa. Ma. Marta Sorelia Felix de Castro, que me fez perceber o quanto eu pertencço aos processos criativos, sejam eles nas Artes ou na Moda. E a todo o corpo docente do curso de Design-Moda da UFC, que contribuiu com a minha formação e com a construção deste trabalho.

E a toda a Equipe DFB e TANQ, sem vocês nada disso seria possível.

## LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Fachada do evento no ano de 2017.....	14
Imagem 2 – Desfile do Estilista André Sampaio no DFB 2015 .....	14
Imagem 3 – Fachada do evento no ano de 2018.....	15
Imagem 4 – Desfile do estilista David Lee no DFB 2016.....	16
Imagem 5 – Desfile do estilista Lindebergue Fernandes no DFB 2017 .....	16
Imagem 6 – Desfile da marca Bikiny Society no DFB 2018.....	17
Imagem 7 – Parte da equipe de voluntários (Receptivo-Salas de Desfile e Receptivo-Lounge) da edição de 2017 .....	19
Imagem 8 – Equipe de voluntários (Receptivo-Salas de Desfile e Receptivo-Lounge) da edição de 2018 .....	19
Imagem 9 – Planta baixa do DFB 2017.....	21
Imagem 10 – Planta baixa do DFB 2018.....	22
Imagem 11 – DFBeach Club 2018 .....	23
Imagem 12 – Vencedora do Concurso dos Novos em 2017 (C. UNIV. JOÃO PESSOA-PB) .....	29
Imagem 13 – Vencedora do Concurso dos Novos em 2018 (Senac SE) .....	30
Imagem 14 - Fluxograma 1 – Três etapas do processo criativo do DFB.....	36
Imagem 15 - Fluxograma 2 – Quatro etapas do processo criativo do DFB.....	37

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Mudanças de sede do Dragão Fashion Brasil entre 1999 e 2018 .....	13
Quadro 2 – Número de alunos voluntários entre os anos de 2015 e 2018.....	20
Quadro 3 – Quantidade de acentos em cada sala de desfile em 2018.....	20
Quadro 4 – Quantidade de estilistas e marcas que desfilaram no DFB entre as edições de 2015 e 2018 .....	24
Quadro 5 – Atrações culturais na edição de 2018 .....	25
Quadro 6 – Atrações do DPM na edição de 2018 .....	25
Quadro 7 – Atrações gastronômicas na edição de 2018 .....	26



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2. O DRAGÃO FASHION BRASIL: HISTÓRICO E HISTÓRIAS .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1. COMO TUDO COMEÇA .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2. EDIÇÕES 2017 E 2018: DE EVENTO A FESTIVAL.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3. MODA NO CONTEXTO DRAGÃO FASHION BRASIL – DFB.....</b>	<b>26</b>
<b>3. PROCESSO CRIATIVO NA CONCEPÇÃO DE EVENTOS: O DRAGÃO     FASHION BRASIL .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1. REFLETINDO SOBRE O CONCEITO DE PROCESSO CRIATIVO... </b>	<b>31</b>
<b>3.2. DFB E O SEU PROCESSO CRIATIVO .....</b>	<b>33</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>39</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>40</b>
<b>ANEXO – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DO USO DE NOME .....</b>	<b>43</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Os eventos, em geral, são atividades de importância expressiva e econômica, principalmente devido às suas inter-relações com o turismo, o lazer e os negócios. Neste trabalho focaremos no lazer e nos negócios, particularmente na sua função comunicativa, favorecendo o marketing das empresas de moda e no entretenimento do público.

Frequentemente, as imagens mais comuns nestes eventos são os desfiles, e normalmente eles se encerram em si, sem outros atrativos, além da presença de um estilista ou uma marca que apresenta a sua nova coleção de roupas e/ou acessórios.

Ao descrever o cenário de um evento de moda, Zanella (2003) aponta um ambiente suntuoso, mas até certo ponto inerte. Neste contexto, o autor chama atenção para a possibilidade de transformar esse ambiente em um espaço de movimento, a partir da contratação de profissionais qualificados, e da aplicação de tecnologias e ferramentas atualizadas e adequadas à transformação de paisagens inertes em atrações.

Diante deste cenário, interessamo-nos por compreender os bastidores do Dragão Fashion Brasil – DFB, particularmente os aspectos criativos que envolvem a sua concepção, que vem, ao longo das edições, configurando-se como esse espaço que supera a inércia tão comum aos eventos de moda, por interagir intensamente com seus frequentadores. Daí a relevância desse estudo, contribuir com a bibliografia sobre Processos Criativos, Produção de Moda e de Eventos, especialmente no Ceará. E também para acrescentar no registro documental e histórico referentes ao DFB.

Alguns dos questionamentos iniciais foram: Como é pensado e produzido um evento com esse porte? Quais fatores são mais decisivos quando se trata do desenvolvimento criativo do DFB? Quanto tempo é necessário para a construção de cada edição do evento? Quais as etapas de concepção e operacionalização do evento? Como acontece o seu processo criativo?

Assim, como objetivos específicos, buscamos conhecer o processo criativo e de produção do DFB; identificar como ocorre o desenvolvimento do evento; e analisar o seu processo de concepção e operacionalização.

O diferencial do Dragão reside, justamente, em mostrar que outras coisas, além dos desfiles, podem compor o evento de moda, transformando-o em um lugar de ações, vivo, com sentido, provocando as pessoas a irem apreciar e usufruir não somente dos desfiles, mas de todo um complexo festivo.

Alcançar esse status fez parte de um caminhar de 19 anos, que teve como ápice o ano de 2017, edição comemorativa de 18 anos do evento, na qual sua vertente foi alterada de evento de moda autoral para festival. Essa mudança, que se manteve no ano seguinte, com perspectivas de continuidade, detém em si o conceito inicial de *autoralidade*, porém passa a englobar outras dimensões artísticas, como a música, a gastronomia, a fotografia, e o design, de modo a ampliar horizontes e atrair novos públicos.

Como delimitação, buscamos compreender o processo criativo das edições de 2017 e 2018, tanto porque é a partir desta data que o DFB passa a ser festival, quanto devido ao fato de terem sido estas as edições nas quais me foi possível atuar com observação participante, descrita por Laville e Dionne (1999, p. 178) como “uma técnica pela qual o pesquisador integra-se e participa na vida de um grupo para compreender-lhe o sentido de dentro”, pela inserção voluntária na organização do evento.

Além disso, trouxe memória das edições de 2015 e 2016, nas quais também atuei como observadora participante, tanto como espectadora, no primeiro ano, quanto como voluntária das salas de desfile no segundo.

Metodologicamente, optei pela abordagem de pesquisa qualitativa, que tem como fonte direta de dados o ambiente natural, que neste caso foi o Dragão Fashion Brasil. Ou seja, os dados foram colhidos em situação real e complementados pelas informações adquiridas através do contato direto com os seus organizadores, sendo apresentados de maneira descritiva e analítica.

Para Minayo (1994, p. 21), a abordagem qualitativa “trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”, permitindo fazer múltiplas conexões, interpretações, relações com os diferentes contextos vividos pelo sujeito, abarcando assim a sua subjetividade. Além de contribuir para entender o processo criativo de maneira subjetiva, a abordagem possibilitou captar os sentidos e os significados desse processo para os idealizadores, coordenadores e colaboradores que compõem o DFB.

O trabalho foi iniciado com uma revisão de literatura mais aprofundada da temática, para embasar o referencial teórico do trabalho, utilizando como base os textos

de: Ferreira e Mendonça (2014); Andrade, Joffily (2011); Ostrower (1977); Fortes e Silva (2011); Caldas (1999); Zanella (2003), dentre outros.

Como instrumentos de coleta de dados, foi utilizado o diário de campo, no qual foram registrados aspectos que considere relevantes nas edições do DFB de 2017 e 2018. O diário de campo, compreende o registro do que foi visto, ouvido e sentido durante a observação participante, “geralmente escrito em um caderno, traz a marca pessoal, o tom descritivo, problematizador e, até mesmo, reflexivo do pesquisador, seu autor, perante os eventos acompanhados no percurso investigativo empreendido”. (FARIAS, *et al*, 2010. p. 72).

As entrevistas semiestruturadas, definidas por Farias *et al* (2010, p. 82) “como a interação intencional do entrevistador com o entrevistado, visando a recolher dados descritivos na linguagem do sujeito sobre determinado tema”, foram realizadas com Cláudio Silveira, idealizador do evento e com a dupla Charles W. e Thiago Nascimento, proprietários da agência TANQ e responsáveis pela parte criativa do DFB, sendo feitas de maneira descontraída, como uma conversa, definida por Bauer e Gaskell (2014. p. 93) como Entrevista Narrativa, pois “[...] tem em vista uma situação que encoraje e estimule o entrevistado[...] a contar a história sobre algum acontecimento importante [...]”.

E as seguintes fontes documentais: 1. Registros fotográficos oficiais, pessoais e de veículos de comunicação como O Povo, Diário do Nordeste e da Revista VÓS; 2. Vídeos dos desfiles e do evento (*backstage*, entrevistas); 3. Site oficial DFHouse; 4. Reportagens de jornais e revistas, nos anos de 2017 e 2018, compreendendo como ensina Matos e Vieira (2002. p.40), que a pesquisa documental trabalha “com dados que ainda não receberam tratamento analítico e nem foram publicados. Encontram-se ainda em seu estado original e por isso podem ser reelaborados de acordo com a finalidade da pesquisa e criatividade do pesquisador”.

Após a coleta das informações, realizei a análise dos dados de modo reflexivo, dando corpo ao relatório de pesquisa, que se concentrou nos seguintes aspectos: processo criativo, desenvolvimento, concepção e operacionalização do evento Dragão Fashion Brasil.

O trabalho está dividido em duas partes, uma contendo aspectos referentes à história do DFB e outra que se refere ao seu processo criativo. Optei por já ir inserindo os resultados da pesquisa no texto, sem destinar um capítulo específico aos resultados.

## 2. O DRAGÃO FASHION BRASIL: HISTÓRICO E HISTÓRIAS

*“[...] A maior felicidade do mundo é ver o crescimento, de tudo o que rodeia, de todo o trade, o crescimento das marcas, dos alunos, das faculdades, da forma como está se comportando os processos das fábricas. Eu acho que o resultado é positivo. Então o Dragão vai realmente deixar um legado muito importante para todo mundo. E principalmente respeito ao estilista, respeito ao profissional. Isso é o que eu mais prezo”. Cláudio Silveira*

### 2.1. COMO TUDO COMEÇA

De acordo com informações do DFHouse<sup>1</sup>, site oficial do DFB, o evento teve seu início no ano de 1999, em Fortaleza, no Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, com o nome de Dragão Fashion Brasil. Seu propósito inicial era o de apoiar e divulgar estilistas, a maioria autodidatas, no ambiente mercadológico.

A escolha da sede se justifica pelo Centro ter sido inaugurado no mesmo ano do lançamento da primeira edição do evento, o que também explica a escolha do nome Dragão Fashion Brasil, que homenageia Dragão do Mar<sup>2</sup>, personagem da história cearense que lutou pela libertação dos escravos no estado, e foi um guerreiro e herói do Ceará.

O evento teve sua sede modificada algumas vezes durante os seus 19 anos de história, conforme podemos perceber no quadro a seguir:

Quadro 1 – Mudanças de sede do Dragão Fashion Brasil entre 1999 e 2018

1999 – 2002	2003	2004	2005 – 2012	2013 – 2014	2015 – 2018
Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura	Centro de Convenções do Ceará	Não teve edição do DFB	Centro de Convenções do Ceará	Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura	Terminal Marítimo de Passageiros de Fortaleza – CE

Fonte: TANQ

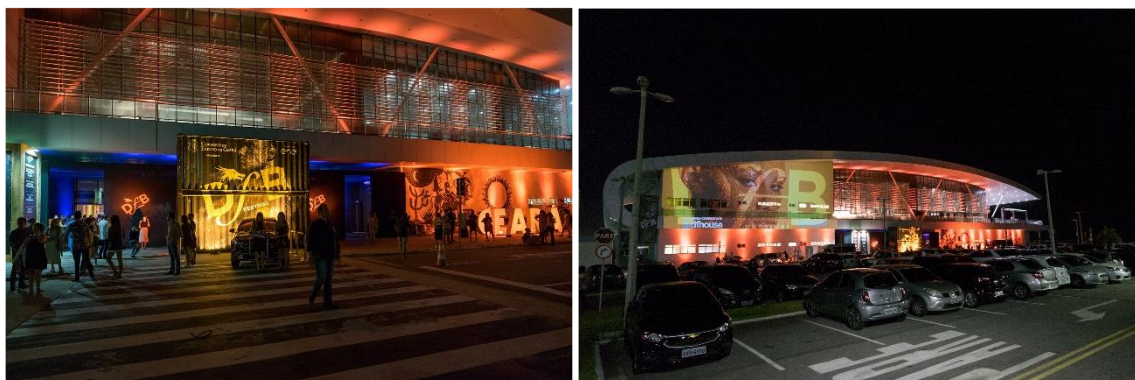
Tais mudanças se devem pelo crescimento do evento, com isso a falta de espaço sentida no Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura (Dragão do Mar), o que acarretou a

<sup>1</sup> <<http://www.dfhouse.com.br/page-without-sidebar/>> Acesso em 2 de junho de 2017.

<sup>2</sup> <<http://www.dragaodomar.org.br/institucional/dragao-do-mar-na-historia-do-ceara>> Acesso em 8 de dezembro de 2018.

alteração da sede para o Centro de Convenções do Ceará entre os anos de 2003 e 2012. Já no ano de 2013, o Dragão do Mar passou por uma revitalização, o que levou o DFB de volta ao seu local de origem. Porém, em 2015, após a inauguração do Terminal Marítimo de Passageiros, o Governo do Estado do Ceará, como patrocinador e grande apoiador do evento, contribuiu para que o DFB mudasse de sede mais uma vez, para impulsionar a divulgação do local para a população e proporcionar mais espaço aos seus frequentadores.

Imagem 1 – Fachada do evento no ano de 2017



Fonte: Acervo TANQ

Imagem 2 – Desfile do Estilista André Sampaio no DFB 2015



Fonte: < <http://www.dfhouse.com.br/gallery/andre-sampaio/>> Acesso em 21 de novembro de 2018.

Ao longo dos anos, o Dragão passou a ser multidisciplinar<sup>3</sup>, trazendo outros segmentos como cultura, gastronomia e saberes. Através de parcerias, oferece ao público oficinas, cursos, workshops, palestras, intercâmbio de profissionais, shows abertos e performances interdisciplinares. Conforme Claudio Silveira, idealizador do evento, em entrevista para a Revista VÓS<sup>4</sup>, o principal intuito do DFB é trazer novos talentos e ser plataforma de lançamento para estilistas e marcas que possuem uma visão mais autoral da moda, ou seja, a essência do evento, permanece a mesma desde a sua criação.

Em 2017, com a mudança para o conceito de Festival<sup>5</sup>, agora trazendo programações de moda, formação, shows e gastronomia, Cláudio Silveira justifica o novo modelo pela relevância e o tamanho do evento:

Hoje, quase duas décadas depois, quanta história passou pelas nossas passarelas; por cada um dos milhares de pessoas que nos ajudaram a posicionar o DFB como maior encontro da moda autoral da América Latina. Por isso mesmo, já estava na hora da gente assumir que, pelo tamanho e pela relevância, o Dragão não é mais só fashion. Nós somos cultura, formação profissional, gastronomia, design... E, mais importante, o DFB é um poderoso instrumento para a geração de oportunidades para novos e consagrados talentos. Por isso assumimos que somos o que, na verdade, sempre fomos: um festival multicultural de celebração da inovação, da criatividade e do futuro. (SILVEIRA, Cláudio - em discurso proferido no lançamento do DFB 2017)

Imagem 3 – Fachada do evento no ano de 2018



Fonte: Acervo TANQ

<sup>3</sup> Significado de Multidisciplinar (adjetivo masculino e feminino): Pedagogia. Que possui, abarca ou se divide por muitas disciplinas e/ou pesquisas; pluridisciplinar: palestra multidisciplinar. Etimologia (origem da palavra multidisciplinar). Mult(i) + disciplinar.

<<https://www.dicio.com.br/multidisciplinar/>> Acesso em 21 de outubro de 2018.

<sup>4</sup> <<http://www.somosvos.com.br/o-cearense-se-vira/>> Acesso em 30 de junho de 2017.

<sup>5</sup> Festival: caracterizado como uma festa de variedades, demonstra ao público uma gama de estilos ou apresentações variadas, conforme o interesse deste grupo. As possibilidades de realização de um festival são inúmeras como os ligados A Área gastronômica — festival italiano, português, etc -, à área musical — festival de jazz, de MPB, etc -, à área artística — festival de dança, de teatro etc;(ORIONI, 2007, p. 24)



Imagem 4 – Desfile do estilista David Lee no DFB 2016



Fonte: < <http://www.dfhouse.com.br/gallery/david-lee/>> Acesso em 21 de novembro de 2018.

A partir daquele momento, de acordo com o site oficial, o DFB passava a “celebrar a grande festa da moda, da indústria e da cultura do Ceará para o mundo”. Nas palavras de Ferreira e Mendonça (2014, p. 1), “a moda cearense, que um dia foi inspirada em Paris, hoje é destaque por sua moda autoral e pelo uso do artesanato local. O Dragão Fashion Brasil contribui para a construção desse cenário promovendo a divulgação e a valorização da cultura regional.”

Imagem 5 – Desfile do estilista Lindebergue Fernandes no DFB 2017



Fonte: < <http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes-4/>> Acesso em 15 de novembro de 2018.



Em 2018, o evento consolidou esse novo formato, como festival, e agregou cada vez mais outros públicos, trazendo temáticas e atrações que inquietam as pessoas de diversos tipos, desde apreciadores de moda a estudantes, jornalistas e especialistas de moda. “A cada ano vê-se mais frequentadores, mais mídia e a consolidação deste como importante evento de moda nacional” (FERREIRA E MENDONÇA, 2014, p. 2). Para os autores, investir em novos formatos e modalidades contribui para esse crescimento:

O crescimento gradativo e sólido do Dragão deu-se pelo constante investimento em projetos de aprendizagem, como o “Dragão pensando moda” e a crescente valorização da cultura regional, como através da criação da “KZA do Dragão”, por exemplo, tornando-se modelo de evento de moda autoral no Brasil. (2014, p. 6)

O DFB, além de trazer ao público conteúdo de moda e de formação, também promove o entretenimento e a informação cultural e social. Abrange temas atuais e incita os frequentadores a pensar e questionar sobre esses assuntos e a manifestar posicionamentos dentro e fora do evento.

Um evento pode promover entretenimento e lazer, ou seja, pura distração. Ou, além disso, informar, educar, conscientizar o público. E, ainda, desenvolver o exercício da cidadania. Pode, também, lembrar fatos, comemorar feitos históricos, datas cívicas, festas religiosas, tradições, assim como divulgar trabalhos e realizações ou promover o desenvolvimento da ciência e da tecnologia, da cultura e das artes. <[http://www2.anhembi.br/html/ead01/tec\\_criatividade\\_eventos/pdf/tec\\_criatividade\\_eventos\\_lu03.pdf](http://www2.anhembi.br/html/ead01/tec_criatividade_eventos/pdf/tec_criatividade_eventos_lu03.pdf)> Acesso em 12 de outubro de 2018.

Assim, podemos dizer que, além de entreter e divertir, o DFB informa, insere o público em assuntos atuais e faz refletir, a partir de cada tema, quando traz as discussões nas rodas de conversas e até em desfiles.

Imagem 6 – Desfile da marca Bikiny Society no DFB 2018



Fonte: < <http://www.dfhouse.com.br/gallery/bikiny-society-4/>> Acesso em 21 de novembro de 2018.

## 2.2 EDIÇÕES 2017 E 2018: DE EVENTO A FESTIVAL

Apesar de nos determos em duas edições específicas do evento, é importante ressaltar que, desde a sua criação, em 1999, ele conta com o apoio das Instituições de Ensino Superior, ou seja, faculdades e universidades do Ceará, principalmente na parceria que consiste na cessão de estudantes de moda para a realização de trabalho voluntário, beneficiando ambas as partes. O interesse dos estudantes em participar do evento cresceu tanto, que em 2018 o Evento recebeu voluntários de outros estados no Nordeste. De um lado, o evento se constitui como espaço formativo e que possibilita o acesso dos estudantes aos criadores e suas marcas, de outro, a mão-de-obra qualificada para a participação nos camarins e salas de desfiles.

Todos os anos, é possível observar que esse interesse pela área de eventos vem crescendo entre os estudantes. Isso pode ser constatado com o aumento do número de voluntários, o que reflete também a ampliação de oferta de cursos de Design de Moda na cidade; pelo empenho desses alunos durante o trabalho; e pelas perguntas frequentes sobre a concepção e operacionalização do evento, segundo dados fornecidos pela agência TANQ, responsável pela parte criativa do evento, pela coordenação das salas de desfile e parte da produção do Dragão Fashion Brasil.

O trabalho de voluntário dos alunos das faculdades e universidades consiste em três funções principais: Receptivo-Salas de Desfile, Receptivo-Lounge e *Backstage* (Camarim). No Receptivo-Salas de Desfile, os alunos são responsáveis por receber os convidados na entrada das salas, direcioná-los aos seus assentos e estar preparados para auxiliar na organização antes e depois de cada desfile, além de dar suporte aos Coordenadores e informar e atender aos convidados; no Receptivo-Lounge, a maior responsabilidade é recepcionar e informar todos os visitantes sobre horários, locais e responder qualquer dúvida que possa surgir. Além disso, são esses voluntários que estão encarregados de distribuir os cronogramas impressos e os convites para cada desfile em seu dia específico; por fim, no *Backstage*, as alunas auxiliam na produção do desfile em si, auxiliando os estilistas nos momentos finais com as roupas, organização de modelos e separação de acessórios.

Imagem 7 – Parte da equipe de voluntários (Receptivo-Salas de Desfile e Receptivo-*Lounge*) da edição de 2017



Fonte: Acervo pessoal

No ano de 2017, a autora buscou fazer sua pesquisa de campo, junto à participação no evento como Assistente de Coordenação na Organização do evento e como Assistente do estilista Lindebergue Fernandes, o que a aproximou do evento e de seu processo criativo. Já em 2018, sua participação começou ainda no início processo criativo da edição de 19 anos do evento, o que possibilitou o aprofundamento nesse tema e em toda a trajetória do evento até a sua realização, quando fez parte da Produção Executiva da campanha audiovisual do evento e atuou na Coordenação das Salas de Desfile.

Imagem 8 – Equipe de voluntários (Receptivo-Salas de Desfile e Receptivo-*Lounge*) da edição de 2018



Fonte: Acervo Pessoal

Em 2018 houve um número recorde de alunos voluntários trabalhando em Salas de Desfile e *Lounge*, trazendo, inclusive, alunos de faculdades de outros estados do Nordeste, conforme quadro abaixo:

Quadro 2 – Número de alunos voluntários entre os anos de 2015 e 2018

<b>Ano</b>	<b>Voluntários Salas</b>	<b>Voluntários Lounge</b>	<b>Voluntários Camarim</b>	<b>Total</b>
<b>2015</b>	40	9	40	89
<b>2016</b>	53	16	40	109
<b>2017</b>	46	17	60	123
<b>2018</b>	50	20	60	130

Fonte: TANQ

Na edição de 2017, o DFB ampliou a sua área física para se adequar ao Festival, com uma configuração que buscou trazer mais conforto aos seus participantes e ao público, além das áreas de circulação, do aumento no número das salas de desfiles e dos stands dos patrocinadores.

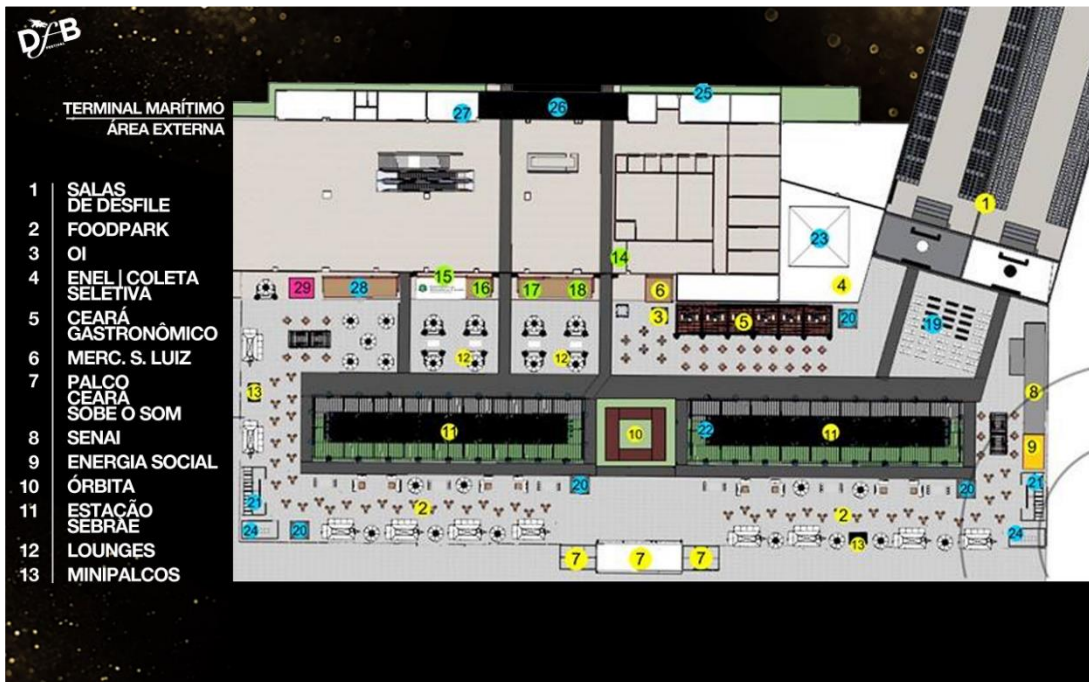
Em 2018, manteve-se o formato de festival e acrescentou-se à programação o DFBeach Club, uma terceira sala de desfile, localizada no andar superior do Terminal Marítimo de Passageiros do Ceará, com vista panorâmica para o pôr do sol sobre o mar de Fortaleza, onde ocorreram desfiles de moda praia, ampliando a capacidade de espectadores (Quadro 3):

Quadro 3 – Quantidade de assentos em cada sala de desfile em 2018

<b>SALAS DE DESFILE</b>	
<b>Sala 1</b>	1000
<b>Sala 2</b>	1000
<b>Sala 3 (DFB Beach Club)</b>	600

Fonte: TANQ

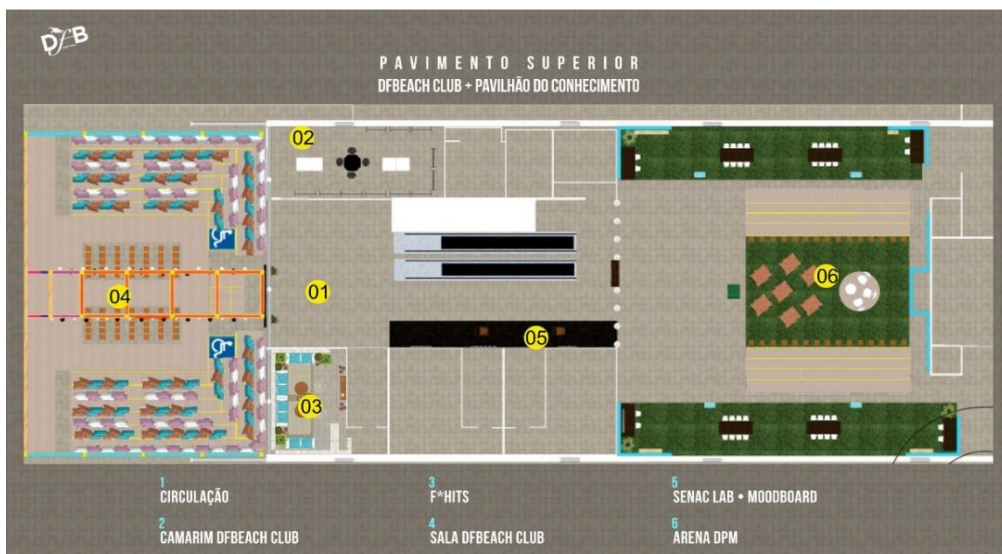
Imagem 9 – Planta baixa do DFB 2017



Fonte: Acervo TANQ

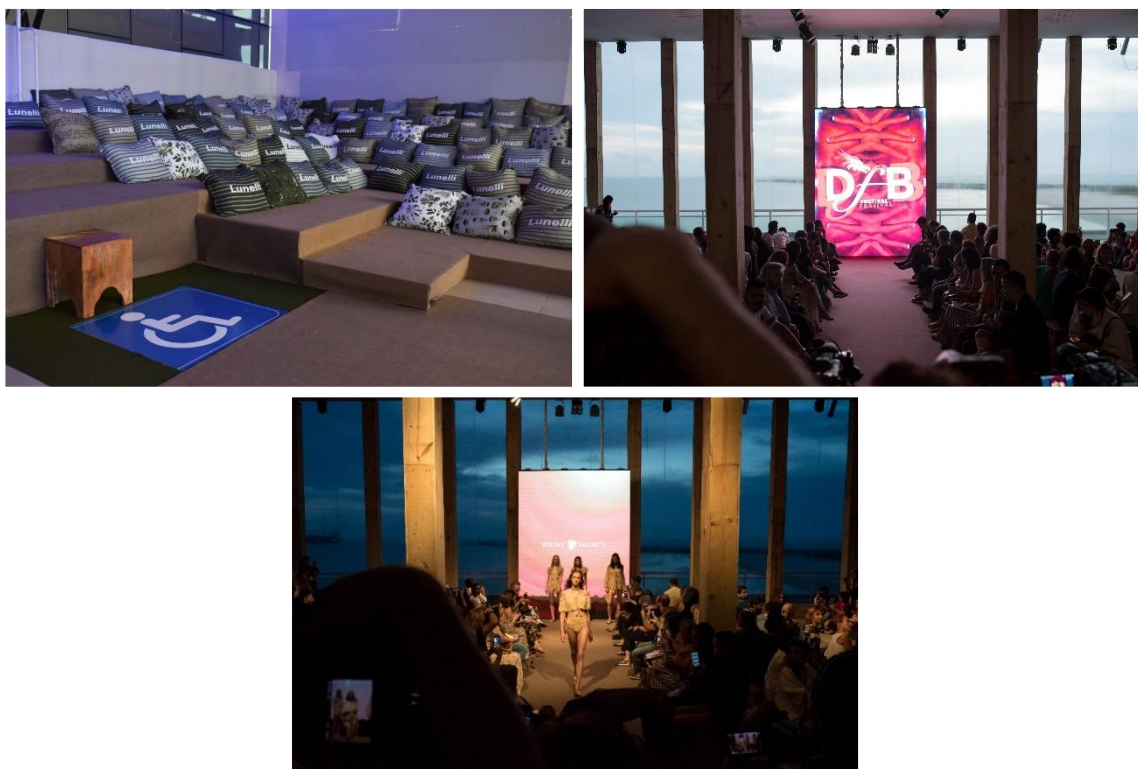


Imagem 10 – Planta baixa do DFB 2018



Fonte: Acervo TANQ

Imagem 11 – DFBeach Club 2018



Fonte: Acervo TANQ

Ao se tornar festival, o DFB traz a multidisciplinaridade ao público, com apoio de diversas instituições de comunicação, ensino, cultura e indústria. E seu crescimento é percebido, também, na fala de Cláudio Silveira:

Ao mesmo tempo são grandes as possibilidades que surgem em nosso horizonte. Afinal, se a moda muda o tempo todo, podemos dizer com orgulho que a nossa indústria também tem competência para acompanhar os movimentos da economia global. [...] Dessa forma, o DFB se reafirma como a voz da resistência. E vai além: é em seus quatro dias que a moda exerce total liberdade, em um evento aberto à cidade e ao mundo. [...] Por isso, o DFB Festival 2017 é mais que uma festa. É a consagração do nosso Ceará! De sua moda, de sua indústria, de sua gastronomia e de sua cultura. (SILVEIRA, Cláudio – em discurso proferido no lançamento do DFB 2017)

Dessa maneira, podemos afirmar que o DFB tem sido plataforma para a descoberta de novos talentos e afirmação de outros já consagrados e, por vezes, percebidos pela primeira vez, também, no evento, em edições anteriores. Como podemos ver no quadro abaixo, onde trazemos a quantidade de estilistas e marcas que desfilaram entre os anos de 2015 e 2018 (Quadro 4):

Quadro 4 – Quantidade de estilistas e marcas que desfilaram no DFB entre as edições de 2015 e 2018

ESTILISTAS/MARCAS	
2015	22
2016	21
2017	18
2018	28

Fonte: Site DFHouse.

Assim, é pertinente dizer que o DFB, a cada edição, proporciona o diálogo entre novos e consagrados, profissionais e estudantes, provocando inquietações sobre questões trazidas nos temas e nas coleções de cada estilista e auxiliando no crescimento e aprendizagem dos que o frequentam.

De certo modo, a moda e o DFB andam de mãos dadas, uma vez que também mobilizam profissionais da indústria, e contribuem com o giro do comércio dos produtos de moda locais, como o artesanato e os de moda autoral.

A moda é um fenômeno complexo, que faz funcionar as engrenagens de uma das mais antigas e poderosas indústrias da nossa civilização. Hoje, o assunto moda está presente como objeto de pesquisa nas principais universidades do planeta e a roupa é vista, antes de tudo, como signo portador de mensagens que nos falam do indivíduo que a veste e da sociedade que a produziu. Além disso, fazer moda no Brasil está se tornando, rapidamente, um negócio para profissionais, e as escolas e cursos superiores de moda, existentes no país há cerca de dez anos, vêm cumprindo um papel fundamental nesse processo. É preciso, portanto, alargar nossa visão desses fenômenos para melhor compreendê-los em sua totalidade. Criar relações, fazer pontes com outras disciplinas, com outros assuntos e outras idéias, olhar um pouco para fora do “pequeno mundo fashion”... (CALDAS, 1999, p. 16)

Quando falamos de DFB, cada área abrangida é de grande valia, pois atrai, de maneira mais democrática, públicos diferentes para um mesmo ambiente e uma mesma convivência. Temos áreas, que apresentaremos de forma sucinta, e que juntas dialogam e formam o evento.

#### CULTURA:

A Cultura pode ser subdividida de várias maneiras. No DFB, trazemos, além da Moda, a Música, a Dança, o Design, as publicações na Imprensa (*online* e *off-line*), artesãos e empreendedores criativos.

Dessa maneira, o DFB amplia o leque de atrações que são oferecidas ao público em cada edição e se diferencia dos outros eventos de moda presentes no Brasil. Desde a



mudança de seu formato para DFB Festival, todas as formas de criatividade e de expressão artística são valorizadas dentro do evento, o que o fortalece como um evento multidisciplinar.

Assim, o Evento traz atrações de música, dança, empreendedores criativos (artesãos, designers, artistas, estilistas) e profissionais de imprensa que movimentam e enriquecem o evento (Quadro 5<sup>6</sup>).

Quadro 5 – Atrações culturais na edição de 2018

<b>CULTURA</b>	
<b>MINIPALCOS (MÚSICA E DANÇA)</b>	2
<b>EMPREENDEDORES CRIATIVOS</b>	56
<b>PROFISSIONAIS DE IMPRENSA</b>	150

Fonte: TANQ

Dessa forma, é válido ressaltar que os shows de grande porte e os grandes artistas que o DFB trouxe, de forma gratuita, democratizam o acesso à cultura e à música. Na edição de 2018, também tivemos uma exposição de fotos que foi o resultado de um trabalho em conjunto das faculdades.

#### FORMAÇÃO:

Segundo o DFHouse, site oficial do evento, o Dragão Pensando Moda (DPM) é “Uma colaboração entre o DFB Festival e o Senac que promove 4 dias de cursos, workshops e vivências práticas e teóricas durante todo o evento”, que capacita e estimula alunos e apreciadores da área. No quadro 6 (abaixo) podemos ver a quantidade de minicursos, conversas criativas (palestras) e mesas redondas oferecidas no ano de 2018 (Quadro 6).<sup>7</sup>

Quadro 6 – Atrações do DPM na edição de 2018

<b>DPM</b>	
<b>MINICURSOS</b>	4
<b>CONVERSAS CRIATIVAS</b>	9
<b>MESAS REDONDAS</b>	11

Fonte: TANQ

Além da parceria com o Senac, outro laço é fortalecido entre o DFB e as faculdades do Ceará e do Nordeste. O ano de 2018 bateu o recorde do evento em

<sup>6</sup> Dados conseguidos apenas da edição de 2018.

<sup>7</sup> Dados conseguidos apenas da edição de 2018.

quantidade de alunos voluntários que trabalharam nas salas de desfile, nos *lounges* e no *backstage*, tendo 130 alunos, sendo esses de onze cursos entre moda, publicidade e propaganda, hotelaria e eventos, em contato direto com estilistas, marcas, modelos, patrocinadores e apreciadores e possíveis empregadores ou sócios.

#### GASTRONOMIA:

A gastronomia tem se tornado cada vez mais uma área importante na identificação e diferenciação de culturas. Segundo o site da UFC, significa que é “[...] a área do saber que estuda e aprofunda-se nos saberes da comida. [...] a gastronomia estuda os aspectos culturais, comerciais e científicos dos prazeres da mesa. [...]” E é de grande relevância dentro do DFB, sendo um setor que atrai grande parte do público.

A gastronomia está presente no DFB, trazendo chefs, restaurantes, bistrôs, bares e lanchonetes aclamados pelo público e que fazem sucesso no cenário fortalezense e cearense. Além disso, pratos que, dentro do espaço do DFB, se tornam mais acessíveis e próximos de todos o que frequentam o Evento.

No ano de 2018, tivemos quinze espaços destinados inteiramente à gastronomia e que foram divididos entre restaurantes, espaços gourmet (para comidas rápidas) e um megabar, como podemos acompanhar no quadro 7 a seguir:

Quadro 7 – Atrações gastronômicas na edição de 2018

<b>GASTRONOMIA</b>	
<b>RESTAURANTES</b>	6
<b>ESPAÇOS GOURMET</b>	8
<b>MEGABAR</b>	1

Fonte: TANQ

Nesse contexto, o DFB se mostra como um verdadeiro Festival, abraçando a moda, a cultura local (arte, música, dança e gastronomia) e a valorização da informação e da formação de seu público, que é cada vez maior e mais assíduo e todas as edições, áreas e espaços que elas oferecem, em sua totalidade.

### **2.3. MODA NO CONTEXTO DO DRAGÃO FASHION BRASIL – DFB**

Com o crescimento da moda local e de seus estilistas, o Dragão Fashion Brasil – DFB impulsiona a moda do Ceará para o Brasil e para o mundo, através de sua

apresentação e divulgação, pois apresenta os pontos fortes e ressalta os detalhes da riqueza da cultura cearense, além de ser um divulgador de empresas e produtos.

Eventos de moda são ferramentas fundamentais para ajudar a divulgar empresas e seus produtos. Para o lançamento de uma marca ou de uma coleção, os eventos de moda nunca foram tão importantes para impulsionar o crescimento do mercado como agora. Tendo isso presente, as empresas que vão organizar esse tipo de evento devem ficar atentas, pois os eventos requerem bom staff, planejamento e organização.

Estilistas geralmente apresentam suas próximas coleções aos compradores e críticos de moda. Se for produzido corretamente, um desfile de moda se torna uma fantástica vitrine de modelos desfilando roupas numa passarela branca, ao som de uma boa música. Novos designers e produtores não profissionais de desfiles de moda podem seguir alguns passos e produzir os próprios eventos com mais chance de sucesso. (SEBRAE<sup>8</sup>)

A moda, ao longo do tempo, sempre expressou valores de uma sociedade, caracterizando-se por formas, símbolos, texturas em processos de transformação. Percebemos que, assim, torna-se um sistema complexo, multifacetado, englobando uma diversidade de estilos e conceitos, mas apresentando-se sempre fascinante, como diz Cobra (2007, p. 16):

A moda é hoje um dos temas mais fascinantes porque, por meio dela, podemos analisar inúmeros aspectos de uma cultura. Não é só um mercado, não é só a questão do consumo que interessa. A moda deixou de ser vista como uma bobagem das mulheres fúteis para ser um importante fenômeno social.

A moda no Ceará teve grande influência da moda francesa e seguia sempre as tendências exportadas de Paris. Além disso, a diferenciação social se dava pela indumentária utilizada por cada indivíduo e pelos locais que frequentava.

[...] Os locais de lazer tinham suas significações, mas era, sobretudo, na apropriação da roupa e dos acessórios que a diferenciação se dava. As vestes representavam o símbolo dessa nova classe que tentava se afirmar perante a adoção de modas e costumes importantes [...] o apelo para que as senhoras adquirissem “as últimas modas de Paris” ou as “fazendas” importadas revela um contexto de mudança no padrão de comportamento das pessoas da cidade [...]. (MENDES, 2011, p. 6-8)<sup>9</sup>

Desse modo, é pertinente afirmar que a moda cearense teve sua evolução ao longo dos anos e deixou de ser apenas cópia de importações para se tornar a moda do Ceará, com mais identidade, trazendo seu artesanato como um dos pontos fortes de seus produtos. Assim, por ser multicultural, o DFB busca ampliar as oportunidades de aprendizagem a todos que o frequentam. Conforme Ferreira e Mendonça (2014, p. 4)

---

<sup>8</sup> <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/df/artigos/guia-eventos-de-moda,bc12c30631756510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 04 de julho de 2017.

<sup>9</sup> <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda\\_2011/GT08/GT/GT\\_88453\\_A\\_Beleza\\_esta\\_na\\_Moda\\_a\\_revista\\_Ba-ta-clan\\_e\\_as\\_novas\\_posturas\\_na\\_fortaleza\\_do\\_inicio\\_do\\_seculo\\_XX\\_.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda_2011/GT08/GT/GT_88453_A_Beleza_esta_na_Moda_a_revista_Ba-ta-clan_e_as_novas_posturas_na_fortaleza_do_inicio_do_seculo_XX_.pdf)> Acesso em 14 de junho de 2017.

O evento trouxe além de desfiles, a ideia de “pensar em moda”, trazendo profissionais da área para compartilhar seus conhecimentos com workshops, palestras e outras atividades. Bem como o concurso de Novos Talentos, onde novos estilistas mostravam suas criações com o foco na cultura regional e tinham oportunidade de ascender no mercado nacional.

Em harmonia com essa afirmação, é apropriado dizer que o evento não é apenas para apreciação superficial, mas para uma imersão na riqueza da cultura presente na moda autoral e em seus produtos. “[...]o Dragão Fashion Brasil proporciona maior valorização dos conhecimentos acadêmicos na área de moda, além dos trabalhos realizados pelos estilistas, estudantes e artesãos locais.” (Ferreira e Mendonça, 2014, p. 6).

Dessa forma, o intuito do DFB é trazer a multiculturalidade (moda, fotografia, gastronomia) para apresentá-las ao mercado nacional e internacional e abrir novas oportunidades para que a visibilidade sobre esses profissionais seja mais ampla. De acordo com Laurenti e Camargo (2015, p. 1)

Analicamente a moda relaciona-se com o contexto artístico, as mudanças da sociedade e do momento histórico no qual se configura. A modernidade possibilitou à moda contemporânea adquirir um caráter conceitual e autoral, onde o importante tornou-se transmitir uma ideia por meio da experimentação, o que permitiu refletir sobre a interação do binômio silhueta/materiais na forma do produto final.

Durante o DFB, é possível observar que diferentes estilistas e marcas de moda autoral apresentam novas coleções que inspiram o público e os consumidores. As pessoas estão cada vez mais interessadas em consumir algo diferente e elaborado, que as destaque dos demais em seu meio social, o que as faz frequentar e desejar os produtos apresentado. Segundo Laurenti e Camargo (2015, p. 3)

[...] essas criações estão ganhando maior espaço no guarda roupa do brasileiro de modo que, o vestuário elaborado pelo estilista abandona a passarela para fazer parte de outro acervo de peças totalmente diferente, para o próprio consumidor.

Além disso, há o Concurso dos Novos, que traz equipes de faculdades de todo o País, que seguem um edital divulgado todos os anos para a participação no Concurso, onde estão descritos as regras e os critérios de avaliação dessas equipes e suas coleções. Ao enviarem os primeiros materiais, uma comissão técnica elege as equipes que virão ao evento para mostrar coleções autorais com o determinado tema de cada ano. Durante os dois últimos dias de DFB, essas equipes selecionadas desfilam suas coleções e são avaliadas por uma comissão julgadora que escolherá os vencedores ao final do Evento.

Os concursos representavam ganhos para todos os envolvidos. A divulgação da sua loja era um benefício para o comerciante, porque estimulava o consumo dos itens doados; a disputa entre as moças para sair na revista era acentuada e

a sociabilidade de uma forma geral era estimulada, porque as pessoas iam aos lugares para ver quem tinha sido a vencedora. (MENDES, 2011, p. 6)<sup>10</sup>

Imagem 12 – Vencedora do Concurso dos Novos em 2017 (C. UNIV. JOÃO PESSOA-PB)



Fonte: < <http://www.dfhouse.com.br/gallery/concurso-dos-novos/#> > Acesso em 21 de novembro de 2018.

Como base no exposto, observamos que a moda autoral tem crescido de forma considerável e agrada cada vez mais os consumidores, especialmente no Ceará, onde o artesanato é bastante utilizado para ressaltar a identidade dos estilistas, designers e marcas autorais do Estado.

Desse modo, podemos dizer que a Moda Autoral está presente no DFB desde os expositores, que vendem seus produtos durante o Evento, até as peças presentes em cada desfile, de acordo com Schulte (2001, p. 101)

[...] na criação dos desenhos ou das peças de roupa que poderão vir a ser moda, o estilista trabalha com os mesmos princípios e elementos usados pelo artista na criação de suas obras de arte. Ou seja, ambos se utilizam da linha, da forma, da dimensão, da cor, da textura, entre outros, e têm em comum também, sempre, a forte preocupação estética.

Nesse contexto, validamos que a moda e a arte andam de mãos dadas e que o DFB, ao se tornar festival, traz consigo o conceito de arte nas suas mais diversas áreas e formas, transcendendo os limites da imaginação dos criadores de moda, de fotografia, design, gastronomia.

É a imaginação que faz o bom criador em qualquer área, não apenas na moda e na arte. Ao aliar-se muita imaginação à realização, resulta a criatividade, ingrediente fundamental para o profissional da atualidade e do terceiro milênio. [...] E é na arte que se encontra solo fértil para germinar a semente da criatividade, semente que é inerte a todas as pessoas, mas que precisa ser desenvolvida. (SCHULTE: 2001, p. 101)

---

<sup>10</sup> <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda\\_2011/GT08/GT/GT\\_88453\\_A\\_Beleza\\_esta\\_na\\_Moda\\_a\\_revista\\_Ba-ta-clan\\_e\\_as\\_novas\\_posturas\\_na\\_fortaleza\\_do\\_inicio\\_do\\_seculo\\_XX\\_.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda_2011/GT08/GT/GT_88453_A_Beleza_esta_na_Moda_a_revista_Ba-ta-clan_e_as_novas_posturas_na_fortaleza_do_inicio_do_seculo_XX_.pdf)> Acesso em 14 de junho de 2017

Dessa forma, podemos reconhecer que o DFB traz essa possibilidade a todos que frequentam e participam do evento, revelando novos talentos, reafirmando estilistas já consagrados da moda autoral cearense, chefs, designers, fotógrafos e outros profissionais das mais diversas áreas que nasceram e/ou atuam no Ceará, inspirando e instigando a todos que se interessam pela arte e pela moda cearense.

Na edição de 2017, 40 desfiles fizeram parte do festival. Já em 2018, tivemos 30, entre marcas, estilistas e concursos.

Além dos desfiles do *line up* oficial, o Concurso dos Novos é porta de entrada para que estudantes de várias faculdades do Brasil possam mostrar seus produtos e coleções para o júri e para o público frequentador do DFB. A partir dele, que antes era apenas realizado com concorrentes individuais, muito estilistas, hoje famosos, se lançaram no mercado e hoje fazem sucesso com marcas próprias, ateliês e como estilistas de outras marcas.

Imagem 13 – Vencedora do Concurso dos Novos em 2018 (Senac SE)



Fonte: <<http://www.dfhouse.com.br/empoderamento-feminino-e-etnico-pelo-senac-se/>> Acesso em 9 de novembro de 2018.

Atualmente, o Concurso dos Novos é feito em equipes, sendo uma por faculdade/universidade que, alguns meses antes da realização do DFB, envia seu projeto para a equipe de jurados montada todos os anos para avaliar e selecionar as que passarão para a segunda fase, já no decorrer do evento, quando, no último dia, o vencedor é anunciado e premiado.

### **3. PROCESSO CRIATIVO NA CONCEPÇÃO DE EVENTOS: O DRAGÃO FASHION BRASIL**

*“Criar é, basicamente, formar. [...] O ato criador abrange, portanto, a capacidade de compreender; e esta, por sua vez, a de relacionar, ordenar, configurar, significar”* Fayga Ostrower

#### **3.1. REFLETINDO SOBRE O CONCEITO DE PROCESSO CRIATIVO**

O processo criativo é a base para desenvolver os mais diversos campos da nossa vida e com o DFB não seria diferente, uma vez que, em sua preparação, esse processo é de extrema importância Segundo Fantim (2008, p. 44):

Pensar no processo criador é refazer, recriar, transformar... É pensar um processo no qual mais importante do que saber as respostas dos problemas é saber formular as perguntas, descobrir problemas. E esse processo criador não fica restrito ao campo da arte e da prática estética, pois está presente na nossa vida, no nosso trabalho, nas nossas relações. [...] Pensar o processo criador é alimentar a relação significativa e inquieta com o conhecimento, que é construído na criação, na transformação e na recriação de hipóteses em constante movimento, como pulsão de vida.

Somado a isso, o pensamento criativo também se faz sempre presente em todo o esse percurso, como foi possível perceber durante o período de observação participante da autora deste estudo no evento e seu processo criativo. De acordo com Almeida e Almeida (2015, p. 2) “O pensamento criativo tem sido considerado como um diferencial, apesar de pesquisadores acreditarem que o potencial para a criatividade está em todos os indivíduos, desde que não seja inibida ou bloqueada. [...]”

Assim, quando trazemos o processo criativo para a moda, além do Evento como um todo, temos as criações de moda em desfiles e em produtos para venda, que são pensados e produzidos a cada nova edição, o que nos faz concordar com Kratz (2016, p. 172) quando afirma que

[...] o processo criativo, no âmbito da moda, não se dá somente no processo de inspiração e transcendência de seus pensamentos e ideias, mas também no processo de construção consciente de um novo conhecimento, de uma nova proposta, pois este se dá no campo das organizações que estão inseridas no processo capitalista de produção.

Desse modo, é pertinente dizer que a arte e a moda dialogam, constantemente, durante o processo criativo e a concepção da criação, que é um conjunto de experiências, imaginação e desejo do novo, o que a Direção Criativa do DFB sempre busca inserir em todo o seu processo de criação até a execução do evento, inclusive na campanha

audiovisual, na decoração e nas atrações que o evento promove. Ainda de acordo com a mesma autora:

Criação que existe como origem de acontecimentos históricos e como processo no qual o ser humano imagina, combina, modifica e cria o novo, pois o principal elemento da atividade criadora está nas relações sociais que alimentam a constituição da arte, das ciências e das técnicas. (FANTIM, 2008, p. 47)

Além disso, a criação é um processo que provem da entrega de cada criador, que traz de dentro de si, com o apoio de seu acervo imaginativo, as novas ideias de cada projeto, o que é muito presente em todas as edições do DFB, especialmente na escolha dos temas de suas edições. Segundo Ostrower (1995, p. 247)

O potencial criador não é outra coisa senão esta disponibilidade interior, esta plena entrega de si e a presença total naquilo que se faz. Ela vem acompanhada do senso maravilhoso, da eterna surpresa com as coisas que renovam no cotidiano [...] É nossa sensibilidade viva, vibrante.

Assim, o processo criativo carrega muito mais do que apenas o estético em seu produto final, transmite as ideias e os desejos de seu criador, pois, ainda sob a perspectiva da mesma autora

Criar, significa poder compreender, e integrar o compreendido em novo nível de consciência. Significa poder considerar o novo entendimento em termos de linguagem. Significa introduzir novas ordenações, formas. Assim, a criação depende tanto das convicções internas da pessoa, de suas motivações, quanto de sua capacidade de usar a linguagem no nível mais expressivo que puder alcançar. [...]. (OSTROWER, 1995, p. 252)

Durante a pesquisa em campo, foi possível perceber que a criatividade e o poder criativo na realização do DFB e de seus participantes (artesãos, designers, estilistas, marcas, Direção do evento e público) está presente em todas as áreas e etapas inseridas em suas edições, principalmente após sua transformação em Festival, quando passou a abraçar outras áreas além da moda, levando em consideração a análise dos produtos e produtores presentes no Evento e o embasamento teórico exposto sobre criatividade e processo criativo.

Aqui (no Dragão), o processo criativo não para de acontecer entre uma edição e outra, o que enriquece todo o percurso durante os anos seguintes e contribui para a harmonia entre eles, da escolha dos temas até a comunicação audiovisual de cada uma. Além de fortalecer a identidade *autoral* que ainda é o maior diferencial do evento e o torna o principal evento da América Latina nesse setor.



### 3.2. DFB E O SEU PROCESSO CRIATIVO

O objeto desse estudo é o Dragão Fashion Brasil (DFB), enquanto festival de moda, e seu processo criativo. Ao trazermos para a pesquisa o processo criativo do DFB, temos como base a definição de Meira (2007, p. 122)

Ao contrário do que se pensa, a criação envolve aprendizagem. Apesar de todos nascerem artistas, ninguém se forma artista sem luta e sem trabalho com a criação, com as informações, deformações e formações que os atos de criação propõem ao criador concretamente. [...]. Os processos de metamorfose mostram como uma coisa se torna outra, como um ser, a partir de seus atos, vai plasmando o sujeito do seu desejo e de sua esteticidade existencial. Desafio poético, além de noético e pedagógico.

Assim, é válido dizermos que o DFB, como evento, necessita que sua criação seja muito bem planejada, organizada e operacionalizada, para que cada edição aconteça da melhor maneira possível. Laurindo e D'Ávila (2007)

Todas as pessoas possuem um potencial criativo, elas nascem com isso, com a máquina de idéias que é o cérebro. Mas essa máquina precisa ser alimentada com muita informação e cultura para que estimule a criatividade existente, combinando os dados armazenados ao longo da vida com as novas informações adquiridas, construindo, assim, novos sentidos, novas idéias.

Encontramos no DFB a Produção de Moda, que está presente desde os expositores, comercializando seus produtos de moda, até os desfiles apresentados durante o Evento. Conforme a definição do que é Produção e Produção de Moda de Andrade e Joffily (2011, p. 12)

A produção é sempre um trabalho coletivo, e o produtor de moda é um autêntico maestro que “rege” toda a equipe. Pode-se dizer que ele é um elemento catalisador, um elemento que reúne consegue retirar de cada profissional envolvido numa produção o que ele tem de melhor para oferecer”

Podemos afirmar que a Produção não é algo simples e rápido, mas um processo que depende do produtor e de toda a sua equipe de maneira colaborativa. Cada evento demanda análise dos recursos disponíveis e das particularidades de cada um, como tema, local, orçamento, pessoal e investidores. Segundo Fortes e Silva (2011, p. 49) “Quanto maior a abrangência e mérito do evento, maior a antecedência necessária para a captação de recursos, além da periodicidade que alguns eventos tem. ” Tal afirmação é pertinente quando tratamos de Dragão Fashion Brasil, por ser anual e possuir o reconhecimento de maior evento de moda autoral da América Latina.

Além disso, o DFB requer que sua programação e formato sejam muito bem planejados e executados. De acordo com Fortes e Silva (2011, p. 51)

A programação é a sequência organizada das diferentes atividades a serem desenvolvidas no evento, ou seja, o fluxo das diversas atividades, caracterizadas por meio do temário, data, horário de realização. Ela é definida para facilitar a compreensão do temário escolhido. Sua determinação indica o *formato* e o tipo de evento ideais para cumpri-la da forma esperada.

Dessa maneira, é válido dizer que o DFB demanda que sua programação seja minuciosamente elaborada para que atraia todos os públicos que o evento pretende atingir, além de garantir que seu público habitual continue interessado e participante de suas atividades e atrações.

O DFB atrai milhares de espectadores todos os anos e a cada edição traz novidades a serem apreciadas pelos mais diferentes públicos, desde o estudante de moda, fã de alguma marca ou estilista, até um chef renomado degustando novos pratos, trazendo para esse cenário o processo criativo. Ostrower (1977), refletindo sobre esse tema coloca que os processos de criação são essencialmente intuitivos, mesmo englobando a experiência das pessoas envolvidas e o aspecto racional. E somente se tornam conscientes quando são expressos por uma forma.

Em cada função criativa sedimentam-se certas possibilidades; ao se discriminarem, concretizam-se. As possibilidades, virtualidades talvez, se tornam reais. Com isso excluem outras - muitas outras - que até então, e hipoteticamente, também existiam. Temos de levar em conta que uma realidade configurada exclui outras realidades, pelo menos em tempo e nível idênticos. É nesse sentido, mas só e unicamente nesse, que, no formar, todo construir é um destruir. Tudo o que num dado momento se ordena, afasta por aquele momento o resto do acontecer. É um aspecto inevitável que acompanha o criar e, apesar de seu caráter delimitador, não deveríamos ter dificuldades em apreciar suas qualificações dinâmicas. Já nos prenuncia o problema da liberdade e dos limites. (OSTROWER, 1977, p. 26)

Percebemos que o processo criativo e a produção do DFB caminham lado a lado, uma vez que um depende do outro para que, a cada passo, o que foi imaginado e planejado seja realizado da melhor maneira possível e continue encantando seu público a cada edição. Segundo Cláudio Silveira, o tema de cada edição do DFB conversa com

O momento em que vive o nosso trade, lutamos contra dificuldades, apostamos nos novos talentos, no moderno. E no que nos faz acreditar ser a moda e seu poder de persuasão [...] aproveitamos todos os temas que envolvem o universo da moda, mas lembrando sempre da nossa identidade brasileira.

O processo criativo do DFB envolve cerca de 14 pessoas que compõem 3 setores: Direção (diretor, diretora executiva, coordenador de produção e coordenador de salas), Equipe Criativa TANQ (direção criativa, atendimento, produção gráfica, *web development*, finalização e liberação de arquivos) e Colaboradores Artísticos (fotógrafos e *videomakers*). (DADOS FORNECIDOS PELA AGÊNCIA TANQ)

Inserido no processo criativo do DFB, o tema é definido de uma escolha, de certa forma pessoal, do idealizador com pesquisas de tendências para chegar ao resultado final que pode ser visto durante os dias em que o DFB acontece, como diz Thiago Nascimento (TANQ), “[...] o diferencial do Dragão, é que ele realmente é um [...] organismo vivo, ele é muito orgânico. Não existem processos fechados e protocolados[...]”.

Quando se trata do desenvolvimento criativo do DFB, no geral, é influenciado por diversos fatores internos e externos. A partir das ideias do Cláudio, partimos para a elaboração de toda a parte gráfica, de comunicação do evento, qual ou quais as cores vamos usar naquele ano, qual será o tema central e toda a “cara” do evento.

Além disso, observamos quais pontos serão mais coerentes com o evento, quais as novidades querem trazer, estruturalmente e nas atrações. Como o evento é aberto ao público e gratuito, temos que pensar no que será mais atrativo às pessoas, de uma maneira geral. Quais artistas estão em alta naquele momento e o que chamaria mais atenção.

Também pensamos em formas de trazer a arte local para dentro do evento, não só com o *boulevard* que é onde alguns artesãos e marcas locais podem comercializar seus produtos, mas também com exposições de fotos, produtos de design e até produções feitas dentro dos cursos de moda de Fortaleza.

Como em vários outros aspectos, o DFB não se encaixa no “comum”, tendo seu processo criativo não-linear e, por muitas vezes modificado ao longo do período pré-evento, até chegar ao lançamento e a realização do evento em si, como podemos ver no trecho abaixo, retirado da entrevista realizada com Charles W. (TANQ)

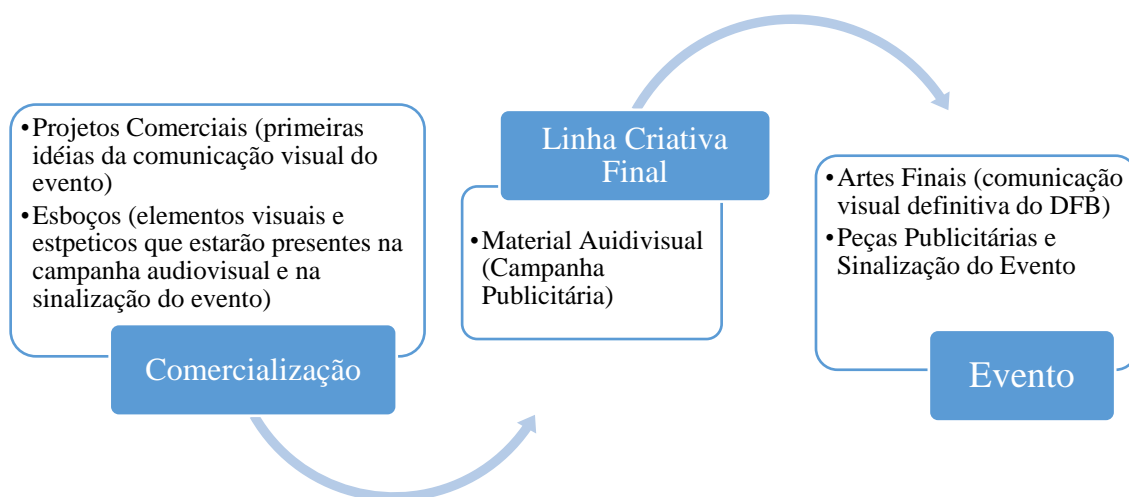
[...] o Dragão tem dois momentos de criação. O momento um ano antes do evento, que é quando começamos a tabular os resultados [...] A gente contabiliza, [...] repercussão da mídia, na imprensa, nas redes sociais, faz esse balanço. Depois que faz o balanço, monta-se um pré-projeto comercial, [...] nesse momento, [...] 9 meses antes do Dragão, a gente não sabe como vai ser o Dragão do ano que vem, mas precisamos ter alguma cara, precisa ter alguma identidade, precisa ter algum conceito. [...]. É com uma identidade que não necessariamente tem a ver com aquela que vai acontecer 9 meses depois. Essa identidade só é definida, basicamente 4, 5 meses, no máximo, antes do evento. Então assim, quando faz a virada do ano, em janeiro é que precisamos realmente fechar tudo[...]. [...] O evento muda até a hora, no primeiro dia. [...], tudo pode acontecer. (CHARLES W., 2017)

O tempo necessário para a construção de cada edição do evento são aproximadamente 10 meses de preparação para cada edição do DFB. Geralmente, começamos os primeiros esboços do evento em agosto/setembro, de uma edição que vai acontecer em maio do ano seguinte. E durante esses 10 meses muita coisa acontece, muita

coisa muda. Muitas vezes o que pensamos em agosto é totalmente modificado quando chegamos em abril/maio, às vésperas do evento.

Dessa forma, o processo criativo do DFB é dividido em três momentos principais: Comercialização - entre agosto e setembro do ano anterior ao evento. São elaborados os projetos comerciais e os primeiros esboços do formato; é criado, também, um layout intermediário, que antecipa a comunicação oficial da próxima edição; Pré-Evento - Entre fevereiro e março - período em que se define a linha criativa final do Evento, bem como a produção de material audiovisual, incluindo fotografia e vídeos para a campanha publicitária; Evento - três semanas antes do início do evento são produzidas e liberadas as artes-finais das peças publicitárias e de sinalização do evento. A cobertura online tem início durante a semana de montagem e estende-se até a semana posterior ao DFB. Como podemos resumir no fluxograma a seguir:

Imagem 14 - Fluxograma 1 – Três etapas do processo criativo do DFB

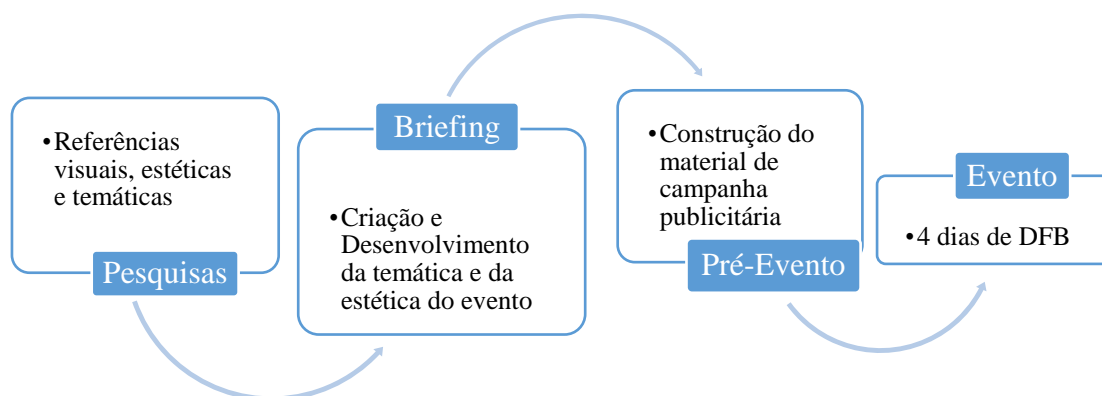


Fonte: Criação da autora com informações fornecidas pela TANQ

Com a observação participante percebemos que o DFB não costuma se encaixar nos formatos padrões de processos criativos que estamos acostumados a vivenciar e aprender em sala de aula, o ritmo é completamente diferente, mas, basicamente, as etapas são as mesmas. A cada nova reunião (pré-evento) algo é modificado e reformulado para se encaixar às novas ideias que surgem durante o caminho. Geralmente, o que se é pensado em agosto/setembro, que é quando a edição do ano seguinte começa a ser elaborada, é quase que completamente modificado até maio, quando o evento de fato acontece.

De maneira geral, o processo criativo do Evento, pode ser resumido em quatro etapas bem definidas, que descrevem o caminho percorrido até a data da realização. São elas: as Pesquisas, realizadas antes da escolha do tema e da definição do visual que apresentaremos ao público; o *Briefing*, quando temos o tema e os elementos estéticos; a Produção (Pré-Evento), quando construímos o material de campanha, a estrutura física do evento, as programação e cronograma; e o Evento propriamente dito.

Imagem 15 - Fluxograma 2 – Quatro etapas do processo criativo do DFB



Fonte: Criação da autora com informações fornecidas pela TANQ

Durante o processo, é muito interessante perceber como essas mudanças são importantes e fazem toda a diferença no que é apresentado ao público durante o evento, em maio. A capacidade adaptativa de toda a equipe perante as dificuldades que surgem durante o período de preparação do evento é muito grande. Pudemos perceber, durante a participação, que o alinhamento dos membros da equipe é sempre reafirmado quando ocorrem imprevistos, problemas ou limitações, que muitas vezes são externos, mas que interferem na realização do Festival.

Apesar de não ser linear, como praticamos dentro das salas de aula, o processo criativo DFB consegue atender as demandas necessárias na preparação de um evento com esse porte. Todos os passos são planejados e repensados à medida que os meses vão passando e as situações vão acontecendo.

Desde atrações e desfiles até as novidades de cada edição, os planos costumam passar por modificações para se adequarem melhor a realidade do evento. Cada ano traz novos desafios a serem superados, as expectativas do público e os desejos dos idealizadores, atrelado às parcerias e patrocínios.

A criatividade trazida no evento pode ser percebida de diversas formas e em todas as áreas abrangidas. O processo criativo ali inserido é pensado tanto de uma maneira

geral, ou seja, no DFB como um todo, quanto em cada parte de forma separada, e de certo modo, exclusiva, para que cada edição tenha suas diferenças entre si e entre outros eventos de moda do País e do mundo.

A criatividade começa com a quebra de paradigmas e padrões. Pode ser uma nova visão dos problemas, a busca de novas associações, a crença em novas formas.

O ato criativo é um pensar diferente. Temos então uma nova forma de pensar, um pensar ligado à percepção. Preocupar-se com as possibilidades e com o que poderia ser; com as mudanças de conceitos e percepções. <[http://www2.anhembi.br/html/ead01/tec\\_criatividade\\_eventos/pdf/tec\\_criatividade\\_eventos\\_lu03.pdf](http://www2.anhembi.br/html/ead01/tec_criatividade_eventos/pdf/tec_criatividade_eventos_lu03.pdf)> Acesso em 12 de outubro de 2018

Cada evento criativo busca inovar quando se trata de atrativos para o público que o frequenta. Com DFB não é diferente. Todos os anos, o evento busca trazer pelo menos uma novidade que o público ainda não tenha visto no evento, seja uma atração musical ou uma exposição ou artista/estilista novo ou renomado.

Um evento criativo apresenta um tema novo, atividades diversificadas, ideias ousadas; seus objetivos transcendem o alvo das atividades propostas. Busca diversão, emoção, atratividade de novos negócios para seus investidores e parceiros.

<[http://www2.anhembi.br/html/ead01/tec\\_criatividade\\_eventos/pdf/tec\\_criatividade\\_eventos\\_lu03.pdf](http://www2.anhembi.br/html/ead01/tec_criatividade_eventos/pdf/tec_criatividade_eventos_lu03.pdf)> Acesso em 12 de outubro de 2018.

Dessa forma, podemos definir o DFB Festival como Evento Criativo, uma vez que diverte, motiva, manifesta, inova, emociona e promove interações em todas as suas edições, seja nos desfiles, nos espaços de formação ou nos shows.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve o intuito de trazer ao público um olhar diferenciado e aprofundado do processo de criação do Dragão Fashion Brasil, a fim de contribuir na construção de novos profissionais que se interessam pela área e desejam se aprofundar no assunto.

Foi possível, também, detalhar cada etapa do processo criativo, embasado em autores que conceituam e desenvolvem o assunto, para fortalecer a minha observação participante ao longo do período em que estive inserida na equipe de criação e coordenação.

Além disso, realizar o registro do processo criativo do Evento, durante o acompanhamento, permitiu que o trabalho se aproximasse mais do que acontece e de quais fatores são importantes na construção e desenvolvimento do evento e mostrar isso ao leitor de maneira mais real.

Foi de suma importância que a parceria que tive com os membros da equipe de organização do evento tenha acontecido de maneira amistosa e próxima, o que permitiu sua participação efetiva durante as reuniões de criação, desenvolvimento e realização.

Dessa forma, o presente trabalho também buscou somar perspectivas sobre produção de moda e planejamento e organização de eventos, pesquisando, publicando e adicionando material teórico a bibliografia existente nessas áreas.

Além disso, foi muito interessante, como estudante e apreciadora dessa área da moda, acompanhar esse processo e fazer parte da equipe DFB de maneira tão próxima e ativa. Pude presenciar momentos de enorme aprendizado e vivência profissional e humana, pois a relação com cada membro do Evento me proporcionou experiências que são muito valiosas para qualquer momento e área em que eu possa atuar.

## REFERÊNCIAS

- <<http://www.dfhouse.com.br/page-without-sidebar/>> Acesso em 2 de junho de 2017.
- <<http://www.dfhouse.com.br/pensando-e-fazendo-moda/>> Acesso em 25 de setembro de 2018.
- <<http://www.grupogen.com.br/manual-organizacao-eventos>> Acesso em 29 de junho de 2017.
- <<http://www.somosvos.com.br/o-cearense-se-vira/>> Acesso em 30 de junho de 2017.
- <<http://www.ufc.br/ensino/guia-de-profissoes/535-gastronomia>> Acesso em 15 de outubro de 2018.
- <[http://www2.anhemi.br/html/ead01/tec\\_criatividade\\_eventos/pdf/tec\\_criatividade\\_eventos\\_lu03.pdf](http://www2.anhemi.br/html/ead01/tec_criatividade_eventos/pdf/tec_criatividade_eventos_lu03.pdf)> Acesso em 12 de outubro de 2018.
- <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/df/artigos/guia-eventos-de-moda.bc12c30631756510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 04 de julho de 2017.
- ALMEIDA, Glaucia Regina de Oliveira; ALMEIDA, Glessiane de Oliveira. Criatividade: Conceito E Reflexão. In: 8º ENCONTRO INTERNACIONAL DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES E O 9º FÓRUM PERMANENTE INTERNACIONAL DE INOVAÇÃO EDUCACIONAL, 8., 2015, Aracaju. Anais... . Aracaju: Unit, 2015. v. 8, p. 1 - 10. Disponível em: <<https://eventos.set.edu.br/index.php/enfope/article/view/1457/119>>. Acesso em: 06 nov. 2018.
- ANDRADE, Maria & JOFFILY, Ruth. **Produção de Moda**. Ed. SENAC São Paulo. 2011.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. Tradução de Pedrinho A. Guareschi.
- BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. **Investigação qualitativa na educação**. Porto: Porto Editora, 1994.
- CALDAS, Dario. Universo da moda: curso online. São Paulo. Anhemi Morumbi: 1999.
- CARVALHO, Analice Camara. **A MODA FORTALEZENSE NO FINAL DA DÉCADA DE 20: UMA ANÁLISE DO JORNAL O POVO COMO REFERÊNCIA PARA AS INFORMAÇÕES SOBRE MODA NA ÉPOCA**. <[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TUP3NfM75pkJ:www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda\\_2012/GT06/POSTER/103238\\_A\\_Moda\\_Fortalezense\\_no\\_final\\_da\\_decada\\_de\\_20.pdf+&cd=12&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=br](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TUP3NfM75pkJ:www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda_2012/GT06/POSTER/103238_A_Moda_Fortalezense_no_final_da_decada_de_20.pdf+&cd=12&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=br)> Acesso em 03 de julho de 2017.
- COBRA, Marcos. Marketing & moda. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.



FANTIM, Monica. O PROCESSO CRIADOR E O CINEMA NA EDUCAÇÃO DAS CRIANÇAS. In.: FRITZEN, Celdon; MOREIRA, Janine. Educação e Arte: As linguagens artísticas na formação humana. Campinas – São Paulo: Papirus, 2008.

FARIAS, I. M. S. (*et al*). Trilhas do labirinto na pesquisa educacional qualitativa: dos procedimentos da coleta de dados ao trabalho de campo. In.: FARIAS, I. M. S.; NUNES, J. B. C.; NÓBREGA-THERRIEN, S. M. (org.) **Pesquisa científica para iniciantes** – caminhando no labirinto – Fundamentos da pesquisa V. 1 Fortaleza : EDUECE, 2010.

FERREIRA, Thais Cavalcanti de Albuquerque; MENDOÇA, Marianna Calixto. **ANÁLISE DE CRESCIMENTO DO DRAGÃO FASHION BRASIL NO ESTADO DO CEARÁ**. 10º Colóquio de Moda – 7ª Edição Internacional 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2014.

FORTES, Waldyr Gutierrez; SILVA, Mariângela Benine Ramos. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas em pesquisa social**. São Paulo: atlas, 1999.

LAURENTI, Alessandra Tavares; CAMARGO, Maristela Gomes de. REFLEXÕES SOBRE MODA AUTORAL E MODA CONCEITUAL. 11º Colóquio de Moda - 8ª Edição Internacional 2º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2015.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber: Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul Ltda; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

MATOS, Kelma Socorro Lopes e VIEIRA, Sofia Lerche. **Pesquisa educacional: o prazer de conhecer**. 2. ed rev e atual, Fortaleza : Edições Demócrito Rocha, 2002.

MEIRA, Marly Ribeiro. **Filosofia da criação: reflexões sobre o sentido do sensível**. Porto Alegre: Mediação, 2003.

MENDES, Francisca R. N. **A BELEZA ESTÁ NA MODA: A REVISTA BATACLAN E AS NOVAS POSTURAS NA FORTALEZA DO INÍCIO DO SÉCULO XX**. 7º Colóquio de Moda, 2011.

<<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda-2011/GT08/GT/GT-88453-A-Beleza-esta-na-Moda-a-revista-Bataclan-e-as-novas-posturas-na-fortaleza-do-inicio-do-seculo-XX.pdf>> Acesso em 14 de junho de 2017.

MINAYO, M. C. de S. (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1994.

NUNES, J. B. C.; NÓBREGA-THERRIEN, S. M. **Pesquisa científica para iniciantes: caminhando no labirinto**. Fortaleza: EdUECE, V. I, 2010.

ORIONI, Ailin. **GESTÃO DE EVENTOS: Análise organizacional de uma organização de eventos: o caso do Instituto do Festival de Dança**. 2007. 127 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Departamento de Ciências de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

OSTROWER, Fayga. **Acasos e Criação artística**. 2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1977.

SCHULTE, N. K. A importância do ensino da arte para a moda. In: PILLOTO, Sílvia Sell Duarte; SCHRAMM, Marilene de Lima Körting. (Org.). Reflexões sobre o ensino das artes. Joinville: UNIVILLE, 2001.

SILVA, L. R. C. (*et al*). Pesquisa documental: caracterização e interface na produção acadêmica em Educação. In.: NOBREGA-TERRIEN, S. M.; FARIAS, I. M. S.; NUNES, J. B. C. **Pesquisa científica para iniciantes: caminhando no labirinto**. Fortaleza: EdUECE, V. III, 2011.

ZANELLA, Luís Carlos. Manual de Organização de eventos: planejamento e operacionalização. São Paulo: atlas, 2003.



UFC

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
CURSO DE DESIGN-MODA

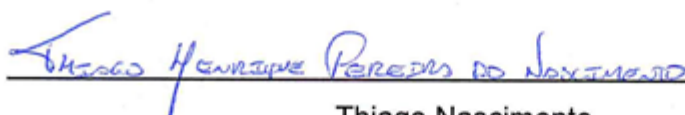
TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE NOME, IMAGEM, DEPOIMENTO E PESQUISA

Nome:	Thiago Nascimento		
E-mail:	thiago@tanq.me		
Endereço:	Rua Caetano Ximenes Aragão, 605, aptº 1301		
CPF:	025.244.773-55	Contato:	(85) 99274-5774

Pelo presente termo **AUTORIZO** expressamente e sem ônus o uso de minha imagem e nome, bem como dos depoimentos ou pesquisas realizadas, englobando toda a produção científica, fotos, imagens e outros materiais relacionados que, por minha iniciativa, foram cedidos à aluna CECÍLIA DE SOUSA TIGRE FRANÇA para a realização do seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no Design-Moda da Universidade Federal do Ceará.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização.

Fortaleza, 21 de Novembro, de 2018.



Thiago Nascimento



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
CURSO DE DESIGN-MODA

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE NOME, IMAGEM, DEPOIMENTO E PESQUISA

Nome:	Charles W.		
E-mail:	charles@tanq.me		
Endereço:	Rua Caetano Ximenes Aragão, 605, aptº 1301		
CPF:	472.116.953-15	Contato:	(85) 992565658

Pelo presente termo **AUTORIZO** expressamente e sem ônus o uso de minha imagem e nome, bem como dos depoimentos ou pesquisas realizadas, englobando toda a produção científica, fotos, imagens e outros materiais relacionados que, por minha iniciativa, foram cedidos à aluna CECÍLIA DE SOUSA TIGRE FRANÇA para a realização do seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no Design-Moda da Universidade Federal do Ceará.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização.

Fortaleza, 21 de Novembro, de 2018.

Charles W.