

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

EMENTAS E BIBLIOGRAFIAS DO ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA:

*estão na ordem da programação do evento

I ENCONTRO DE **MODA, CULTURA E HISTORICIDADE**

Este Grupo de Trabalho discute questões relativas à história e à historicidade da moda e da indumentária, com ênfase nos estudos relacionados ao Brasil. Interessa-nos pensar os modos como documentos imagéticos, textuais, audiovisuais e os trajes mesmos possibilitam examinar a moda e a indumentária em diferentes contextos e épocas. E de que maneira e em que medida a roupa e os diferentes acessórios que portamos, seus códigos, cores e materiais configuram elementos para se refletir sobre os sujeitos, seu tempo e lugar.

Serão bem-vindas reflexões em uma ampla gama de perspectivas tais como a cultura material; a cultura visual e a visualidade; a história da cultura; a história das imagens e, mais particularmente, a fotografia; a história econômica, sem esquecer as análises acerca da produção historiográfica e as teorias da moda.

Dentre os temas a serem abordados, destacam-se as mudanças socioculturais e econômicas e os impactos sobre a produção, o consumo e a circulação da moda; moda e poder; a roupa e as questões de gênero; as histórias empresariais; as políticas do corpo; moda e imprensa, dentre muitos outros.

Discussões em torno dos acervos de moda em museus, arquivos e bibliotecas, sua constituição, acesso e usos também serão bem-vindas.

Bibliografia:

ANDRADE, Rita M; ROOT Regina A. (eds.). "Brazilian Fashion". Fashion Theory: the journal of dress, body and culture (special issue). Volume 20.2, February, 2016.

BARTHES, Roland. Inéditos vol. 3: imagem e moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BENJAMIM, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: Obras Escolhidas: Magia, Técnica, Arte e política. São Paulo, Brasiliense, 1985.

BONADIO, Maria Claudia. Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960. São Paulo: Nversos, 2014.

BONADIO, Maria Claudia e MATTOS, Maria de Fatima. História e cultura de Moda. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2011.

BREWARD, Christopher. Fashion. Oxford, New York: Oxford University Press, 2003.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

- CALANCA, Daniela. História social da Moda. São Paulo: Senac, 2008.
- CHARTIER, Roger. História Cultural: entre práticas e representações. Lisboa: Difel, 1990.
- CRANE, D. A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006.
- DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FORTY, Adrian. Objetos de desejo. Design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- HALL, Stuart . A identidade cultural na pós-modernidade. LOURO, Guacira Lopes; SILVA, Tomaz Tadeu. Edição: 11ª. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- MITCHELL, W.J.T. O que as imagens realmente querem? in: ALLOA, Emmanuel. Pensar a imagem. (Org.) Belo Horizonte: Autêntica, 2015.
- RAINHO, Maria do Carmo. Moda e revolução nos anos 1960. Rio de Janeiro: Contracapa, 2014.
- ROCHE, Daniel. A cultura das aparências: Uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII). São Paulo: Senac, 2007.
- STEELE, Valerie. The Berg Companion to Fashion. Oxford/New York: Berg, 2010.
- TAYLOR, Lou. Establishing dress history. Manchester/ New York: Manchester University Press, 2004.
- TAYLOR, Lou. The study of dress history. Manchester/ New York: Manchester University Press, 2002.
- VOLPI, Maria Cristina. Estilo Urbano: modos de vestir na primeira metade do século XX no Rio de Janeiro, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.
- VOLPI, Maria Cristina. O vestuário como princípio de leitura do mundo. Associação Nacional de História – ANPUH XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – 2007.
<http://snh2007.anpuh.org/resources/content/anais/Maria%20Cristina%20V%20Nacif.pdf>

I ENCONTRO DE **CORPO, MODA E COMUNICAÇÃO**

O corpo vestido é o princípio e o fim dos processos de significação do sujeito, e cada cultura serve-se dos corpos e das vestimentas que adota para a construção de si mesma, o que é decisivo para os processos de construção identitária em relação às demais culturas. Manutenção e mudança de valores orientam as atuações dos corpos vestidos para produzirem os regimes de presença do sujeito e da coletividade no social. Esses regimes de presença definem os regimes de visibilidade, de sociabilidade, a partir do “parecer”, isto é, a condição do sujeito se fazer ser. A roupa e a moda em suas articulações com o corpo

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

processam a produção semiótica do sentido que é posta em circulação. Nas operações discursivas da enunciação, nos enunciados produzidos, o sujeito enuncia a sua aparência com os seus modos de presença no mundo, construindo as marcas de sua identidade e as comunicando. Como presença, o corpo e a moda, numa linguagem imbricada, produzem sentidos aos sujeitos, significando-os e dotando-os de competência para realizar performances diversas, dentre as quais a própria comunicação. Tais premissas norteiam os trabalhos deste atelier, que trata das manifestações do corpo e da moda como processos de comunicação em objetos e práticas semióticas, nos quais entram na manifestação linguagens diversas em sincretismo.

Bibliografia:

BAGGIO, Adriana T. Mulheres de saia na publicidade: regimes de interação e de sentido na construção e valoração de papéis sociais femininos. Tese de Doutorado. PUC-SP/COS, 2014.

BARTHES, Roland. Sistema da moda. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1979.

CASTILHO, Kathia. Moda e Linguagem. 2. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CLEMENTE, Mariana Braga. Moda e modos de consumo no Brasil do século XX: revistas e a construção de aparências. Dissertação de Mestrado. PUC-SP/COS, 2015.

CORBIN, Alain.; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (orgs.). História do corpo: da revolução à grande guerra. Petrópolis: Vozes, 2008.

HOLLANDER, Anne. O Sexo e as Roupas – a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco. 1996.

LANDOWSKI, Eric, DORRA, Raúl e OLIVEIRA, Ana Claudia de. (orgs.). Semiótica, estesis, estética. São Paulo: Educ/Uap, 1999.

————— Interações arriscadas. São Paulo: Estação das Letras e das Cores., 2005.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

————— "Por uma semiótica sensível". Revista Educação & Realidade. Porto Alegre, n. 30(2): 93 - 106 jul/dez - 2005.

LE BRETON, David. Adeus ao corpo: antropologia e sociedade. Campinas: Papirus, 2003.

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

MARTINS, Marcelo M. e CASTILHO, Kathia. Discursos da Moda: semiótica, design e corpo. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. "Da boneca às bonequinhas: uma mesma imagem de construção do corpo." Revista DeSignis, v. 1, p. 159-167. 2001.

—————. "Corpo, roupa nas inter-relações semióticas da comunicação". Revista dObra[s], São Paulo, Estação das Letras e Cores, v. 3, p. 58-72. Jun/2009.

————— (Org.). As interações sensíveis. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2013.

I ENCONTRO DE A DIMENSÃO ESTÉTICA DA MODA: APARÊNCIA, ARTE E SENSIBILIDADE

Na contemporaneidade, observamos uma necessidade de exibição de uma aparência singularizada ao extremo. O desejo de modelar uma silhueta corporal singular revela novos valores e promove configurações diferenciadas das subjetividades e também da sociedade. Decerto, nossas roupas e adornos se revestem de dimensões lúdicas, simbólicas e emocionais que habitam nossos corpos. Esse intenso diálogo entre as vestimentas e o corpo, auxilia na constituição de personas que oferecem ao olhar diversos perfis de uma mesma pessoa no decorrer da existência. Nessa perspectiva, o GT se interessa por investigações que se debrucem sobre a poética performativa do esquema corporal, pelo entrelaçamento entre o corpo, a moda e a arte, evidenciando aspectos da criatividade e sensibilidade humanas, capazes de despertar sentimentos e emoções variadas, promovendo uma verdadeira experiência estética.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

Bibliografia:

- BOSI, Alfredo. Reflexões sobre a arte. São Paulo: Ática, 1985.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. Os sentidos da moda. São Paulo: Annablume, 2005.
- COCCIA, Emanuele. La vie sensible. Traduit de l'italien par Martin Rueff. Paris: Éditions Payot & Rivages, 2010.
- DEWEY, John. Arte como experiência. Tradução de Vera Ribeiro. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- LE BRETON, David. L'Adieu au corps. Paris: Éditions Métailié, 1999.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. O corpo In Fenomenologia da percepção. Tradução de Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1994. p 111-278.
- PAREYSON, Luigi. Estética: Teoria da Formatividade. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: RJ: Vozes, 1993.
- PIRES, Beatriz Ferreira. O corpo como suporte da arte. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.
- SIMMEL, Georg. Filosofia da moda e outros escritos. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições Texto & Grafia Lta, 2008.

I ENCONTRO DE DESIGN, MODA E TENDÊNCIAS

O Grupo de Trabalho Design, Moda e Tendências do 15. Colóquio de Moda tem como tema central de discussão pesquisas em moda e design tendo como foco as tendências de curto, médio e longo prazo, sejam elas sócio-culturais, de consumo, de processo produtivos, de tecnologia, de educação, entre outros. Por esse motivo, considera como objetos de estudo modos de investigação e metodologias voltadas para a identificação, classificação análise e previsão de cenários, sejam eles tecnológicos, estéticos, sócio-culturais. Como moda, considera hábitos de se trajar que estão às associadas a determinados padrões sócio-culturais, enquanto que por design entende a atividade projetual voltada para produtos e serviços relacionados ao setor de moda, vestuário e acessórios.

Biblioteca:

- CALDAS, Dário. Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac, 2004.
- CASTILHO, Kathia; DEMETRESCO, Sylvia. Consumo: práticas e narrativas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

CERQUEIRA, Renata. Coolhunting: utilizando as mídias sociais para identificar tendências. *Mídias Sociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões*, 2010. Disp+A1:G10onível em:< <http://issuu.com/papercliq/docs/ebookmidiassociais>>

DRAGT, Eks. *How to research trends:move beyond trendwatching to kickstart innovation*. Amsterdam:Bis Publishers, 2017.

ERNER, Guillaume. *Sociologia das tendências*. São Paulo: Gustavo Gilli, 2014.

LIPOVESTSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MASON, Henry et al. *Beat accelerating customer expectations with trend-driven innovation*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2015.

UNDERHILL, Paco. *Why we buy: the science of shopping*. New Yor: Simon & Schuster Paperbacks, 2009.

I ENCONTRO DE **GESTÃO E NEGÓCIOS DE MODA**

Este GT se propõe a ser um espaço para a discussão e reflexão crítica de questões relacionadas às práticas de gestão e negócios no campo da moda, observando sua relação com o design de moda, arte, design de vestuário, modelagem, marketing, administração e as suas interlocuções entre o processo criativo, produtivo, distributivo e de validação dentro da Cadeia Têxtil e de Confecção e da Economia Criativa. Mais do que uma análise voltada exclusivamente aos resultados financeiros, aos interesses do mercado e às técnicas vinculadas às estratégias de marketing dentro das empresas da indústria da moda, este GT visa também abrir um espaço para discutir a aparente dicotomia entre arte e mercado, entre processo criativo e processo produtivo, entre produto autoral e produção em escala, oposição tão propagada em todos os meios produtivos onde o produto desenvolvido pela indústria está associado à questão da criação. Desta forma, apesar deste GT focar na cadeia produtiva têxtil e de confecção, cabem também análises sobre outros objetos que apresentem esta relação de oposição, como, por exemplo, os objetos da indústria do carnaval e outros festejos, ou da indústria cinematográfica, de espetáculos, televisiva, teatral, etc., porém sempre voltado para as questões de gestão e negócios e para os objetos de vestuário, tendo em vista que entendemos vestuário como todas as peças que componham as formas vestíveis que interagem com o ser humano, ou seja, roupas, calçados, acessórios ou outros objetos que se enquadrem nesta definição. Cabem aqui também análises que investiguem a relação de empresas do mercado com a formação dos criadores, os registros e as propriedades de criação, bem como a preocupação com o ciclo de vida e uso do produto no processo produtivo e/ou pelos usuários. Como fundamentação teórica este GT prioriza fundamentações

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

teóricas do campo da administração e marketing, mas também da sociologia e da filosofia, e do campo do design, da arte e da moda.

Bibliografia:

ABRANCHES, Gerson; BRASILEIRO JÚNIOR, Alberto. Manual da gerência eficaz de confecção. Rio de Janeiro: SENAI/DN, 1990.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 1999.

_____. A produção da crença: Contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2004.

_____. A distinção: Crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2007.

CANCLINI, Nestor Garcia. Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2006.

CIETTA, Enrico. A economia da moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

CHRISTO, Deborah Chagas. Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil. São Paulo: Ed. Das Letras e Cores, 2016.

FORTY, Adrian. Objetos de desejo: Design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, David. Condição Pós-moderna. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 2000.

SABRÁ, Flávio Glória Caminada. Os agentes sociais envolvidos no processo criativo no desenvolvimento de produtos da Cadeia Têxtil. São Paulo: Ed. Das Letras e Cores, 2016.

SABRÁ, Flávio (org.). Modelagem: tecnologia em produção de vestuário. 2ª Edição. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

SANTOS, Heloisa Helena de Oliveira. Economia criativa e (Design de) moda: perspectivas globais e tomadas de posição locais no Brasil contemporâneo / Heloisa Helena de Oliveira Santos ; orientador: Alberto Cipiniuk. – 2015. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/29514/29514.PDF>

SIMMEL, Georg. Filosofia da moda e outros escritos. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições Texto & Grafia Lta, 2008.

SOLOMON, Michael R. Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. Tradução de Lene Belon Ribeiro. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SUDJIC, Deyan. Linguagem das coisas. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

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

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

I ENCONTRO DE MODA E ESTILOS DE VIDA

A proposta deste GT é abordar a moda a partir de sua expressão por meio dos estilos de vida, com ênfase nos referenciais teóricos e metodológicos da antropologia e da sociologia urbana, destacando as abordagens da cultura do consumo, do debate acerca dos novos aspectos geracionais, especialmente os que dizem respeito aos jovens e idosos, e das questões de gênero e não gênero que se articulam no campo da moda e da pesquisa antropológica. O espaço urbano e suas identidades plurais, bem como a ampliação da discussão da cultura de moda, com a incorporação das novas práticas que a cultura digital traz para esse debate, estão presentes na discussão do grupo. A moda aparece nesse contexto como uma das formas mais visíveis dos fenômenos da cultura urbana e como uma narrativa privilegiada para a compreensão do contemporâneo.

Bibliografia:

- Abramo, H. Cenas juvenis – punks e darks no espetáculo urbano. São Paulo, Scritta, 1994.
- Butler, Judith. Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.
- Canclini, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- Canevacci, Massimo. Culturas extremas: mutações juvenis no corpo da metrópole. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- Crane, Diana. A Moda e seu papel social - classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo, Senac, 2006.
- Debert, Guita Grin. A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2004.
- Erner, Guillaume. Sociologia das tendências. São Paulo, GG Brasil, 2015.
- Featherstone, M. Cultura de consumo e pós-modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- Giddens, A. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- _____, A transformação da intimidade. São Paulo, Unesp, 2003.
- Goddart F. Sociologia da moda. São Paulo, Senac, 2010.
- Hall, S. Identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

Magnani, José Guilherme C. (org.) Jovens na metrópole. São Paulo, Terceiro Nome, 2007

Mauss, Marcel. Sociologia e Antropologia. Cosac Naify, 2003

Miller, Daniel. Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

Pisani, Francis; Piotet, Dominique. Como a web transforma o mundo: a alquimia das multidões. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

Sahlins, M. Cultura e razão prática. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

Sennett, R., O declínio do homem público - as tramas da intimidade. Rio de Janeiro, Record, 2014.

I ENCONTRO DE TRAJE DE CENA E TRAJE DE FOLGUEDO

A proposta do Grupo de Trabalho Traje de Cena e traje de folguedo é reunir pesquisadores interessados na investigação da produção de trajes no âmbito das artes cênicas em geral, o que envolve teatro, cinema, televisão, circo, dança, ópera e os diversos tipos de performance. Este ano, desejamos também receber pesquisadores da área de traje de folguedos, tão próximos muitas vezes dos trajes de cena. Serão aceitos trabalhos de pesquisa experimental e/ou estudos analítico-críticos, empregando referenciais teóricos oriundos de diferentes áreas do conhecimento.

Bibliografia:

ANDERSON, Barbara & Cletus. Costume Design. Orlando: Harcourt Brace College Publishers, 1999.

BARBA, Eugênio e SAVARESE, Nicola. A Arte Secreta do Ator. São Paulo: HUCITEC, 1995.

Italiano, Isabel; VIANA, Fausto; BASTOS, Desirée. ARAÚJO, Luciano. Para vestir a cena contemporânea: moldes e moda no Brasil do século XIX. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

MUNIZ, Rosane. Vestindo os nus; O figurino em cena. SENAC Rio, 2004.

PECKTAL, Lynn. Costume Design- Techniques of Modern Masters. New York: Back Stage Books, 1999.

VIANA, Fausto. O figurino teatral e as renovações do século XX. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

VIANA, Fausto. O traje de cena como documento. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

VIANA, Fausto e BASSI, Carolina (orgs.). Traje de cena, traje de folguedo. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

VIANA, Fausto e PEREIRA, Dalmir Rogerio. Figurino e cenografia para iniciantes absolutos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

VIANA, Fausto e MUNIZ, Rosane (orgs.). Diário de pesquisadores: traje de cena. Estação das Letras e Cores, 2012.

I ENCONTRO DE TEORIA E PRÁTICA DO DESIGN DE MODA

Segundo Gustavo Amarante Bomfim (2014, p. 13 a 21), uma teoria de design teria como base a configuração de objetos e sistemas de informação. Isto envolveria o estudo da sintática deste objeto, como, por exemplo, forma, material, cor, textura, etc., da semântica deste objeto, compreendidos nos seus significados e conteúdos, e da pragmática, ou seja, seus objetivos, finalidades e valores. Além disso, envolveria o estudo da relação do objeto com o designer, os meios de produção e os usuários. Para isso, uma teoria do design deveria desenvolver um trânsito de conhecimentos de forma interdisciplinar e transclássica, ou seja, a partir da construção de linguagens que permitissem a comunicação entre especialistas na produção de conhecimento e destes com aqueles que são especialistas na sua aplicação prática. Para Bomfim, a possibilidade de uma teoria própria do design se daria na interação entre o pensamento teórico e o fazer prático. A partir deste pensamento, este GT se propõe a ser um espaço para a discussão e reflexão crítica da aplicação de fundamentos teóricos de diferentes áreas de conhecimento na prática do designer de moda. Apesar da aproximação com fundamentações teóricas do campo da sociologia e da filosofia, e do campo do design e da moda, este GT pretende ser um espaço de aglutinação e inter-relação de diferentes saberes, buscando a multiplicidade e interdisciplinaridade, evitando o foco em uma única área de conhecimento e a consequente compartimentação do conhecimento. Tem como intuito ser um local de entrelaçamento de diferentes saberes e um espaço de reflexão sobre como estes saberes se materializam, interferem, orientam, alteram e fundamentam o objeto de vestuário vinculado à noção de moda e as práticas de criação, desenvolvimento, produção, distribuição e recepção deste objeto, contribuindo inclusive na constituição de teorias próprias da área. Mais do que uma análise instrumental dos processos de criação e produção deste objeto, este GT tem como objetivo refletir e analisar criticamente noções e valores que influenciam e interferem na constituição das práticas, analisando desde a maneira como elas são constituídas, ensinadas e reproduzidas até a sua interferência na relação concreta com o mercado.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

Bibliografia:

BECKER, Howard Saul. Art Worlds. Bekerley e Los Angeles: University of California Press, 2008.

_____. Falando da sociedade: ensaio sobre as diferentes maneiras de representar o social. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2009.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Sobre a possibilidade de uma teoria do design. In: COUTO, Rita Maria de Souza; FARBIAS, Jackeline; NOVAES, Luiza. Gustavo Amarante Bomfim uma coletânea. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014. p.13 – p.21

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 1999.

_____. A produção da crença: Contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2004.

_____. A distinção: Crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2007.

CANCLINI, Nestor Garcia. Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2006.

CHRISTO, Deborah Chagas. Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil. São Paulo: Ed. Das Letras e Cores, 2016.

COUTO, Rita Maria de Souza; FARBIAS, Jackeline; NOVAES, Luiza. Gustavo Amarante Bomfim uma coletânea. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014.

FORTY, Adrian. Objetos de desejo: Design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, David. Condição Pós-moderna. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

MENDONÇA, Flavia; MONÇORES, Aline. Estudo de Tendências – um método projetual ou um banco de dados?. In: Dobras, V.8, n.18, 106-112. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015

MONÇORES, Aline. O lugar da Tendência - O Novo e a Novidade. In: Consumo: Práticas e Narrativas, p.17-27. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

MORIN, E. A religação dos saberes. O desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

SABRÁ, Flávio Glória Caminada. Os agentes sociais envolvidos no processo criativo no desenvolvimento de produtos da Cadeia Têxtil. São Paulo: Ed. Das Letras e Cores, 2016.

SIMMEL, Georg. Filosofia da moda e outros escritos. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições Texto & Grafia Lta, 2008.

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

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

I ENCONTRO DE **EDUCAÇÃO: TEORIA E PRÁTICA DA MODA**

Este GT discute o ensino de Moda no Brasil, por meio do estudo, da reflexão e da discussão de teorias que o embasam; modelos pedagógicos; processos de sala de aula; novas tecnologias no ensino; a visão do aluno e a postura do profissional (continuidade/ruptura), através da educação formal. Pretende, ainda, ampliar a reflexão sobre as questões pedagógicas e os processos de formação no âmbito da Moda, e do Design de Moda que dialoguem em campos conexos e lugares distintos. Os espaços de formação profissional, os lugares, a memória e os saberes na constituição do profissional de Moda.

Bibliografia:

ANDRÉ, Marli (Org.). O papel da pesquisa na formação e na prática dos professores. Campinas: Papirus, 2001

COSTA, Jurandir. O vestígio e a aura – corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

ESTEBAN, M.T., ZACCUR, E. (orgs.) Professora-pesquisadora: uma práxis em construção. Rio de Janeiro: DP & A, 2002.

LIPOVETSKI, Gilles. O Império do Efêmero. São Paulo: Cia das Letras, 1991.

MAFFESSOLI, Michel. No fundo das Aparências. Petrópolis: Vozes, 1997.

MATTOS, M.F.S.C.G. de (org). Pesquisa e formação em Moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

OLIVEIRA, A. C.; CASTILHO, K. Corpo e moda- por uma moda contemporânea. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. Teoria de Moda. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2007.

ZEICKNER, K. Para além da divisão entre professor-pesquisador e professor acadêmico. In: GERALDJ, Corinta M. G., FIORENTINI, Dario, e PEREIRA, Elisabete M. de A. Cartografias do Trabalho Docente. Campinas-SP: Mercado das Letras, 1998.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

I ENCONTRO DE **CONSUMO DE MODA**

Este GT propõe a discussão de estudos que reflitam a pesquisa sobre consumo de moda. O objetivo é analisar as relações de consumo de moda quer sejam estas entre pessoas ou entre pessoas e objetos e o contexto no qual essas relações se dão enfatizando a compreensão das comunidades de consumo, e o estudo de estratégias, sobretudo de marcas, como recursos de construção de significados entre empresas e sociedade. Incluem-se aqui estudos que utilizem metodologias qualitativas e/ou quantitativas com foco tanto no consumidor final (processos intraindividuais, interpessoais e sociais do consumo) bem como, o comportamento do comprador organizacional.

Bibliografia:

- BARTHES, Roland. Sistema da Moda. 35ª ed. Lisboa: Edições 70, 1999.
- BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Elfos Ed. Lisboa: Edições 70, 1995.
- CASTILHO, Kathia. Moda e Linguagem. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens – para uma antropologia do consumo. 1ª Ed. Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 2004.
- GARCIA, M.C. & MIRANDA, A.P. de Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos. Coleção Moda & Comunicação. Coordenação: Kathia Castilho. 2ª ed., São Paulo; Ed. Anhembi Morumbi. 2005
- McCRACKEN, Grant. Cultura & Consumo - novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e atividades de consumo. Coordenação: Everardo Rocha. 1ª Ed. Rio de Janeiro, Mauad, 2003.
- MIRANDA, A.P. de Consumo de Moda – a relação pessoa-objeto. 2ª Ed. São Paulo: Ed. Estação das Letras. 2017.

I ENCONTRO DE **GÊNERO E CULTURA DE MODA**

Este Grupo de Trabalho pretende reunir pesquisador(a.e.x)s que investigam as possíveis mediações entre questões de gênero e cultura de moda. Gênero é compreendido enquanto categoria de análise (SCOTT, 1990) e como resultado de expressões e performatizações identitárias (BUTLER, 2003). A Moda, fenômeno comunicacional pautado historicamente na cultura das aparências, é

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

campo fértil para revelar mudanças sociais atreladas a significantes (SANT'ANNA, 2007). Sob tal perspectiva, abordagens contemporâneas permitem interpretar discursos, verbais e visuais, sobre a significação das vestimentas na construção social das performances de gênero em termos binários e não binários, bem como as repercussões de modelos culturais hierarquizados e desiguais nas sociedades ocidentais e as subversões de categorias. Diana Crane (2006) apontou para questões do vestuário feminino e masculino como elementos de construção das identidades, assim como Gilles Lipovetsky (1987) definiu a moda consumada orientada para valores culturais e práticas sociais de consumo na era contemporânea, salientando a revolução do feminino no contexto globalizado (2000). O GT está aberto a pesquisas que versam principalmente sobre moda, comunicação e design, que dialogam de alguma forma com questões de gênero.

Bibliografia:

BUTLER, Judith. Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. 236p.

CALANCA, Daniela. História social da moda. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2011 224 p.

CRANE, Diana,. A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Ed. SENAC, 2006. 499 p.

GOLDENBERG, Mirian. O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. Barueri: 2007 Estação das Letras e Cores 176 p

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, c1987. 294 p.

LIPOVETSKY, Gilles. A terceira mulher: permanencia e revolução do feminino. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. 339

SANT'ANNA, Mara Rúbia. Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo. São Paulo: Estação das Letras, 2007. 106 p.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. Revista Educação e Realidade.V. 15, N 2. Porto Alegre: UFRGS, 1990, pp. 5-22

WAJNMAN, S.; ALMEIDA. A. J. Moda, comunicação e cultura: um olhar acadêmico. São Paulo: Arte & Ciência; NIDEM/UNIP; FAPESP, 2002.

ZAMBRINI, Laura. Olhares sobre moda e design a partir de uma perspectiva de gênero.

Revista dObra[s], São Paulo, v. 9, n. 19, p.53-61, 2016. Disponível em:

<<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/452>>. Acesso em: 22 set. 2016.

I ENCONTRO DE **MODELAGEM, CONSTRUÇÃO E ESTUDOS DA FORMA**

O GT propõe discussões, reflexões, e análises sobre os temas de estudos da forma, como construção, desconstrução e técnicas de percepção; estudo de métodos e técnicas de modelagem do vestuário; história da modelagem e de seus métodos; concepção e expressão de conceitos e soluções formais por meio da modelagem; discussão de alternativas para a configuração formal dos produtos; reflexões sobre a modelagem integrada ao processo criativo; modelagem criativa; estudo da relação espaço-corpo no desenvolvimento dos produtos; estabelecimento de relações entre forma, estrutura e função dos produtos no desenvolvimento da modelagem; estratégias e recursos de construção para a materialização de produtos; experimentação de materiais e implicações técnicas, construtivas e ergonômicas na modelagem e construção dos produtos, segundo aspectos de adequação dimensional, conforto, vestibilidade e consumo de matéria prima; modelagem zero waste; técnicas de interpretação de modelos; inovação formal; tecnologias e inovações envolvidas nos processos de modelagem; investigações antropométricas; teorias e práticas no ensino da modelagem.

Bibliografia:

AGKATHIDIS, A.; SCHILLIG, G. (Ed.). Performative Geometries: transforming textile techniques. Amsterdam: BIS, 2010.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

- ALDRICH, W.. Fabric, form and flat pattern cutting. New York: Blackwell, 2007.
- _____. Modelagem plana para moda feminina. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.
- ARMSTRONG, H.J.. Draping for apparel design. New York: Fairchild Publications, 2000.
- _____. Patternmaking for fashion design. 4ª ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2006.
- ARNOLD, J.. Patterns of fashion 1: englishwomen's dresses and their construction c.1660-1860. Hollywood: Quite Specific Media Group Ltd., 1972.
- _____. Patterns of fashion 2: englishwomen's dresses and their construction c.1860-1940. Hollywood: Quite Specific Media Group, 1972b.
- BAUMGARTEN, I.; WATSON, J.. Costume close-up: clothing construction and pattern 1750-1790. Williamsburg: Colonial Williamsburg foundation, 1999.
- BURGO, F.. Il Modelismo - tecnica del modello sartoriale e industriale. Milão: Istituto di Moda Burgo, 1992.
- COSTA, C.Z.. Além das formas: introdução ao pensamento contemporâneo no design, nas artes e na arquitetura. São Paulo: Annablume, 2010.
- DAVIS, R. I.. Men's garments 1830-1900: a guide to pattern cutting and tailoring. Studio City: Players Press, Inc., 1994, 2ª ed.
- DOMINONI, A.; TEMPESTI, A.. Forma e materia: design e innovazione per il tessile italiano. Milano: Maggioli, 2012.
- DUARTE, S.; SAGGESE, S.. Modelagem industrial brasileira. Rio de Janeiro: Guarda Roupas, 2010.
- _____. Modelagem industrial brasileira: saias. Rio de Janeiro: Guarda Roupas, 2011.
- DUBURG, A.; VAN DER TOL, R.. Moulage: arte e técnica no design de moda. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- FISCHER, A.. Fundamentos de design de moda: construção de vestuário. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- FULCO, P.T.; SILVA, R.L.A.. Modelagem plana masculina. 2ª reimpressão. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2007.
- _____. Moldes femininos: noções básicas. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2008.
- GRAVE, M. F.. A modelagem sobre a ótica da ergonomia. São Paulo: Zennex, 2004.
- HEINRICH, D. P.. Modelagem e técnicas de interpretação para confecção industrial. Novo Hamburgo: Feevale, 2005.
- HODGE, B. (Org.). Skin + bones: parallel practices in fashion and architecture. Londres: Thames & Hudson, 2007.
- ITALIANO, I.; VIANA, F. (Orgs.). Para vestir a cena contemporânea: moldes e moda no Brasil do século XIX. Isabel Italiano, Fausto Viana: coords. Desirée Bastos, Luciano Araújo. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

- JAFFE, H.; RELIS, N.. Draping for Fashion Design. New York: Pearson Prentice Hall, 2005.
- MARTÍN, M. S.. Materiali innovative per la moda. Modena: Logos, 2010.
- NAKAMICHI, T.. Pattern Magic 1. São Paulo: GG Moda, 2012.
- _____. Pattern Magic 2. São Paulo: GG Moda, 2012.
- MACLOCHLAINN, J.. The Victorian Tailor: an introduction to period tailoring. New York: St. Martin's Griffin, 2011.
- ROSA, S.. Alfaiataria: modelagem plana masculina. Brasília: SENAC-DF, 2009.
- ROSE, S.. Patternmaking: comprehensive reference for fashion design. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2004.
- SABRÁ, F. (Org.). Modelagem: tecnologia em produção de vestuário. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.
- SALTZMAN, A.. El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta. Buenos Aires: Paidós, 2004.
- SILVA, F. J.. Forma : uma experiência tridimensional. Birigui : Boreal, 2005.
- SOUZA, P. M.; MENEZES, M.S.. Aplicativos de construção no desenvolvimento do produto de moda. In: PASCHOARELLI, L. C.; MENEZES, M. S.(Orgs.). Design: questões de pesquisa. Rio de Janeiro: Rio Books, 2010.
- VIANA, F.; ITALIANO, I.; BASTOS, D.; ARAÚJO, L.. Para meninos, meninas e suas bonecas: moldes e moda para crianças no Brasil do século XIX. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- VYZOVITI, S.. Supersurfaces: folding as a method of generating forms for architecture, products and fashion. Amsterdam: BIS, 2008.
- WAUGH, N. Corsets and crinolines. Abingdon: Theatre Art Books, 1954.
- _____. The cut of men's clothes: 1600 – 1900. London: Faber and Faber Ltd., 1964.
- _____. The cut of women's clothes: 1600 – 1930. Great Britain: Theatre Arts Books, 1968.

I ENCONTRO DE MODA E MÍDIA

O GT tem como objetivo discutir a relação da moda com a mídia a partir das maneiras pelas quais os veículos de comunicação (revista, televisão, cinema e internet entre outros) captam, elaboram, criam e propagam objetos do design e do vestuário na vida social. Por outro lado, investigações sobre o consumo dessa produção também entram em pauta. Assim, são bem vindas inquietações teóricas relativas a estas temáticas, desde que a interface moda e mídia ou os processos de midiatização da moda estejam contemplados.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

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

Bibliografia:

BRAGA, José Luiz. Constituição do Campo da Comunicação. Verso e Reverso. Revista da Unisinos, São Leopoldo, RS. Vol. XXV, nº. 58, jan-abr, 2011.

CALANCA, Daniela. História Social da Moda. São Paulo: Senac 2008.

CAMPBELL, Colin e BARBOSA, Livia (org.). Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CARDOSO, Denis Rafael. Uma introdução à história do design. São Paulo:2008.

CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2008.

CRANE, Diana. Ensaios sobre moda, arte e globalização cultural. São Paulo: Editora Senac, 2011.

HARVEY, David. Condição pós-moderna. São Paulo: Loyola, 1994.

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

MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI Junior, Jeder; JACKS, Nilda. (Orgs.) Mediação e Mídiação. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.