



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input checked="" type="checkbox"/> ELETIVO	<input type="checkbox"/> OPTATIVO
--------------------------------------	---	-----------------------------------

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
COMN0053	Moda e critica cultural	30	30	3	60	

Pré-requisitos		Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	--	---------------	--	-----------------	--

EMENTA

Trabalhar conceitos relativos à crítica da moda para além do “gosto pessoal”, entendendo gosto como categoria social. Observar como se dá crítica de moda no âmbito nacional e internacional e oferecer aos alunos e alunas métodos e técnicas para observação de desfiles e coleções.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Crítica de moda: história
- A crítica de moda no Brasil
- Crítica, objetividade e subjetividade
- Crítica e preconceito
- Crítica e empoderamento
- Veículos de moda nacionais e internacionais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARNARD, Malcolm. Moda e Comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
BARTHES, Roland. Inéditos, vol. 3: Imagem e Moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
SVENDSEN, Lars. Moda: uma filosofia. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HINERASKY, Daniela Aline. Jornalismo de moda: questionamentos da cena brasileira. VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, NP Pesquisa de Jornalismo. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/95557153558942219470531530952779903516.pdf>
WOLF, NAOMI. O MITO DA BELEZA. Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rocco:Rio de Janeiro, 1992
JOFFILY, Ruth. O Jornalismo e Produção de Moda. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991
LEITAO, Débora Krischke. Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França. *Horiz. antropol.* [online]. 2007, vol.13, n.28 [cited 2016-06-22], pp.203-230. Available from: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200009&lng=en&nrm=iso>. ISSN 0104-7183. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104->

71832007000200009.

MEMÓRIA, Paula Roberta Fernandes. A imagem da mulher na moda: uma análise das representações dos corpos femeninos nas fotografias publicitárias da marca Dolce & Gabbana. 2012. 155f. – Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Fortaleza (CE), 2012.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



Emitido em 08/11/2022

EMENTA Nº 1799/2022 - SEGEC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 08/11/2022 19:21)

MARCELO MACHADO MARTINS

COORDENADOR - TITULAR

CGCS (12.33.18)

Matrícula: 1508076

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
1799, ano: **2022**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **08/11/2022** e o código de verificação: **15d5853901**