

ESTRUTURA CURRICULAR E EMENTAS

Especialização em Moda, Arte e Cultura - 8ª edição

Currículo 004

A estrutura curricular do curso de Especialização em Moda, Arte e Cultura foi desenvolvida de forma a oferecer abordagens importantes, de temas caros à moda, sua relação com a arte em suas diversas linguagens, e os diálogos possíveis com múltiplos aspectos de nossa cultura. O eixo central da estrutura do curso proporciona ao aluno um direcionamento especializado para a atuação em moda e o suporte complementar para as reflexões necessárias à pesquisa acadêmica, nas relações entre a moda, a arte e a cultura contemporânea.

A seguir, apresenta-se as disciplinas do curso, carga horária e seus respectivos docentes.

Estrutura curricular		
Disciplina	C.H.	Docente
<u>Arte, alta costura e marketing na moda de luxo</u>	9h	Dr. Henrique Grimaldi Figueredo (Moda - UFJF)
<u>Arte, moda e instituições</u>	18h	Dr. ^a Renata Cristina de Oliveira Maia Zago (Artes Visuais - UFJF)
<u>Direção de arte, audiovisual e moda: a construção da narrativa visual</u>	18h	Dr. ^a Theresa Christina Barbosa de Medeiros (Comunicação - UFRN)
<u>Diversidade e inclusão na moda: novos consumidores e mercados</u>	18h	Dr. ^a Aliana Barbosa Aires (Moda - IED/SP)
<u>Fotografia, cinema e moda</u>	18h	Dr. Afonso Celso Carvalho Rodrigues (Artes Visuais - UFJF)
<u>Games e cultura de moda</u>	9h	Dr. ^a Letícia Perani (Artes Visuais - UFJF)
<u>Hibridação entre arte e moda</u>	18h	Dr. ^a Maya Marx Estarque (Moda - SENAI/CETIQT/RJ)
<u>Hibridismos entre moda e arquitetura</u>	18h	Dr. Frederico Braidia Rodrigues de Paula (Arquitetura - UFJF)
<u>Linguagem autoral em moda</u>	18h	Dr. ^a Annelise Nani da Fonseca (Moda - UFJF)
<u>Metodologia aplicada à pesquisa em arte e moda</u>	9h	Dr. Javer Wilson Volpini (Moda - UFJF)
<u>Moda brasileira: história e representações</u>	18h	Dr. ^a Maria Claudia Bonadio

		(Moda - UFJF)
<u>Moda, capitais e periferias</u>	9h	Dr. ^a Luz García Neira (Fashion for Future - Itália)
<u>Moda, design e joalheria</u>	9h	Dr. ^a Lia Paletta Benatti (Design - UFJF)
<u>Moda e comunicação</u>	18h	Dr. ^a Janaina de Oliveira Nunes Ribeiro (Jornalismo - UFJF)
<u>Moda e cultura juvenil</u>	18h	Dr. ^a Elisabeth Murilho da Silva (Moda - UFJF)
<u>Moda e gênero: uma perspectiva histórica</u>	18h	Dr. ^a Maria Claudia Bonadio (Moda - UFJF)
<u>Moda e sustentabilidade: politização do discurso</u>	9h	Dr. ^a Débora Pinguello Morgado (Moda - UFJF)
<u>Moda, literatura e adaptações intertextuais</u>	9h	Dr. Javer Wilson Volpini (Moda - UFJF)
<u>Moda, produção cultural e economia da moda</u>	9h	Dr. ^a Gabriela Andrade de Oliveira (Moda - UFJF)
<u>Perfume e moda: diálogos interdisciplinares</u>	18h	Dr. ^a Isabela Monken Velloso (Moda - UFJF)
<u>Por outras histórias da moda: arte, memória e culturas afro-brasileiras</u>	18h	M. ^a Hanayrá Negreiros de Oliveira Pereira (História - PUC/SP)
<u>Roupa de artista e moda: convergências</u>	18h	Dr. ^a Patrícia Ferreira Moreno Christofolletti (Artes Visuais - UFJF)
<u>Storytelling e visual merchandising: conexões com o consumidor contemporâneo</u>	9h	Dr. ^a Gisele Nepomuceno (Moda - UBI/PT)
<u>Styling e imagem de moda</u>	9h	Dr. ^a Maya Marx Estarque (Moda - SENAI/CETIQT/RJ)
<u>Tendências contemporâneas em moda</u>	18h	Dr. ^a Lilyan Guimarães Berlim (Moda - ESPM/RJ)
Trabalho de conclusão de curso	–	Todos

EMENTAS

Arte, alta costura e marketing na moda de luxo

A disciplina enfoca a história e organização da alta-costura a partir de um de seus eixos mais importantes, a relação arte e moda. A proposta é fazer uma abordagem e uma reflexão dessa ligação histórica a partir da maneira como ela se configurou em dois períodos distintos – no início do século XX e no século XXI. A primeira metade do século XX corresponde a um período de expansão e internacionalização do setor, assinalado por grandes transformações na moda feminina, e por mudanças no perfil dos proprietários dos estabelecimentos, que evoluíram de gestores comerciais para criadores. Nesse contexto, estreitam-se as relações com a arte como estratégia de legitimação cultural da alta moda. No século XXI, quando a alta moda é dominada pelos conglomerados de luxo transnacionais, que reúnem várias marcas e artistas criadores como funcionários, a associação da moda com a arte permanece como um vínculo fundamental, reforçando o caráter de exclusividade projetado pelo universo do luxo no mundo contemporâneo. O curso pretende abordar as diferentes configurações que essa relação assume nesses distintos contextos históricos e empresariais, ressaltando a sua centralidade para os processos de produção, marketing e consumo da moda e do luxo.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. A alta-costura francesa no início do século XX: costureiros, criações e modos de vida
 - Estetização/estilização do cotidiano
 - Rive Gauche x Rive Droite: os costureiros estabelecidos e os recém-chegados, práticas de diferenciação através da arte
 - Consumo e distinção social: moda, alta costura e cultura legitimada
2. Transformações na moda e alterações no processo de produção e consumo: globalização, mundialização e a formação dos conglomerados de luxo
 - Globalização e transformações na moda
 - Arte, moda e marketing: LVMH e o caso Louis Vuitton (1987-2017)
 - Consumo, cultura e estilos de vida: uma relação exemplificada através das flagships
 - O novo papel social do diretor criativo: os casos Celine e Loewe

BIBLIOGRAFIA:

- BONADIO, Maria Cláudia; FIGUEREDO, Henrique Grimaldi &; ANDRADE, Rita Morais de. “Entrevistando Joanne Entwistle...” dObra[s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, v. 12, n. 27, pp. 221–237, 2019.
- BOURDIEU, Pierre &; DELSAUT, Yvette. “O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia”. In: BOURDIEU, Pierre. A produção da crença. Porto Alegre: Zouk, 2004.
- BOURDIEU, Pierre. “Alta costura e alta cultura”. In: BOURDIEU, Pierre. Questões de sociologia. Lisboa: Fim de Século, 2003.
- BUENO, Maria Lucia. “Alta costura e alta cultura: as revistas de luxo e a internacionalização da moda (1901-1930)”. In: PRECIOSA, Rosane; MESQUITA, Cristiane. Moda em ziguezague: interfaces e expansões. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.
- CRANE, Diana. Ensaios sobre arte, moda e globalização cultural. São Paulo: Editora do Senac, 2011.

ENTWISTLE, Joanne. *The Aesthetic Economy of Fashion: Market and Values in Clothing and Modelling*. Oxford: Berg, 2009.

FIGUEREDO, Henrique Grimaldi & ÁBILE, Bárbara Venturini. "Celine Art Project: notas sobre arte, luxo e a maioria do capitalismo artista". *ARS (USP)*, v. 21, n. 47, pp. 106-163, 2023.

KAPFERER, Jean-Noël & BASTIEN, Vincent. *The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands*. Londres: Kogan, 2012.

KOROMYSLOV, Maxime. "Le "Made in France" en question: pratiques et opinions des professionnels français du luxe". *Revue française de gestion*, n. 218, pp. 107-122, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Jean. *A estetização do mundo. Viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

TROY, Nancy. *Couture Culture. A Study in modern art and fashion*. Cambridge: The MIT Press, 2003.

Arte, moda e instituições

A disciplina visa oferecer aos alunos conhecimentos e aporte teórico relacionando moda, arte e museus. Para isso, pretende-se abordar acervos e coleções de museus que se constituem de objetos de arte e de moda, além de exposições em instituições culturais, analisando a relação entre moda e arte nesses acervos e exposições.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Introdução ao pensamento museológico: desafios da museologia contemporânea;
2. A exposição da moda em museus de arte;
3. A exposição da moda em museus de indumentária e arte decorativa;
4. Exposições de arte e moda: expografia e curadoria;
5. Arte e moda: limites, intersecções e ampliações.

BIBLIOGRAFIA:

BECKER, Howard S. *Mundos da arte*. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.

BERGER, Jonh et alli. *Modos de ver*. Lisboa, Edições 70, 1972.

BONADIO, Maria Claudia. *O fio sintético é um show: Moda, política e publicidade (Rhodia S.A. 1960-1970)*. Tese. 2005. 295 f. (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. FCH,Unicamp, 2005. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/279891>>. Acesso em: 26 mar. 2018.

CARVALHO, Vânia Carneiro. *Gênero e artefato. O sistema doméstico na perspectiva da cultura material – São Paulo, 1870-1920*. São Paulo: EDUSP, 2008.

CAUQUELIN, Anne. *Arte Contemporânea: uma introdução*. São Paulo: Martins, 2005.

CRANE, Diana. *Moda e artificação: vanguarda ou patrimônio?* In: CRANE, Diana. *Ensaio sobre moda, arte e globalização*. São Paulo: Senac, 2011.

LOURENÇO, Maria Cecília França. *Museus acolhem moderno*. São Paulo: EDUSP, 2000.

NORA, Pierre. Entre memória e história a problemática dos lugares. In: Projeto História, São Paulo (10), dezembro de 1993.

SANT'ANNA, Patrícia. Coleção Rhodia: Arte e design de moda nos anos sessenta no Brasil. Tese. 2010. 282 f. (Doutorado em História da Arte) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280227>>. Acesso em: 26 mar. 2018.

STEELE, Valerie. A museum of fashion is more than a clothes-bag. In: Fashion Theory, v. 2, n. 4, 1998. p. 327-336. _____. Museum quality: the rise of the fashion exhibition. In: Fashion Theory, v. 12, 2008. p. 7-30.

Direção de arte, audiovisual e moda: a construção da narrativa visual

A disciplina tratará de questões relacionadas à criação da narrativa visual e o trabalho de direção de arte no cinema e no audiovisual em diálogo com o pensamento da moda, a partir da análise de seus diversos produtos como os fashion films, as cenografias efêmeras, as projeções, os videoclipes e filmes. Serão enfocadas discussões sobre o processo de criação em diversos produtos a partir do trabalho da equipe de arte e suas práticas de pré-produção, produção e pós-produção, nas áreas de planejamento de arte, cenário, produção de arte, figurino, maquiagem e finalização.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. O papel e abrangência da direção de arte na produção Audiovisual
 - Criação do universo visual, ao lado do diretor e diretor de fotografia;
 - A relação entre dramaturgia e direção de arte;
 - A criação de um percurso visual dramático;
 - As áreas que abrange e suas especificidades – cenografia, figurino, maquiagem e efeitos especiais.
2. Processos criativos da direção de arte: do roteiro à filmagem
 - A definição do partido visual;
 - O dimensionamento da produção; a pesquisa de locações; os primeiros esboços; o desenvolvimento do projeto; as fases de produção;
 - A filmagem.
3. Diálogo com o pensamento da moda e cultura
 - Moda e produção audiovisual
 - Produções efêmeras

BIBLIOGRAFIA:

- BLOCK, Bruce A. A narrativa visual: criando a estrutura visual para cinema, TV e Mídias digitais. São Paulo: Elsevier, 2010.
- BORDWELL, David.; KRISTIN, Thompson. A arte do cinema: uma introdução. Campinas, SP: Editora da Unicamp; São Paulo, SP: Editora da USP, 2013.
- FERNANDES, Amaury e MACIEL, Katia Augusta (org). Direção de arte e transmidialidade. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2018.
- HAMBURGUER, Vera. Arte e Cena: a direção de arte no cinema brasileiro. São Paulo: Senac, Sesc, 2014.
- LOBRUTTO, Vincent. The filmmaker's guide to production design. New York: Allworth Press, 2002.
- BUG, Peter. Fashion and Film: Moving Images and Consumer Behavior. Germany: Springer, 2020.

REES-ROBERTS, Nick. Fashion Film: art and advertising in the digital age. London: Bloomsbury Visual Arts, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANASTASIOU, Alexis. Mappingfest: Projection Mapping Manifesto. São Paulo: Visualfarm, 2017.

GENESINI, Leticia. Espaços interativos: O design de experiência em marcas e concept stores. Editora nVersos, 2014.

MUNIZ, Rosane. Vestindo os nus: o figurino em cena. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio de Janeiro, 2013.

SOARES, Thiago. A estética do videoclipe. João Pessoa: Editora Universitária, 2013.

Diversidade e inclusão na moda: novos consumidores e mercados

Definição e diferença entre Diversidade e Inclusão. Debate de questões de raça, gênero, sexualidade, tamanho, étnicas, etárias etc. Apresentação dos novos grupos de consumidores em potencial e dos novos nichos de mercado da moda: evangélica, petite, plus size, LGBTQIA+, vegana, latina, asiática, slow fashion, agênero, racial, terceira idade etc. Desenvolvimento de estratégias de comunicação e ações de marketing voltadas para D&I (Diversidade e Inclusão), mercados da diversidade. Metodologia da empatia: conceitos e premissas para uma comunicação empática.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Definição e diferença entre estratégias voltadas para a Diversidade e para Inclusão.
2. Atual estado das práticas de D&I pelas marcas de moda no mundo todo.
3. Breve exposição dos principais pensadores sobre questões de tamanho, raça, gênero, idade, multiculturalismo, etnocentrismo e sustentabilidade.
4. Grupos de consumidores marginalizados do consumo: estigma e inadequação social.
5. Corpo e Beleza.
6. Cultura de Moda Inclusiva e autoestima
7. Marketing da Diversidade e Negócios em Moda Inclusiva
8. A Comunicação de Moda para Corpos Reais: o papel das blogueiras, publicidade das marcas, editoriais, desfiles e visual merchandising.

BIBLIOGRAFIA:

AIRES, Aliana. De gorda a plus size: a moda do tamanho grande. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.

AIRES, Aliana. HOFF, Tânia. Victoria Secrets e Lane Bryant: Victoria's Secret e Lane Bryant: produção de sentidos dos corpos magro e obeso no discurso publicitário.

ALMEIDA, S. L. de. Racismo Estrutural. São Paulo: Editora Jandaíra, 2020.

CANCLINI, Néstor García. Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 1997.

CARRERA, F., & TORQUATO, C. Diversitywashing: as marcas e suas (in)coerências expressivas. *Comunicação, Mídia E Consumo*, 17(48), 84–107, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.18568/cmc.v17i48.2069>.

CZERNIAWSKI, Amanda M. *Fashioning Fat: Inside Plus-Size Modeling*. New York: NYU, 2015.

GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LIPPMANN, Walter. *Opinião pública*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

HOFF, T. M. C. Entrelaçamentos: moda plus size e biopolíticas do consumo para o corpo gordo. *dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, [S. l.], n. 33, p. 56–74, 2021. DOI:10.26563/dobras.i33.1429. Disponível em:

<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1429>. Acesso em: 13 mar. 2023.

RIBEIRO, D. *Pequeno Manual Antirracista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

STRINGS, Sabrina. *Fearing the Black Body: The Racial Origins of Fat Phobia*. New York: NYU, 2019.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil (1ª ed.)*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.

VOLONTÉ, Paolo. *Fat Fashion: The Thin Ideal and the Segregation of Plus-Size Bodies*. London: Bloomsbury, 2021.

Fotografia, cinema e moda

A disciplina aborda a fotografia e o cinema como instaladores de diálogos criativos com o universo da moda.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. A fotografia como suporte de um ideário da moda;
2. O cinema como espelho gerador de comportamentos;
3. Os diálogos entre o público e as linguagens da imagem cine-fotográfica;
4. Moda genuína e o figurino cenográfico.

BIBLIOGRAFIA:

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papyrus, 2000.

BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BRAGA, João. *História da moda: uma narrativa*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

BRAUNE, Fernando. *O Surrealismo e a estética fotográfica*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2000.

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico*. Campinas: Papyrus, 1993.

ENGELMEYER, Regine and Peter. *Fashion in film*. Munich, Prestel, 1990.

ENGLISH, Bonnie. *A Cultural History of Fashion in the 20th Century*. New York, USA: Berg, 2007.

FARAH, Alexandra. *Filme Fashion*. São Paulo: CCBB, 2003.

FOX, Patty. *Star Style*. Los Angeles: Angel City Press, 1995.

HALL-DUNCAN, Nancy. *The history of fashion photography*. New York: Alpine Books, 1979.

KOETZLE, Hans-Michael. *Photo icons: The story behind the pictures 1827-1991*. Köln: Taschen, 1996.

LEHNERT, Gertrud. *História da moda no século XX*. Colônia: Könnemann, 2001.

LÉVY, Pierre. Tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

POSCHARDT, Ulf; BAUMET, Stéphane; BEAUPRÉ, Marion. Archaeology of Elegance. New York: Rizzoli, 2000.

REMY, Patrick; LOVATT-SMITH, Lisa. Fashion images de mode N. 2. Paris: Steidl, 1997.

SABINO, Marco. Dicionário da moda. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SEELING, Charlotte. Moda: O século dos estilistas. Colônia, Alemanha: Könemann, 2000.

SONTAG, Susan. Ensaio sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Arbol, 1981.

THE Fashion Book. London: Phaidon, 2001.

TRONCY, Eric. Pierre et Gilles- Sailors and Sea. Köln: Taschen, 2005.

WATSON, Linda. Siglo XX moda. New York: Carlton Books Limited, 200

WOLFENSON, Bob. Moda no Brasil por brasileiros. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

Games e cultura de moda

Os estudos de *games (game studies)* ganham cada vez mais espaço no mercado e nas pesquisas de economia criativa. Pensando especificamente na área de Moda, o fenômeno dos games não está presente apenas entre os seus consumidores (por exemplo, os *cosplayers*), mas também nos próprios jogos em si, com a criação de figurinos que trazem identidade e sentido aos personagens digitais.

Assim, esta disciplina é pensada para investigar as ligações entre os games e a Cultura de Moda, apresentando, de forma crítica, a área dos estudos de jogos eletrônicos, sua importância sociocultural na contemporaneidade, e as formas de produção de sentido geradas pela Moda no universo *gamer*.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Como os jogos geram e comunicam significados.
2. A constituição do campo dos *game studies*.
3. A importância do figurino e do *cosplay* na cultura *gamer*.
4. Ferramentas de produção de Moda nos games.
5. Cultura de Moda nos games: estudos de caso.

BIBLIOGRAFIA:

BRESSAN, Renato Teixeira; PERANI, Letícia. O avatar como experiência lúdica: Nível 1 - Da aparência à exploração do ambiente. Anais do III Simpósio da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura - ABCiber. São Paulo: ESPM, 2009.

HUIZINGA, Johan. Homo Ludens. São Paulo: Perspectiva, 5a. ed., 2004.

JUUL, Jesper. Half-Real: Videogames Entre Regras Reais e Mundos Ficcionalis. São Paulo: Blucher, 2019.

LISOT, Paula Winter; SCHREIBER, Dusan; VALIATI, Vanessa Amália Dalpizol; SCHMIDT, Serje. Estratégias colaborativas entre a indústria da moda e dos games. ModaPalavra, v. 17, n. 42, 2024. p. 1-30.

MÄYRÄ, Frans. An introduction to game studies: games in culture. London: SAGE, 2008.

OLIVEIRA, Juliana Ribeiro; NERY, Marcelo Souza; SOUZA, Augusto Godinho de. Agulha, Tesoura, Linhas e Tecidos Virtuais: A Moda nos Jogos Digitais. In: Proceedings of SBGames 2014. Porto Alegre: SBC, 2014.

SANTOS, Patrícia Breternitz Lino dos. O Mercado da Moda e a Nova Realidade do Mundo Virtual: As skins e os designers de moda. Corvilhã: Universidade da Beira Interior, 2023. Dissertação de Mestrado.

Hibridação entre arte e moda

A disciplina discute a relação entre arte, moda e corpo na atualidade e seus desdobramentos em identidade, comportamento e consumo. Criadores e marcas foram capazes de explorar esse contínuo diálogo, desde o seu processo criativo até o resultado de propostas comerciais. No âmbito da cultura material e da criação contemporânea, a hibridação entre arte e moda se estabelece como direcionador de múltiplas expressões tais como: produção de imagens, coleções de arte e moda, desfiles e performances, entre outras.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Antecedentes da hibridação entre arte e moda: a identidade como substrato para a autonomia da arte e o nascimento da alta-costura.
2. *The fashioned body art*: corpo, comportamento e performance.
3. Hibridação entre arte e moda como expressão criativa e estratégia de mercado: colaborações, mídia, grandes conglomerados, espaços culturais e experiência como extensão de marca, galeria de arte e loja conceito, performance e desfile.

BIBLIOGRAFIA:

- ARGAN, Giulio. Arte moderna: do iluminismo aos movimentos contemporâneos. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- BOUCHER, Françoise. História do vestuário no Ocidente. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- ESTARQUE, M. Maya. Diálogos entre arte e moda. Tese (Doutorado em Belas Artes) Facultad de Bellas Artes de Pontevedra, Universidad de Vigo. Espanha, 2015.
<http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/handle/11093/211>
- LOSCHEK, Ingrid. When clothes become fashion: design and innovative systems. Oxford: Berg, 2009.
- O'REILLY, Sally. The body in Contemporary Art. London: Thames and Hudson, 2009.
- RAMÍREZ, Juan Antonio. Corpus Solus: para un mapa del cuerpo en el arte contemporáneo. Madrid: Siruela, 2003.
- SVENDSEN, Lars; tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Moda: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- VILLAÇA, Nízia e GOES, Fred. Em nome do corpo. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

Hibridismos entre moda e arquitetura

Moda e Arquitetura como linguagens. Conexões entre a história da Moda e a história da Arquitetura. Criação em Moda e processos inspirados na Arquitetura e na Cidade. Espacialidades para a moda.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Moda e Arquitetura como linguagens.
 - Linguagens híbridas da Moda e Arquitetura.
 - Entrelaçamentos das histórias da Moda e da Arquitetura.
 - Tradução intersemiótica moda-arquitetura.
 - Espacialidades para a moda: do ponto de venda à passarela.
2. Criação em Moda e processos inspirados na Arquitetura e na Cidade.
 - A arquitetura e a cidade como fontes de inspiração para os processos criativos em Moda.
 - Arquitetas e arquitetos no mundo da Moda.
 - A moda inspirada na arquitetura e na cidade: coleções e marcas.
 - Cases de sucesso dos hibridismos entre Moda e Arquitetura.

BIBLIOGRAFIA:

- BOGÉA, Marta; OLIVEROS, Ricardo; REBELLO, Yopanan. Arquiteturas, estruturas e moda. Revista AU, n.133, abril, 2005. Disponível em:
<http://www.revistaau.com.br/arquitetura-urbanismo/133/arquiteturas-estruturas-e-moda-22714-1.asp>. Acesso em: 17 jan. 2010.
- BRAIDA, Frederico. A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas. Rio de Janeiro, 2012. 297f. Tese de Doutorado – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- CORREIA, Cláudia de Castro; BARBOSA, Rita Cláudia Aguiar; MOTA, Maria Dolores de Brito; SOUZA, Walkyria Guedes de. Moda e Arquitetura: conexões possíveis. 2010. Disponível em:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/AD_C085.pdf. Acesso em: 05 fev. 2011.
- COSTA, Carlos Zibel. Além das formas: introdução ao pensamento contemporâneo no design, nas artes e na arquitetura. São Paulo: Annablume, 2010.
- ESPECIAL: moda e arquitetura. 2010. Disponível em:
<https://senacmodace.wordpress.com/2010/10/04/hoje-e-o-dia-mundial-da-arquitetura/>. Acesso em: 5 fev. 2018.
- MARIA BONITA e o encontro da moda com arquitetura. 2010. Disponível em:
<http://gnt.globo.com/Estilo/Noticias/Maria-Bonita-e-o-encontro-da-moda-com-arquitetura.shtml>. Acesso em: 1 ago. 2012.
- OLIVEIRA, Natana Apaecida de. Arquitetura e moda – Lina Bo Bardi e Glória Coelho: possíveis relações entre as áreas e as profissionais. Design e Tecnologia, [S.l.], v. 5, n. 10, p. 30-37, dez. 2015. Disponível em:
<<https://www.ufrgs.br/det/index.php/det/article/view/282>>. Acesso em: 13 mar. 2018.
- PALLASMAA, Juhani. Os olhos da pele: a arquitetura e os sentidos. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- PLAZA, Julio. Tradução intersemiótica. 2. reimp. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- SALLES, Joana Pedrassoli. As roupas de Lina: uma biografia. São Paulo, 2008. 112f. Dissertação de Mestrado, Centro Universitário Senac.
- VASCONCELOS, Luty. A moda e a arquitetura caminham juntas. 2010. Disponível em:
<http://www.colheradacultural.com.br/content/20100202011202.000.3-N.php>. Acesso em: 05 set. 2012.
- ZANDOMENECO, Ingrid Etges. O corpo e o lugar: as relações entre moda e arquitetura. 2016. Disponível em: <http://arqsc.com.br/site/o-corpo-e-o-lugar-as-relacoes-entre-moda-e-arquitetura/>. Acesso em: 2 jul. 2017.

Linguagem autoral em moda

Refletir a respeito de conceitos de pesquisa para criação e produção poéticas individuais em moda. Compreender o que engloba a pesquisa estética, e o processo de criação em moda. Formação de repertório teórico acerca da criação autoral. Análise crítica da autoria em moda por meio da leitura de imagem, com o intuito de desenvolver juízo estético autônomo. Sendo assim, o objetivo da disciplina consiste em analisar o que é criação autoral e estimular o desenvolvimento de linguagem própria na criação autoral de moda. Para tanto, os objetivos específicos são: desenvolver capacidade de leitura estética autônoma; instigar o desenvolvimento de conceitos autorais; fomentar a exploração da personalidade no processo criativo em moda, compreender a importância da criação autoral na construção da identidade de marca; criar produtos de moda a partir de processos experimentais; aumentar o repertório visual e desbravar novos mercados em moda a partir de criações autorais.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Sensações e Autoria

- O que é criação? Fundamentação Teórica e Análise Prática.
- Sensações e criação autoral – Dinâmica e Pesquisa para a Criação Autoral
- Análise de Marca

2. Moda Autoral X Re-criação

- Cópia, citação e apropriação
- Leitura de imagem e Fases do Desenvolvimento Estético
- Re-criação e Autoria por meio da Leitura de Imagem
- Exploração da personalidade no tema – Atividade Prática

3. Construção de Identidade de Marca X Criação Autoral

- O que é conceito? Painel Semântico, Repertório e Linguagem autoral
- Autoria segundo Pierre Bourdieu
- Análise de Processos Criativos – Cases e Desenvolvimento de proposta autoral

4. Fast Fashion X Slow Fashion

- Apresentação das propostas autorais
- Capitalismo Artista

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CARVALHAL, André. Moda com Propósito. São Paulo: Estação das Letras, 2017.

FONSECA, Annelise Nani da. Processo Criador no Ensino da Moda. São Paulo: 2015. Tese de Doutorado, Programa Pós-Graduação em Artes Visuais – Escola de Comunicação e Artes/ Universidade de São Paulo.

HOLZMEISTER, Silvana. O estranho na moda: a imagem nos anos 1990. Estação das Letras e Cores, São Paulo, 2010. LEAL, Ana Luiza. Toda empresa quer tribuna.com.br/revistaexame/edicoes/1076/noticias/marketing-ou-mentira> Acesso em 13/11/2014

OSTROWER, Fayga. Criatividade e Processos de criação. Petrópolis: Editora Vozes, 1987. PINHEIRO Daniela. 34 Coisas da Moda. Cópia + imitação = roupa nova. Bem pagos e badalados, alguns estilistas brasileiros plágiam roupas estrangeiras na maior. Revista PIAUÍ, Ano I. Maringá, jun. 2009.

SALOMON, Geanneti Silva Tavares. MODA E ALTERIDADE: Moda autoral e a apropriação da criação do outro. Revista Moda Palavra – e periódico. Vol 2, n.4, 2009. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7690/5222>

SEIVEWRIGHT, Simon. Pesquisa e design. Bookman Editora, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALENCAR, Eunice M. L. SORIANO de andFleith, Denise de Souza Contribuições teóricas recentes ao estudo da criatividade. Psic.: Teor. e Pesq., Abr 2003, vol.19, no.1, p.1-8. ISSN 0102-3772.

AMABILE, Teresa e KRAMER, Steven. The progress principle, Using small wints to ignite joy, engagement and creativity and work. Havard Business Review Press, 2011.

_____. O princípio do progresso. Rocco, 2013.

BRANDÃO, L.; SEQUEIRA, R. Da criação autoral à anônima: expandindo o conceito de criação. In: Cultura Visual, n. 17, maio /2012, Salvador: EDUFBA, p. 39-49. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/rcvisual/article/view/5765/4619>

CARVALHAL, André. A Moda imita a Vida. São Paulo: Estação das Letras e Senac, 2015.

CSIKSZENTMIHALYI, M. FLUIR (FLOW) Una Psicologia de la felicidad. Barcelona: Kairós, 2013.

DUARTE, Marcele. “Blogueiros não têm muita cultura de moda”.17 JUL 2014 // Notícias // FFW Fashion Forward.

GOMBRISCH, Ernest Hans. O sentido de Ordem, um estudo sobre a psicologia da arte decorativa. Bookman, 2007.

JONES, Sue Jenkyn. Fashion design: manual do estilista. São Paulo: Cosac&Naify,2007.

JONES, Owen. A Gramática do Ornamento. São Paulo: SENAC, 2010.

LUBART, Todd. Psicologia da Criatividade. Porto Alegre: Artmed, 2007.

SALLES, Cecília Almeida. Gesto Inacabado, processo de criação artística. São Paulo: FAPESP: Annablume, 1998.

_____. Redes de criação: a construção da obra de arte. São Paulo: Horizonte, 2006.

SAKAMOTO, C. K. Criatividade: uma visão integradora. Psicologia: Teoria e Prática. São Paulo, v. 2, n. 1, p. 50-58, jan./jun. 2000. Disponível em: <<http://www3.mackenzie.com.br/editora/index.php/ptp/article/viewFile/1118/827>>. Acesso em 15 ago. 2012.

ZORZAL, M. F.; BASSO, I. S. Por uma ontologia da criatividade: uma abordagem histórico-cultural. In: 25ª Reunião anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação, 2002, Caxambu.

WHITEMAN, Vivi. A Louis Vuitton e o “Homem de Davos”. Como as grifes estão mudando o conceito de luxo e exclusividade apoiadas na economia, na política e na ciência. Carta Capital. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/a-louis-vuitton-e-o-201chomem-de-davos201d-7938.html> > Acesso em: 26\04\2014.

Metodologia aplicada à pesquisa em arte e moda

A disciplina apresenta a epistemologia, a teoria e a metodologia de pesquisa social, características essenciais da ciência e de outras formas de conhecimento. Instiga o processo de produção de conhecimentos por meio de abordagens e técnicas metodológicas de pesquisa, enfocando o planejamento, a apresentação de projetos e a execução dos mesmos, bem como a elaboração de relatórios, defesas e a divulgação dos trabalhos de pesquisa embasados na ética profissional.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Os trabalhos científicos: tipos e características;
2. O artigo científico: organização, características e estrutura;
3. Projeto de Pesquisa: modelos, objetivos e formatação;
4. Etapas da pesquisa científica;
5. Aspectos técnicos da redação: normas da ABNT.

BIBLIOGRAFIA:

BASTOS, Lilia da Rocha et al. Manual para elaboração de projetos e relatórios de pesquisas, teses, dissertações e monografias. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2000.

BOOTH, Wayne C.; COLOMB, Gregory G.; WILLIAMS, Joseph M. A arte da pesquisa. Tradução de Henrique A. Rego Monteiro. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BARROS, A. P. de e LEHFELD, N. A de S. Fundamentos de metodologia. Um guia para a iniciação científica. São Paulo, McGraw-Hill do Brasil, 1986.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1994. GOLDENBERG, Miriam. A arte de pesquisar. Como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. Rio de Janeiro: Record, 1997.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia do Trabalho Científico. São Paulo: Atlas, 1992.

RAMPAZZO, Lino. Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2002.

RUMMLER, Guido. Elementos básicos para redação de citações em trabalhos com referências bibliográficas. Feira de Santana: UEFES, 1999.

SANTOS, Antônio. R. dos. Metodologia Científica: a construção do conhecimento. Rio de Janeiro: DP & A editora, 1999.

Moda brasileira: história e representações

A disciplina aborda a construção história das imagens da brasilidade na moda, notando de que forma, culturas e grupos outrora vistos como “marginais”, “primitivos” ou “atrasados”, bem como a cultura popular, acabaram por pautar, a partir de meados do século XX, o que se passou a entender como moda brasileira. Tratará, ainda, da importância do olhar estrangeiro na constituição do imaginário e de imagens sobre a brasilidade na moda e a centralidade da mídia, indústria e museu nesse processo. Também irão nortear a disciplina os usos da moda como forma de controle social na América Portuguesa (Brasil Colônia), à emulação à francesidade pela moda brasileira em diferentes momentos históricos, bem como a ideia de moda brasileira como “moda global” na contemporaneidade.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Moda brasileira: questões teóricas sobre a “invenção” das imagens e tradições.
2. Moda e vestuário como forma de controle social na América Portuguesa.
3. “Belle époque tropical”?
4. A invenção da moda praia “brasileira”.

5. Excluídos da história? A moda fora do “sistema” na primeira metade do século XX.
6. O olhar estrangeiro e a brasilidade na moda.
7. A moda brasileira e as telenovelas.
8. A institucionalização do campo da moda no Brasil.
9. Somos todos exóticos? Balanço sobre as imagens e representações da moda brasileira.

BIBLIOGRAFIA:

- ANDRADE, Priscila. A marca do anjo: a trajetória de Zuzu Angel e o desenvolvimento da identidade visual de sua grife. In: IARA – Revista de moda, cultura e arte. São Paulo, v. 2, n. 2, out./dez. 2009. p. 85-119. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05_IARA_vol2_n2_Dossie.pdf>.
- Acesso em: 24 jul. 2018.
- BONADIO, Maria Claudia. O exótico e a moda brasileira. Versão em português do texto Brazilian Fashion and Exoticism publicado em inglês no número 1 da International Journal of Fashion Studies. Disponível em: <https://www.academia.edu/2210001/O_ex%C3%B3tico_e_a_moda_brasileira>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- BONADIO, Maria Claudia e GUIMARÃES, Maria Eduarda A. A moda brasileira e as telenovelas: consumo e visualidade (1978-2000). in: Silva, Camila B. et all. A história da moda, a moda na história. São Paulo: Alameda, 2019.
- BONADIO, Maria Claudia. A moda no MASP de Pietro Maria Bardi (1947-1987). Anais do Museu Paulista. [online]. São Paulo, v. 22, n. 2, jul./dez. 2014. p. 35-70. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/103874>>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- BONADIO, Maria Claudia. Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960. São Paulo: Nversos, 2014.
- BONADIO, Maria Claudia; GUIMARÃES, Maria Eduarda Araújo. Alceu Penna e a construção de um estilo brasileiro. In: Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 16, n. 33, jan./jun. 2010, p. 145-175.
- DA COSTA GARCIA, Tânia. O it verde e amarelo de Carmen Miranda (1930-1946). Annablume, 2004.
- DURAND, José Carlos. Moda, luxo e economia: São Paulo, Babel Cultura, pp. 67-103.
- FEIJÃO, Rosane. “Tudo é novo sob o sol”: moda, corpo e cidade no Rio de Janeiro dos anos vinte. Tese de doutorado em Comunicação. UERJ, 2016.
- GOMES, Tiago de Melo. Massais, mulatas, meretrizes: imagens da sexualidade feminina no Rio de Janeiro dos anos 1920. Cadernos Pagu [online]. 2004, n. 23, pp.121-147.
- HOBBSAWM, Eric. A invenção das Tradições. In: Hobsbawm, Eric; Ranger, Terence. A invenção das tradições. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. Pp.9-24. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cpa/a/yfpKFhD3m6s7VXvgPwGyxps/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- KOUTSOUKOS, Sandra. Negros no estúdio do fotógrafo. Editora Unicamp, Campinas: 2010.
- LARA, Silvia H. Fragmentos setecentistas. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- LUDWIG JR, Lauerhass. A representação visual da identidade do Brasil. Ludwig Lauerhass, Jr. E
- MICHETTI, Miqueli. Por que a “moda brasileira” quer ser global? Desigualdade das trocas simbólicas mundiais e ethos dos atores da moda nacional. In: Sociologia Antropologia, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/20946/S2238-38752015000200515.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 24 fev. 2023.
- NAVA, Carmen. Brasil: Uma identidade em construção. São Paulo: Ática, 2007. pp. 131-166.

NEEDELL, Jeffrey. Belle Époque Tropical. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

CHAVES, Ana Paula Dessupoio. A moda praia na revista ilustrada O Cruzeiro (1928-1943). Dissertação de mestrado em Artes, Cultura e Linguagens. UFJF, 2017.

O'DONNELL, Júlia. A invenção de Copacabana. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

PERNAMBUCO, Frederico. Estrelas de couro. A estética do cangaço. Recife: CEPE, 2021.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. (2014). Caetano Veloso: corpo, roupa e música desafiando a ditadura militar no Brasil. Revista Brasileira de Psicanálise, 48(3), 127-139

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções: Rio de Janeiro, século XIX. Editora UnB, 2002.

ROCHA, Gilmar Navalha não corta seda: Estética e Performance no Vestuário do Malandro. Tempo [online]. 2006, v. 10, n. 20, pp. 121-142.

VOLPI, M. C. Composições zoológicas: Errâncias transatlânticas de objetos feitos com aves, penas e insetos até os oitocentos. MODOS: Revista de História da Arte, Campinas, SP, v. 2, n. 2, p. 252–269, 2018. DOI: 10.24978/mod.v2i2.1163. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/mod/article/view/8663300/25360>>. Acesso em: 24 fev. 2023.

Moda, capitais e periferias

O conceito de capital da moda tem sido usado para definir centros líderes ou dominantes nesse campo, com capacidade para influenciar e ofuscar a moda das chamadas periferias, ou seja, países que não têm relevância internacional na moda. Além dos impactos negativos causados por tal “subserviência”, é necessário compreender a rede de relações pautadas pela moda que se estabelece nas chamadas capitais da moda e que permite fortalecer toda essa indústria em sua economia, em seu valor cultural e em sua imagem internacional.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Centro e periferia na moda: o que isso significa hoje?
 - Sempre existiram capitais da moda.
 - Sempre existiram periferias na moda.
 - Antes do mundo digital: dos anos 1950 aos anos 1980.
 - Depois do mundo digital: a popularização mundial da moda.
 - Qual o problema em “estar” periférico?
 - Como o lugar impacta nas possibilidades?
2. A influência além das tendências.
 - Mecanismos de legitimação.
 - Economia.
 - Cultura.
 - Educação.
 - Imagem.
3. Capitais da moda como sistema.
 - Ingredientes para uma capital da moda.

- Rede de relações e estruturas.
- A imagem e o valor da moda.
- Oportunidades geradas pelas capitais.

BIBLIOGRAFIA:

NEIRA, L. G. (2018), 'The centre of the periphery in fashion studies: First questions', *International Journal of Fashion Studies*, 5:1, pp. 95–110, doi: 10.1386/ infs.5.1.95_1

GILBERT, David; CASADEI, Patrizia. *The Hunting of the Fashion City: Rethinking the Relationship Between Fashion and the Urban in the Twenty-First Century*, *Fashion Theory*, 2020. 24:3, 393-408, DOI: 10.1080/1362704X.2020.1732023

THE State of Fashion 2023 (Report) McKinsey and Company; BoF Disponível em: <<https://cdn.businessoffashion.com/reports/.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2023.

Moda, design e joalheria

Apresentação do contexto do design de joias, com análise de adornos e a relação com o usuário, seja com o uso de materiais nobres quanto alternativos. Denominações da joalheria e segmentação no mercado de moda, descrição de processos produtivos artesanais e seriados e iniciação no desenvolvimento de projetos de design voltados para o segmento da joalheria clássica e/ou contemporânea.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Definição de joia.
2. Mercado da joalheria.
3. Materiais tradicionais (metais e gemas).
4. Lapidações e cravações.
5. Materiais alternativos.
6. Processos produtivos.
7. Desenho de joia.
8. Projeto de joia/coleção.

BIBLIOGRAFIA:

ANGLOGOLD ASHANTI. *Sincronicidade: Auditions Brasil 2010*. Nova Lima: AngloGold Ashant, 2010. 1 v.

ASHBY, Michael; JOHNSON, Kara. *Materiais e design: arte e ciência da seleção de materiais no design de produto*. Rio de Janeiro: Elsevier, c2011. 346 p. ISBN 9788535238426.

BENATTI, Lia Paletta (Org.). *Biojoia: design e inovação aplicados às sementes brasileiras*. Belo Horizonte: Gabbo Design, 2013. 94 p. ISBN 9788567220000.

BENATTI, Lia Paletta. *Inovação nas técnicas de acabamentos decorativos em sementes ornamentais brasileiras design aplicado a produtos com perfil sustentável*. São Paulo Blucher 2017 1 recurso online ISBN 9788580392531

KLIAUGA, Andréa Madeira. *Metalurgia básica para ourives e designers do metal à joia*. São Paulo Blucher 2009 1 recurso online ISBN 9788521215141.

Moda e comunicação

A disciplina aborda a construção da moda e seus desdobramentos nas mídias contemporâneas: imprensa, televisão, publicidade, cinema, internet, mídias sociais e outras atividades de comunicação.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Imprensa feminina e imprensa de moda;
2. A fotografia e a publicidade como suporte de um ideário da moda;
3. Narrativas audiovisuais como espelho gerador de comportamentos: Cinema, Telenovela e Séries;
4. Cobertura midiática dos grandes eventos de moda;
5. Redes sociais e a democratização do acesso à comunicação de moda.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

SCALZO, Marília. Jornalismo de revista. São Paulo: Contexto, 2003.
KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN. Marketing 4.0: moving from traditional to digital. New Jersey: John Wiley & Sons, 2017.
MARRA, Claudio. Nas sombras de um sonho: história e linguagens da fotografia de moda. São Paulo: Senac, 2008.
MESQUITA, Cristiane. Moda Contemporânea. Quatro ou cinco reflexões possíveis. Anhembi Morumbi, São Paulo: 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BARTHES, Roland. A câmara clara. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
BRAGA, João. História da moda: uma narrativa. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
FARAH, Alexandra. Filme Fashion. São Paulo: CCBB, 2003.
HALL-DUNCAN, Nancy. The history of fashion photography. New York: Alpine Books, 1979.
LEHNERT, Gertrud. História da moda no século XX. Colônia: Könnemann, 2001.
LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero. São Paulo: Cia das Letras, 1989.
SEELING, Charlotte. Moda: O século dos estilistas. Colônia, Alemanha: Könnemann, 2000.
SONTAG, Susan. Ensaios sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Arbol, 1981.

Moda e cultura juvenil

Analisar as transformações que a cultura juvenil, a partir da década de 1950, trouxe para a moda em termos de estilos e comportamento, resultando em transformações da sociedade e da cultura como um todo.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. A juventude como expressão numérica e o surgimento do consumo juvenil na década de 1950;
2. A abundância do pós-guerra e a condição juvenil como momento privilegiado;
3. Maio de 1968 e a crítica à sociedade industrial: a juventude como fator de mudança;
4. A aparência juvenil, o corpo jovem e a juventude perpétua;
5. As subculturas juvenis e a subversão através da moda;
6. Identidade e moda na contemporaneidade: narrativas pessoais e modas marginais.

BIBLIOGRAFIA:

ABRAMO, Helena W. Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano. São Paulo: Scritta, 1994.
CRANE, Diana. A moda e seu papel social. São Paulo: Senac, 2006.
FERREIRA, Vitor S. História da vida privada em Portugal. Lisboa: ICS, 2011.
HOBBSAWM, Eric. Era dos extremos: o breve século XX. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
MCROBBIE, Angela. British fashion design: rag trad or image industry? London: Routledge, 1998.

Moda e gênero: uma perspectiva histórica

A proposta da disciplina é abordar questões relativas à moda e gênero sob uma perspectiva histórica, observando como a ideia corrente de que existem roupas masculinas e femininas é uma construção cultural elaborada e transformada diversas vezes ao longo da história. Partindo do conceito de “corpo vestido” a ideia é pensar como tudo o que reveste o corpo, colabora para a construção de significações ligadas ao gênero. Observamos ainda, de que forma o vestuário foi utilizado por alguns personagens como uma forma de resistência em relação às identidades de gênero, especialmente a partir do século XVIII, colocando em questão o rígido binarismo de gênero que pauta os manuais de História da Moda. Serão analisadas ainda, semelhanças e diferenças entre conceitos/termos como “moda sem gênero”, androginia e unissex. A importância da mídia. Objetiva, ainda, a analisar como a produção historiográfica vem discutindo os usos da moda e do vestuário a partir da perspectiva da identidade de gênero e sexualidade. A ideia é debater alguns trabalhos clássicos sobre o tema e a produção mais contemporânea, pensando que temas vêm sendo abordados e de que maneira.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. O corpo vestido e o gênero como construção cultural.
2. Como a historiografia sobre moda colaborou para a construção da ideia de binarismo na moda?
3. O Cristianismo, a medicina e a moda: masculino e feminino no Renascimento.
4. Moda, poder e laçarotes para os homens no reinado de Luís XIV.
5. Como a moda se tornou “coisa de mulher” no século XVIII?
6. O século XIX: Antagonismo e a “grande renúncia”.
7. No meu tempo não era assim: moda e dissidência de gênero da Idade Média ao século XIX.
8. Menina veste rosa, menino veste azul? Vestuário infantil, moda e gênero.
9. Novos modelos de feminilidade? As melindrosas, o cinema e a moda nos anos 1920-1930.
10. A Revolução cultural e a moda: nos padrões de feminilidade e masculinidade no pós-Segunda Guerra.

11. A cultura pop e as representações de gênero.
12. Unisex, androginia e sem gênero: definições e indefinições.

BIBLIOGRAFIA:

- ARIÈS, Phillipe. História Social da Criança e da Família. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 1978.
- AUSLANDER, Phillip. Performing Glam Rock: Gender & Theatricality in Popular Music. Michigan: The University of Michigan Press, 2006.
- BARD, Christine. Historia política del pantalon. Barcelona: Tusquets Editores, 2012.
- BACHEGA, Eliza; RUFINO, Carina Borges. Discursividades da moda agênero para homens: performatividades do masculino e a economia moral do consumo no cenário agênero paulistano. dObra [s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, v. 14, n. 29, p. 374-394, 2020.
- BONADIO, Maria Claudia e Simili, Ivana Guilherme (org.). Histórias do vestir masculino: narrativas de roupas, beleza, elegância. Maringá: Eduem, 2017.
- BONADIO, Maria Claudia. Moda e sociabilidade: Mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920. São Paulo: Senac, 2007.
- BONADIO, Maria Claudia. O corpo vestido. In: Marquetti, Flávia e Funari, Pedro Paulo. Sobre a Pele: Imagens e Metamorfoses do corpo. São Paulo: Intermeios, 2015.
- BONADIO, Maria Claudia. Algumas anotações (e questões) sobre Gilda de Mello e Souza e a moda como objeto de estudo. PRÂKSIS (FEEVALE), 2017.
- CANO, Gabriela. Amélio Robles, andar de soldado velho: fotografia e masculinidade na Revolução Mexicana. Cadernos Pagu (22) 2004: pp.115-150.
- CARVALHO, Vânia Carneiro de. Gênero e Artefato: O sistema doméstico na perspectiva da cultura material – São Paulo, 1870-1920. São Paulo: Edusp, 2008.
- COLE, Shaun. 'Don we now our gay apparel': Gay Men's Dress in the twentieth century. Oxford/New York: Berg, 2000.
- CRAIK, Jennifer. The face of fashion: cultural studies in Fashion. Routledge: London/New York, 1993.
- CRANE, Diana. A moda e seu papel social. São Paulo: Senac, 2006.
- ENTWISTLE, Joanne. El cuerpo y la moda: una visión sociológica. Barcelona: Paidós, 2002.
- FISCHER, Gayle. Pantalets and Turkish Trowsers: Designing Freedom in the Mid-Nineteenth-Century United States. Feminist Studies, Vol. 23, No. 1 (Spring, 1997), pp. 110-140.
- GARBER, Marjorie. Vested Interests: Cross-dressing and Cultural Anxiety. Routledge, 1997.
- HARVEY, John. Homens de Preto. São Paulo: Unesp, 2003.
- FLÜGEL, J. C. A psicologia das roupas. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1966.
- HOBBSAWM, Eric. A era dos extremos. O breve século XX. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MAGNO, Isabela Brasil. Entre saias e calções: vestindo crianças em revistas no século XX (1905-1958). Dissertação de Mestrado em História. Universidade Federal do Paraná, 2021.
- MOTT, Maria Lúcia. Parteiras no século XIX: Mme. Durocher e sua época. In: COSTA, Albertina de Oliveira e BRUSCHINI, Cristina (Orgs.). Entre a virtude e o pecado. Rio de Janeiro: Fundação Carlos Chagas/ São Paulo: Rosa dos Tempos, 1992.
- PAOLLETI, Jo B. Pink and Blue: Telling the boys from the girls in America. Bloomington: Indiana Press, 2012.
- PAOLLETI, Jo B. Sex and Unisex: Fashion, Feminism, and the Sexual Revolution. Bloomington: Indiana Press, 2015.

PERROT, Michelle. Minha história das mulheres. São Paulo: Contexto, 2017.

SCHMITT, Juliana e SANCHEZ, Gabriel. Gênero e moda: do binarismo à tendência agender. In: DEBOM, Paulo, MONTELEONE, Joana e SILVA, Camila Borges da. (Orgs.) História na moda, a moda na história. São Paulo: Alameda, 2019.

SOUZA, Gilda de Mello e. O espírito das roupas: A moda no século XIX. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

WINICK, Charles. Unissexo. São Paulo: Perspectiva: 1972.

WILSON, Elizabeth. Enfeitada de sonhos. Lisboa: Edições 70, 1985.

ZAMBIRNI, Laura. Modos de vestir e identidades de gênero: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo. Nomadías, (11). doi:10.5354/0719-0905.2010.15158

Moda e sociedade de consumo

A disciplina pretende discutir a relação cultural entre o consumo e os produtos da moda, tendo em vista o cenário contemporâneo de apelo à preservação ambiental e à sustentabilidade. Tem o propósito de levar o aluno a refletir sobre as mudanças necessárias no sistema da moda e nas relações com a sociedade de consumo.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Qual o significado do consumo?
2. A cultura material e o consumo.
3. A moda dentro da sociedade de consumo.
4. Seria possível uma moda sustentável?
5. Como seria a moda do futuro?

BIBLIOGRAFIA:

BOLTANSKI, Luc e ESQUERRE, Arnaud. ENRICHISSEMENT – une critique de la marchandise. Paris, Gallimard, 2017.

CAMPBELL, Colin. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.

DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens. Rio de Janeiro, UFRJ, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. Da leveza. Barueri, Manole, 2016.

MILLER, Daniel. Trecos, troços e coisas. Rio de Janeiro, Zahar, 2013.

ORTIZ, Renato. O universo do luxo. São Paulo, Alameda, 2019.

Moda e sustentabilidade: politização do discurso

A disciplina aborda a relação entre a moda e a sustentabilidade nos campos têxtil, produtivo e de consumo. Ao tratar de tais relações, privilegia o aspecto político de discursos e ações que se apresentam

ao público com aparência de neutralidade, para que esses discursos e práticas sejam refletidos enquanto projetos políticos pertencentes a um campo específico e que contradiz a própria noção de sustentabilidade.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. A estruturação do sistema de moda;
2. Os discursos acadêmicos e os manuais sobre a sustentabilidade e a produção e consumo de moda;
3. Práticas produtivas e de marketing na indústria envolvendo moda e sustentabilidade;
4. O sistema de produção e consumo para além da moda vestível;
5. A despolitização do discurso sustentável na moda e seu caráter essencialmente político;
6. Outras abordagens políticas para se pensar o vestir e a sustentabilidade.

BIBLIOGRAFIA:

ANICET, Anne; RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet Rütshilling. Relações entre moda e sustentabilidade. Anais do 9º Colóquio de Moda. Fortaleza, 2013. Disponível em: <<http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Sustentabilidade/Relacoes-entre-moda-e-sustentabilidade.pdf>>. Acesso em: fev. 2023.

BERLIM, Lilyan. Moda e sustentabilidade: Uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe; SUSIN, Bernadete Lenita (Orgs.). Moda, sustentabilidade e emergências. Caxias do Sul: EDUCS, 2012. (recurso online).

COLERATO, Marina. A moda não é a segunda Indústria que mais polui o meio ambiente. Modifica, [S. l.], p. 1, 10 maio 2017. Disponível em:

<<https://www.modifica.com.br/moda-segunda-industria-poluente-sustentabilidade/#.Xlf7AChKjIU>>.

Acesso em: fev. 2023.

FIOS da moda: Perspectiva sistêmica para a circularidade. Modifica: São Paulo, 2021.

JATOBÁ, Sérgio Ulisses Silva; CIDADE, Lúcia Cony Faria; VARGAS, Glória Maria. Ecologismo, Ambientalismo e Ecologia Política: diferentes visões da sustentabilidade e do território. Sociedade e Estado, Brasília, v. 24, n. 1, p.47-87, jan./abr. 2009.

LEAO, Mônica Maria Diniz. Controle ambiental na indústria têxtil: acabamento de malhas. Belo Horizonte: SEGRAC, 2002.

LÖWY, Michael. Crise ecológica, crise capitalista, crise de civilização: a alternativa ecossocialista. CADERNO CRH, Salvador, v. 26, 67, p. 79-86, Jan./Abr. 2013. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ccrh/a/dZvstrPz9ncnrSQtYdsHb7D/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: fev. 2023.

OLIVEIRA, Gabriela Andrade de. O discurso da moda sustentável: uma prática discursiva ativista? Tese (Doutorado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho": São José do Rio Preto, 2022.

ROMERO, Luiz L. et al. Fibras artificiais e sintéticas. Brasília: BNDES, 1995. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/4241/1/BS%2001%20Fibras%20Artificiais%20e%20Sint%3%A9ticas_P.pdf>. Acesso em: fev. 2023.

SAITO, Kohei. O ecossocialismo de Karl Marx: capitalismo, natureza e a crítica inacabada à economia política. São Paulo: Boitempo, 2021.

SALCEDO, Elena. Moda ética para um futuro sustentável. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.

SILVA, Valéria Rossi Rodrigues da. A evolução do conceito sustentabilidade e a repercussão na mídia impressa do país. 2012. 86 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

ZONATTI, Welton Fernando. Geração de resíduos sólidos da indústria brasileira têxtil e de confecção: materiais e processos para reuso e reciclagem. 2016. Tese (Doutorado em Ciências) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100136/tde-26042016-192347/publico/CorrigidaWeltonZonatti.pdf>>. Acesso em: fev. 2023.

Moda, literatura e adaptações intertextuais

A disciplina apresenta a possibilidade de diálogo estabelecido entre a literatura e os estudos da moda, tanto como registro histórico, bem como apontamentos importantes para o processo de adaptação intertextual. Neste contexto, os acessórios da narrativa literária, como a descrição dos trajes das personagens e toda a construção social que a roupa adquire no texto literário são fundamentais para a pesquisa de adaptação intertextual, principalmente do suporte literário para o audiovisual. Para este entendimento, será de suma importância apresentar alguns conceitos importantes da construção do texto literário para entender o hibridismo estabelecido com a moda e a importância que ele vem assumindo nas pesquisas acadêmicas mais contemporâneas. Em outra partida, também serão analisadas as influências inspiradoras da literatura na moda, como temática para o processo criativo em coleções.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. O texto literário e suas construções ficcionais.
 - espaço literário, narrativas e personagens.
 - a verossimilhança e os acessórios literários.
 - literatura como registro de uma época.
2. Moda na literatura.
 - construção de personagens.
 - registro histórico.
 - a indumentária no romance brasileiro do século XIX.
 - adaptações intertextuais.
3. Literatura na moda
 - processos criativos em moda.
 - literatura como temática de coleções autorais em moda.

BIBLIOGRAFIA:

ARAÚJO, Marli Gomes de. A influência da moda na literatura: a caracterização da personagem de ficção nos romances brasileiros do século XIX. 2018. 271 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em:

<<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-26092018-084252/pt-br.php>>. Acesso em: 24 mar. 2023.

BAGGIO, A. T.; SALOMON, G. T. A moda na literatura e a literatura na moda. dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 13, n. 28, p. 7–11, 2020. DOI: 10.26563/dobras.v13i28.1055. Disponível em:

<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1055>. Acesso em: 25 mar. 2023.

BALLESTEROS, Fabiana Alvim. Um poeta mapeado pela ótica da moda: referentes da linguagem de moda na poesia de Carlos Drummond de Andrade. 2014. 91 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014. Disponível em:

<<https://www.cesjf.br/mestrado-em-letras-dissertacoes/2014/398–163.html>>. Acesso em: 4 fev. 2023.

BRAIT, Beth. A personagem. 6. ed. São Paulo: Ática, 1998.

CANDIDO, Antonio. A personagem de ficção. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 1995.

CASTRO, Paula Campos de. A indumentária em Memórias Póstumas de Brás Cubas, de Machado de Assis. 2012. 92 f.: il. Color. Dissertação (Mestrado em Letras) – Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012. Disponível em: <<https://www.cesjf.br/mestrado-em-letras-dissertacoes/368–20.html?path>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

CASTRO, Paula Campos de. O papel da moda nos escritos de Júlia Lopes de Almeida. 137 f. Tese (Doutorado em Letras – Estudos Literários) – Faculdade de Letras da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/9954>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

CHOCIAY, Lucianne. Moda e literatura: a “poética do vestuário” em Macedo e Alencar. 2013. f.: il. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de pós-graduação em Letras do Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp), São José do Rio Preto, 2013. Disponível em:

<<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/127544/000846846.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

COSTA, Lígia Militz da. A poética de Aristóteles: mímese e verossimilhança. 2. ed. São Paulo: Ática, 2010.

DUARTE, Claudia Renata. Textos-tecidos: a moda e a história na literatura. Disponível em: <<https://editora.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/Ebooks//Web/978-85-397-0198-8/Trabalhos/22.pdf>>.

Acesso em: 22 mar. 2023.

FRANCISCO, Silmara Marsellane. Moda e literatura: uma relação intertextual entre o século XIX e o século XXI. 2013. 179 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de pós-graduação em Letras da Universidade de Marília, 2013. Disponível em:

<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=1393582>. Acesso em: 20 fev. 2023.

GUIDA, A.; NOGUEIRA, B. Moda e literatura: uma travessia pelas linhas do texto e do tecido de Grande sertão: veredas de Guimarães Rosa e da coleção A Cobra ri de Ronaldo Fraga. dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 13, n. 28, p. 43–60, 2020. DOI: 10.26563/dobras.v13i28.1062. Disponível em:

<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1062>. Acesso em: 25 mar. 2023.

MOUREN, Yannick. O filme como hipertexto: tipologia das transposições do livro ao filme. Trad. Maria de Lourdes Abreu de Oliveira [198-]. Inédito.

RODRIGUES, Mariana Christina de Faria Tavares. Mancebos e mocinhas: moda e literatura no Brasil do século XIX. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2010.

SALOMON, Geanneti Tavares. Moda e ironia em Dom Casmurro. São Paulo: Alameda, 2010.

SALOMON, Geanneti Tavares. Moda e literatura: convergências possíveis. Iara – Revista de Moda, Cultura e

Arte. São Paulo, V. 4, n. 2, dezembro 2021. p. 99-112. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/08_IARA_vol4_n2_Artigo.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2023.

SOUZA, Gilda de Mello. O espírito das roupas: a moda do século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

VOLPINI, Javer W. Lucíola, na literatura e no cinema: a protagonista e a indumentária no contexto do século XIX. 2013. 122 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/7030>>. Acesso em: 20 fev. 2023.

VOLPINI, Javer W. Diálogos entre moda e literatura: uma análise sobre caracterização de personagem em Lucíola, de José de Alencar. dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S.l.], v. 13, n. 28, p. 96–115, 2020. DOI: 10.26563/dobras.v13i28.1059. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1059>. Acesso em: 25 mar. 2023.

Moda, produção cultural e economia da moda

A disciplina procura introduzir e discutir o lugar da moda na economia da cultura frente à produção cultural brasileira e às políticas públicas culturais vigentes atualmente. Procura-se introduzir a produção e gestão cultural, os meios pelos quais é possível financiar e produzir cultura no Brasil e, mais especificamente, financiar e realizar projetos culturais de moda, as políticas públicas culturais vigentes e como a moda pode ser percebida como objeto cultural dessas políticas, objetivando levantar a discussão acerca da percepção da moda como cultura no interior da economia da cultura brasileira, as problemáticas e dificuldades da produção cultural em moda.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Economia da cultura e cultura de moda;
2. Economia da moda e percepção da moda como cultura;
3. Produção cultural;
4. Políticas culturais no Brasil;
5. Desafios e possibilidades para a produção cultural de moda;
6. Elaboração, planejamento e avaliação de projetos culturais de moda.

BIBLIOGRAFIA:

BERLIM, L. Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

CIETTA, E. A economia da moda: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

CEREZUELA, D. R. Planejamento e avaliação de projetos culturais: da ideia à ação. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2015.

DURAND, J. C. Política cultural e economia da cultura. Cotia, SP: Ateliê Editorial; São Paulo: Edições Sesc SP, 2013.

Economia e Cultura da Moda no Brasil. São Paulo: Ministério da Cultura/ Instituto Iniciativa Cultural, 2011. Disponível em:
<http://www.iniciativacultural.org.br/wpcontent/uploads/2011/01/Pesquisa-Economia-e-Cultura-da-Moda-2012.pdf>

GIL, G.; FERREIRA, J.; ALMEIDA, A.; ALBERNAZ, M. B.; SIQUEIRA, S. (Orgs.). Cultura pela palavra: coletânea de artigos, entrevistas e discursos dos ministros da cultura 2003-2010. Rio de Janeiro: Versal, 2013.

Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura/MinC, 2011. Disponível em:
<https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>

SILVA, F. A. B.; VIEIRA, M. P.; FRANCO, B. L. A economia criativa sob medida: conceitos e dinamismo das classes criativas. Brasília, DF: Ipea, 2019. Disponível em:
<https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9345>

SILVA, F. A. B. DA. Políticas Públicas, Economia Criativa e da Cultura. Brasília, DF: Ipea, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/10241>

OLIVEIRA, J. M.; ARAÚJO, B. C.; SILVA, L. V. Panorama da economia criativa no Brasil. Brasília, DF; Rio de Janeiro: Ipea, 2013. Disponível em:
https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf

OLIVIERI, C.; NATALE, E. (Orgs.). Guia brasileiro de produção cultural: ações e reflexões. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2022.

Perfume e moda: diálogos interdisciplinares

A disciplina apresenta a relação estabelecida entre a Cultura do Perfume e a Cultura de Moda, destacando as contribuições advindas da abordagem do olfato. Serão abordadas noções gerais em Cultura de Moda (teoria, crítica, criadores, marcas e discursos) e Cultura do Perfume (história, anatomia e olfação).

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Cultura de moda: reflexões teóricas preliminares;
2. Cultura do perfume: história, anatomia, a olfação, filosofia e odor, o perfume no Brasil, o marketing olfativo;
3. Cultura do perfume e cultura de moda;
 - Diálogos e interseções;
 - Criadores e marcas;
 - O figurino: entre o cheiro e as narrativas

BIBLIOGRAFIA:

ASHCAR, Renata. Brasil Essência: a Cultura do Perfume. São Paulo: Nova Cultural, 2016.

BAUDOT, François. Moda do século. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

DEJEAN, Joan. A essência do estilo: como os franceses inventaram a alta-costura, a gastronomia, os cafés chiques, o estilo, a sofisticação e o glamour. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

ELLENA, Jean-Claude. Diário de um perfumista: um ano na vida do principal criador de fragrâncias da França. Trad. Cláudio Figueiredo. São Paulo: Record, 2013.

FARKAS, Fátima Leão. Marketing olfativo: guia para aromatização de ambientes. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

FONSECA, João Vitor de Souza; VELLOSO, Isabela Monken. Cultura do perfume e cultura de moda: Narrativas dos séculos XX e XXI. Principia: Caminhos da Iniciação Científica, [S. l.], v. 22, 2022. DOI: 10.34019/2179-3700.2022.v22.37900. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/principia/article/view/37900>. Acesso em: 31 ago. 2023.

GIRARD-LAGORCE, Sylvie. 100 perfumes de sempre. Lisboa: Estampa, 2006.

JAQUET, Chantal. Filosofia do Odor. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

LAVIER, James. A roupa e a moda: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. ; ROUX, Elyette. O luxo eterno. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

PITOMBO, Renata. Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005.

RICCIOTTI, Luciane. Estação perfume: tudo o que você sempre quis saber sobre perfume e tinha vergonha de perguntar. São Paulo: Matrix, 2017.

SVENDSEN, Lars. Moda: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

VELLOSO, Isabela Monken (Org.). Cultura do perfume, cultura de moda e outros Acordes. Juiz de Fora: EDUFJF, 2015. _____. Miss Dior: o traje de cena do New Look e outras histórias. In: VIANNA, Fausto; MUNIZ, Rosane. Diário de pesquisadores: Traje de Cena. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

_____. Floratta: o figurino e a sedução dos sentidos. Revista d'Obras. São Paulo: Estação das Letras e Cores, v.9, n. 18, dez. 2015. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/103>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

_____. O êxtase em Parisienne: o brilho controverso de duas estrelas. Anais 12º Colóquio de Moda. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-07-Figurino/CO-07-O-EXTASE-EM-PARISIENNE-YSL.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

_____. Figurino olfativo: da imagem à presença. Anais 13º Colóquio de Moda. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/co_buscart.php>. Acesso em: 27 mar. 2018.

Por outras histórias da moda: arte, memória e culturas afro-brasileiras

Pensando nas populações negras, quais são as intersecções possíveis entre as histórias da arte e as histórias da moda no Brasil? O curso baseia-se nesse questionamento e a proposta consiste em traçar um percurso visual introdutório no qual serão investigadas as representações e autorrepresentações de pessoas negras e seus modos de vestir ao longo das histórias da arte, tendo como ponto de chegada o século 21. O vestir pensado a partir de aspectos culturais, tais como as religiões de matrizes africanas, as presenças e ausências negras em registros iconográficos, como pinturas e fotografias e os estereótipos e estéticas escolhidos para a representação de corporeidades negras, serão caminhos para inspirar discussões sobre os estudos do vestir e sobre as relações entre moda e arte como alternativas para

pensar histórias, memórias e narrativas negras. Para finalizar, serão abordadas as reflexões e concepções presentes nas obras de artistas afro diaspóricos no que diz respeito à representação de pessoas negras e as suas maneiras de vestir.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Por outras histórias da moda: uma introdução;
2. Crônicas coloniais: representações de pessoas negras em relatos de viajantes;
3. Roupas de preta, olhares de branco: indumentárias negras e imagens coloniais;
4. O axé nas roupas: indumentárias e memórias de candomblé;
5. Olhares, costuras e sagrados afro-brasileiros: religiões negras e registros fotográficos;
6. Heitor dos Prazeres: sambista, pintor e alfaiate;
7. O vestir na obra de mulheres negras: Maria Auxiliadora, Rosana Paulino e Aline Motta;
8. O vestir de Carolina Maria de Jesus: uma multiartista brasileira;
9. Autorrepresentações e os olhares de artistas afro-diaspóricos.

BIBLIOGRAFIA:

- BITTENCOURT, Renata. Modos de Negra e modas de Branca: o retrato “baiana” e a imagem da mulher negra na arte do século XIX. Campinas, SP, 2005. 182p. Dissertação (Mestrado em História da Arte) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas.
- BONADIO, M. C. A moda no MASP de Pietro Maria Bardi (1947-1987). Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material, [S. l.], v. 22, n. 2, p. 35-70, 2014. DOI: 10.1590/S0101-47142014000200003. Disponível em:
<<https://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/103874>>. Acesso em: 19 mar. 2023.
- DAVIS, Angela. Mulheres, raça e classe. Trad. Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2016.
- GONZALEZ, Lélia. Por um feminismo afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogos. Organização: Flávia Rios e Márcia Lima. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.
- HOOKS, bell. Olhares negros: raça e representação. Trad. Stephanie Borges. São Paulo: Elefante, 2019.
- MARTINS, Leda Maria. Afrografias da Memória: o reinado do Rosário no Jatobá. São Paulo: Perspectiva; Belo Horizonte: Mazza Edições, 1997.
- NASCIMENTO, Beatriz. Uma história feita por mãos negras: relações raciais, quilombos e movimentos. Org. RATTS, Alex. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.
- NEGREIROS, Hanayrá. Por outras histórias da (e na) moda. ELLE Brasil, 2020. Disponível em:
<<https://elle.com.br/colunistas/por-outras-historias-da-e-na-moda>>. Acesso em 19 mar. 2023.
- OKASAKI, A. Tecidos africanos e africanizados nos candomblés paulistas. Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, Florianópolis, v. 5, n. 3, p. 279-300, 2021. DOI: 10.5965/25944630532021279. Disponível em:
<<https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/article/view/20132>>. Acesso em: 19 mar. 2023.
- PEREIRA, Hanayrá Negreiros de Oliveira. O Axé nas roupas: indumentária e memórias negras no candomblé angola do Redandá. 2017. 133 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Religião) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciência da Religião, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.
- SANTOS, Daisy Conceição. Roupas de Axé: a coleção de indumentárias litúrgicas do Museu Afro-Brasileiro da Universidade Federal da Bahia. 2014. 138 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Étnicos e Africano) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, 2014.
- SOUZA, Gilda de Mello e. O Espírito das Roupas: a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

TEIXEIRA, Amanda Gatinho. Joalheria de Crioulas: subversão e poder no Brasil colonial. In: Antíteses, v. 10, n. 20, p.829-856, jul./dez. 2017. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/antiteses/article/view/29572>>. Acesso em 19 mar. 2023.

Roupa de artista e moda: convergências

A disciplina discute a relação histórica entre arte e moda; analisa os momentos principais da produção artística cujo suporte utilizado foram os vestíveis; e verifica os pontos de convergência entre o trabalho criativo na moda e a poética artística.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Produções artísticas e vestíveis: interfaces – A obra de arte como “registro da roupa”;
2. As vanguardas artísticas e a moda – A roupa como “registro da arte”;
3. A arte contemporânea e a roupa;
4. O trabalho do criador de moda e a poética artística: alguns estudos.

BIBLIOGRAFIA:

CALANCA, Daniela. História e moda. In: Sorcinelli, Paolo (Org.). Estudar a moda: corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC São Paulo, 2008.

COSTA, Cacilda Teixeira. Roupa de artista: o vestuário na obra de arte. São Paulo: EDUSP/Imprensa Oficial do Estado de SP, 2009.

GRANDI, Sílvia. Arte e moda: uma relação em evolução. In: Sorcinelli, Paolo (Org.). Estudar a moda: corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC São Paulo, 2008.

MORENO, Patricia Ferreira. Elsa Schiaparelli: arte e design em aromas surreais. In: MONKEN, Isabela. (Org.). Cultura do perfume, cultura de moda e outros acordes. 1. ed. Juiz de Fora: UFJF, 2015. p. 119-131.

MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). Design de moda: olhares diversos. Barueri/SP: Estação das Letras e Cores, 2008.

MUZZARELLI, M. Giuseppina. Um outro par de mangas. In: Sorcinelli, Paolo (Org.). Estudar a moda: Ccorpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC São Paulo, 2008.

SUBIRATS, Eduardo. Un comentario sobre el concepto de vanguardia. Arquitectos, São Paulo, 105.01, ano 09, fev. 2009. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitectos/09.105/72/pt>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

Storytelling e visual merchandising: conexões com o consumidor contemporâneo

A disciplina objetiva compreender as ferramentas de branding, nomeadamente o *storytelling* e o *visual merchandising*, e suas conexões com o consumidor contemporâneo. Além disso, possibilita a identificação de tendências e estratégias comerciais usadas nos espaços de varejo de moda internacional físico e digital, a fim de refletir sobre a adaptação das estratégias para negócios locais com o propósito de atender às expectativas do consumidor. Para esse entendimento, serão apresentadas teorias e práticas do varejo de moda e do mercado consumidor cosmopolita de modo a enriquecer o perfil profissional, o conhecimento científico e multicultural, além de oferecer uma perspectiva experimental nas práticas.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Branding, Storytelling e Visual Merchandising
2. Conceitos de storytelling e visual merchandising.
3. Elementos do visual merchandising aplicados ao ponto comercial, físico e digital.
4. Tendências contemporâneas para o visual merchandising e experiência do usuário nos multicanais de marca.
5. O consumidor hiper conectado.

BIBLIOGRAFIA:

- AMARAL, Maria Carolina Merhy Ferreira do. Design de loja e visual merchandising. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2021. (recurso online)
- BHATTI, K. L.; LATIF, S. (2014). The impact of visual merchandising on consumer impulse buying behavior. Eurasian Journal of Business and Management, 2(1), 24-35. (recurso online)
- FRANCO, Max. Storytelling e suas aplicações no mundo dos negócios. São Paulo: Atlas, 2015. (recurso online).
- MATUZAWA, Cintia Lie. Estratégias projetuais em retail design store e visual merchandising: conceitos e técnicas. São Paulo, SP: Blucher, 2024. (recurso online)
- NEPOMUCENO, G., Moura, C., & Oliveira, F. (2022). As ferramentas de branding como um importante recurso para as marcas de moda durante a pandemia de Sars Covid 19. Investigação e ensino em design e música, 3, 74-81. (online)
- RAMALHO, José Antônio. Storytelling cativando com a narrativa. Técnicas para criar conexões com pessoas e empresas. 1 ed. São Paulo: Actual, 2023. (recurso online)
- WANNIACHI, N. H.; Kumara, W. V. L. (2016). A study on impact of visual merchandising on consumer buying behaviour in clothing retail stores. (online)

***Styling* e imagem de moda**

Introdução ao *styling*, e à fotografia de moda. Reconhecer os principais agentes e influenciadores da fotografia de moda. Entender como o *styling* é utilizado em diferentes áreas da indústria tanto para comportamento como para consumo em diferentes mídias. Explorar as diferentes facetas do *styling* de moda compreendendo os processos conceituais e de produção por detrás de uma sessão fotográfica.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. A função de cada profissional ligado à construção de uma imagem de moda.
2. As diferentes mídias: revistas, desfiles, catálogos, campanhas, etc.
3. Os grandes fotógrafos e referenciais de estilo.
4. Como criar e produzir uma imagem de moda.

BIBLIOGRAFIA:

BONADIO, Maria Claudia. Moda e Publicidade no Brasil nos anos 1960. São Paulo: Nversos, 2014.
BUDOT, François. Moda do século. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.
DILLON, Susan. Princípios de gestão de negócios de moda. São Paulo: Editorial Gustavo Gili, 2012.
ECO, Umberto. História da Beleza. São Paulo: Record, 2004.
GROSE, Virginia. Merchandising de moda. São Paulo: Editorial Gustavo Gili, 2013.
MIRALLES, Nina-Sophia. Nos bastidores da Vogue: a história da revista que transformou o mundo da moda. Rio de Janeiro: Record, 2022.
SCALZO, Marília. Trinta anos de moda no Brasil. São Paulo: Editora Livre, 2005.
SEIXAS, Cristina. Estética da Moda: styling e produção. Rio de Janeiro: Cândido, 2021.
SIMS, Josh. Ícones da moda feminina. São Paulo: Publifolha, 2014.
SMITH, H. Ian. Breve história da fotografia. São Paulo: Editorial Gustavo Gili, 2018.
VEIGA, Patrícia. Moda em Jornal. Rio de Janeiro: Senac, 2004.

Tendências contemporâneas em moda

Identificação e análise das principais macrotendências contemporâneas que recaem sobre a estética e a ética dos movimentos culturais e mercados globais de moda. A compreensão do mundo e sua experimentação compõem o repertório do atual profissional de moda, que atua nas convergências e divergências de tendências culturais, sociais e econômicas. Portanto, o entendimento do mecanismo geradores de tendências, contra-tendências, macro e micro tendências, bem como a difusão destas no contexto global, são essenciais no aprofundamento dos estudos do campo da moda.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Tendências, macrotendências, micro tendências e contra-tendências.
 - Revisão teórica.
2. Macrotendências
 - Interculturalidade e hibridismo culturais
 - Mundialização e globalização
 - Individuação x individualismo
 - Corporalidade, padronização, diversidade, gênero, impermanência
 - Temporalidade, velocidade, fast e slow
 - Sustentabilidade, conscientização planetária, interdependência, engajamento
 - Metaverso e suas ressonâncias.
3. Tendências transversais à moda
 - Inconformismo transformador
 - Valorização de singularidades

- Economia da experiência
- Economia afetiva
- Convergência emocional
- Divergência positiva
- Capitalismo consciente
- Ressignificação criativa
- Empreendedores adaptativos
- Mutações disruptivas
- Inovação não linear

BIBLIOGRAFIA:

CALANCA, D. História Social da Moda. São Paulo, SP, Editora SENAC, 2002.

CALDAS, D. Observatório de sinais, teoria e prática da pesquisa de tendências. São Paulo: SENAC, 2002

GIDDENS, A. As consequências da modernidade. Ed. Unesp. São Paulo, SP, 1991.

KUMAR, K. Da Sociedade Pós-Industrial à Pós-Moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo.

Jorge Zahar. Rio de Janeiro, RJ, 1997. LIPOVETSKY, G. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Companhia das Letras. São Paulo, SP, 1989.

_____, G.; ROUX, E. O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas. Companhia das Letras. São Paulo, SP, 2005.

McCRACKEN, G. Cultura; Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e atividades de consumo. Ed. Mauad, Rio de Janeiro, RJ, 2003.