

Boletim de novas aquisições da biblioteca | 2021

Design de Moda



O casaco de Marx

STALLYBRASS, Peter. O casaco de Marx: roupa, memória, dor. 5. ed. rev. Belo Horizonte: Autêntica, 2016. 110 p. (Mimo). ISBN 9788582178430.

Num texto poético e comovente, sobre relação com as roupas e com as coisas em geral. Através das idas e vindas do casaco de Marx, Stallybrass nos faz refletir sobre as complexas relações entre as coisas como objetos de uso, como objetos aos quais imprimimos nossas marcas, como objetos que carregam nossa memória, e as coisas como mercadorias, precisamente o problema de Marx em O Capital.



Construção de vestuário

FISCHER, Anette. Construção de vestuário: s. ação ou processo de construir vestimentas. Porto Alegre: Bookman, 2010. 191 p. Fundamentos de design de moda ; 3). ISBN 9788577806393.

Terceiro livro da coleção Fundamentos de Design de Moda, 'Construção de Vestuário' oferece uma apresentação ilustrada às principais etapas que envolvem a construção de uma roupa, da modelagem e 'moulage' a técnicas de corte e costura e acabamento. Anette Fischer mostra passo a passo o processo, ensinando a teoria, as habilidades práticas e a técnica que você precisa para ser bem-sucedido na área.



Costura de moda: técnicas básicas

AMADEN-CRAWFORD, Connie. Costura de moda: técnicas básicas. Porto Alegre: Bookman, 2014. 183 p. ISBN 9788582602010.

O conteúdo do livro abrange a escolha do equipamento e da seleção do molde até a produção de margens de costura, pences, bainhas e forros. A apresenta todas as habilidades básicas e intermediárias necessárias para costurar peças de roupa a partir de um molde. Instruções passo a passo, acompanhadas de ilustrações comentadas, facilitam a visualização das etapas do processo e a aplicação de técnicas de costura fundamentais aos projetos. "Dicas Práticas" destacam as técnicas utilizadas na indústria e as soluções para resolver problemas de costura comuns. Diagramas claros e conselhos práticos ensinam inúmeras técnicas.



Desenvolvendo uma coleção

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. Desenvolvendo uma coleção: v. crescer, amadurecer; tornar-se mais avançado ou elaborado : sf. conjunto de itens da mesma natureza ou que tem a relação entre si.. Porto Alegre: Bookman, 2010. 167 p. (Fundamentos de design de moda ; 4). ISBN 9788577807178.

Oferece apresentação ilustrada às principais etapas que envolvem a criação de uma coleção, das primeiras ideias de design à exibição e venda do resultado final. Dividido em cinco capítulos, o livro aborda tudo o que o estudante de moda precisa saber sobre o desenvolvimento de uma coleção, incluindo: uma visão geral do processo de desenvolvimento; as temáticas mais usadas pelos estilistas; os diferentes níveis de mercado – da alta-costura ao mercado de massa; as coleções segmentadas e ainda dicas para orientar a coleção de conclusão de curso. Cada capítulo é complementado por entrevistas com estilistas de todas as áreas da indústria da moda.



Moda masculina

HOPKINS, John Charles. Moda masculina: s.f. roupas para homens. Porto Alegre: Bookman, 2013. 199 p. (Fundamentos de design de moda ; 7). ISBN 9788565837859.

Apresenta uma perspectiva sobre essa fascinante e, muitas vezes, complexa área da moda. Em um exame da evolução histórica e social da moda masculina, são considerados a influência da nobreza e da burguesia, dos uniformes e dos trajes militares sobre a roupa masculina; a riqueza das tradições da alfaiataria masculina; o sportswear masculino; e o incomparável impacto do jeans. Também são analisados os processos de design e como temas, conceitos e influências podem ser traduzidos em fontes confiáveis de pesquisa para a criação de roupas masculinas.



Styling de moda

MCASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare. Styling de moda: s.f. criação de um estilo, moda ou imagem. Porto Alegre: Bookman, 2013. 199 p. (Fundamentos de design de moda ; 8). ISBN 9788582600047.

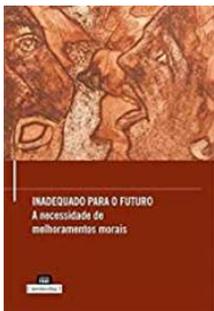
Guia abrangente dessa área em franco e rápido desenvolvimento. Começando com uma introdução sobre o que é styling de moda, o livro explica as diversas áreas de atuação em styling, detalhando as diferenças entre o styling comercial e o editorial, e discute as habilidades necessárias para seguir essa carreira. A sessão fotográfica é explicada passo a passo para demonstrar desde a preparação e a edição das roupas, até os processos de pós-produção. Ricamente ilustrado com inúmeras imagens de styling criadas por profissionais e estudantes de moda, este livro mostra que, com muita criatividade, é possível desenvolver trabalhos belos e relevantes, mesmo com os orçamentos mais limitados.



Gemas e pedras preciosas: descubra e explore

BONEWITZ, Ra. Gemas e pedras preciosas: descubra e explore. São Paulo: Disal Editora, 2013. 224 P. ISBN 9788578441487.

Permite ao leitor descobrir e explorar o maravilhoso mundo das gemas e das pedras preciosas. De fácil consulta, o guia apresenta mais de 400 exemplos de gemas, pedras e metais preciosos. O livro aborda a formação, classificação, propriedades físicas e ópticas, localização e polimento das gemas. Contém ficha técnica com as principais características de cada gema. Um grande número de fotos ilustram a aplicação de gemas em joias e objetos de arte.



Inadequado para o futuro: a necessidade de melhoramentos morais

PERSSON, Ingmar; SAVULESCU, Julian. Inadequado para o futuro: a necessidade de melhoramentos morais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2017. 216 p. (Coleção IEAT). ISBN 9788542301649.

Seria válido interferir nas estruturas cognitivas do cérebro humano para aumentar nossa capacidade de ser solidário? O problema, que soa próximo a distopias literárias, é enfrentado pelos autores, em um texto que incita dúvidas e potenciais debates. Este inquietante e consistente livro objetiva atrair um público interessado por democracia, gerações futuras e bioética.



ISTO É design thinking de serviços: fundamentos, ferramentas, casos

ISTO É design thinking de serviços: fundamentos, ferramentas, casos. Porto Alegre: Bookman, 2014. 375 p. ISBN 9788582602171.

A fronteira entre produtos e serviços está cada vez mais difusa, e é hora de pensarmos de um jeito diferente. Escrito com as mesmas abordagens cocriativas que introduz, este livro apresenta uma perspectiva interdisciplinar ao design de serviços – tema que vem despertando interesse dos mais diversos campos. O livro está estruturado em 3 seções: Fundamentos apresenta os conceitos do design thinking de serviços e traz uma seleção de perspectivas individuais, mostrando as semelhanças e diferenças entre as áreas envolvidas no processo. Ferramentas explica o processo iterativo do design de serviços e apresenta 25 ferramentas de design adaptáveis. Casos mostra como fundamentos, processos e ferramentas funcionam na prática por meio de estudos de caso internacionais. Ao final, artigos refletem sobre a situação atual da pesquisa na área e inserem o design thinking de serviços em um contexto filosófico.



Joalheria no Brasil: história, mercado e ofício

DAYÉ, Claudia; CORNEJO, Carlos; COSTA, Engracia. Joalheria no Brasil: história, mercado e ofício. Barueri: Disal, 2017. 288 p. ISBN 9788578441944.

A joia é objeto de alto significado e, ainda que considerada artigo de luxo, está presente na maior parte da população. O matrimônio se faz com a troca das alianças e sua perpetuação é celebrada em bodas de prata e ouro. Joias de família são passadas de geração a geração e muito se sabe sobre estas peças. A joalheria é arte e ofício que se desenvolve de modo especialmente fascinante. Em um país rico em minérios, metais nobres e pedras naturais, as pessoas os transformam em pequenas e tão diferentes obras de arte. Essas pessoas são ourives e artesãos, lapidários, gemólogos, técnicos e homens do garimpo; são percursores oriundos da imigração dos séculos XIX e XX que abriram caminhos, exploraram materiais, desenvolveram marcas, criaram e difundiram a joia no Brasil. Este projeto surgiu para contar a história dessas pessoas e suas joias, um legado com pleno desenvolvimento nos últimos 50 anos, período recente que, porém, delineou o que é a joia brasileira neste início de século XXI. Histórias envolventes, surpreendentes e curiosas que irão despertar o interesse das novas gerações, homenagear profissionais e artistas e, acima de tudo, resgatar a memória da cultura brasileira nesta sua brilhante faceta.



Malharia

SISSONS, Juliana. Malharia s. f. confecção de tecidos em malha. Porto Alegre: Bookman, 2012. 183 p. (Fundamentos de design de moda; 6.). ISBN 9788577809790.

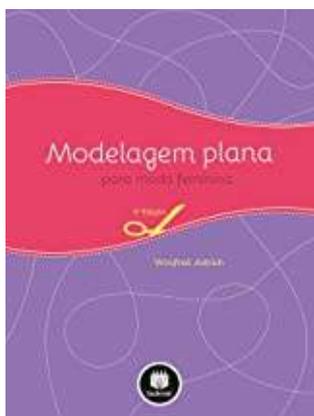
Começando com uma análise da malharia tradicional, o livro busca conduzir o leitor pelo processo de produção da malha, da pesquisa e desenvolvimento às técnicas de modelagem, construção e acabamento, fornecendo ideias que possam possibilitar uma abordagem independente e experimental ao design. Alguns dos tópicos abordados são- fios e fibras; ferramentas e máquinas; cores; amostra de tensão; textura de superfície; malhas padronadas; efeitos tridimensionais; modelagem; produção de padrões, golas, bainhas e bordas; fixações e ornamentação. Além disso, a obra traz entrevistas e criações de designers buscando servir de fonte de informação e inspiração para o leitor criar suas próprias malhas. Os princípios da malharia com máquina são abordados e complementados com ilustrações, exemplos de trabalhos contemporâneos e descrições.



MODA, sustentabilidade e emergências

MODA, sustentabilidade e emergências. Caxias do Sul: Educs, c2012. 288 p. ISBN 9788570616623.

A sustentabilidade abarca três dimensões: social, ambiental e econômica. A sustentabilidade social refere-se ao respeito pelo trabalhador, quer no aspecto legal, quer no incentivo à empregabilidade, à inserção no mercado, à capacitação profissional, ao salário justo, à qualificação subsidiada. A sustentabilidade ambiental trata da definição dos limites de uso dos recursos naturais, para evitar sua exaustão e os decorrentes desequilíbrios dos ecossistemas, bem como tenta banir e/ou substituir agentes poluidores do meio ambiente, para reduzir o impacto ambiental do sistema industrial estabelecido. A sustentabilidade econômica analisa e mede a eficiência dos processos produtivos, considerando as tendências de maior geração de benefícios, com menor uso de recursos.



Modelagem plana para moda feminina

ALDRICH, Winifred. Modelagem plana para moda feminina. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. 215 p. ISBN 9788582601747

Conheça os princípios básicos de uma das técnicas de construção de vestuário mais utilizadas na indústria da moda. Modelagem plana para moda feminina é um manual prático que introduz o leitor ao complexo universo da modelagem plana. Com uma linguagem simples e objetiva, apresenta os princípios básicos da modelagem e mostra, passo a passo, como produzir uma grande variedade de moldes de roupas femininas. Além da modelagem plana tradicional, com pences, também aborda o processo de modelagem sem pences e o desenho com auxílio do computador (CAD). Best-seller internacional, este livro é uma grande fonte de aprendizado e de inspiração para estudantes e profissionais de moda.



O papel do ateliê na educação infantil

O PAPEL do ateliê na educação infantil: a inspiração de Reggio Emilia. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2019. xviii, 206 p. ISBN 9788584291595.

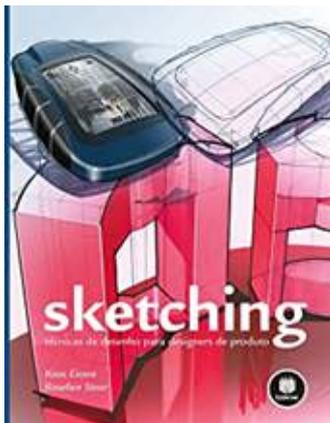
Pioneiros no trabalho com ateliê – elemento-chave das renomadas creches e pré-escolas de Reggio Emilia, na Itália –, os organizadores deste livro reúnem relatos sobre como as experiências de crianças que interagem com materiais ricos impactam na abordagem das escolas para a construção e a expressão do pensamento e da aprendizagem. Com capítulos atualizados e novos conteúdos, esta 2ª edição traz exemplos de projetos e aborda aspectos práticos do ateliê, incluindo a organização do ambiente e o uso de materiais. Essencial para um exame mais aprofundado da filosofia, da prática e da influência do ateliê inspirado em Reggio Emilia, esta obra auxiliará os educadores a criar oportunidades de aprendizagem para uma nova geração de crianças.



O que é design de moda?

MATHARU, Gurmit. O que é design de moda?. Porto Alegre: Bookman, 2011. 256 p. ISBN 9788577808533.

Procura examinar os aspectos da indústria da moda, discutindo a transformação da mesma em o que pode ser considerado como um dos maiores negócios do mundo, e procura analisar sua relação com a mídia e a cultura das celebridades. Também procura abordar questões éticas, como o uso de peles e o impacto ambiental e humano do movimento fast fashion. Em seguida, procura decompor todo o processo de design, do esboço inicial ao lançamento da coleção, e dar dicas práticas para quem busca uma carreira na moda.



Sketching: técnicas de desenho para designers de produto

EISSEN, Koos. Sketching: técnicas de desenho para designers de produto. Porto Alegre: Bookman, 2015. 255 p. ISBN 9788582602836.

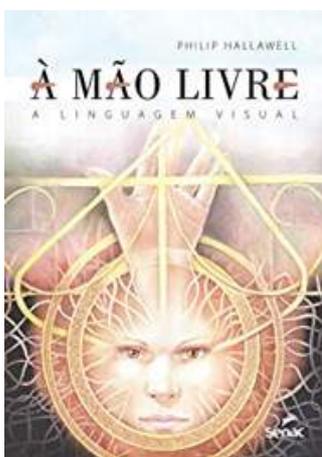
Os designers ainda desenhavam à mão? Na era da informática, não faz muito mais sentido usar o computador? Muitos podem pensar que desenhar é uma habilidade em extinção, mas isso está longe de ser verdade. Sketches e desenhos à mão livre continuam a ser produzidos nos estúdios de design e, na maioria dos casos, em grande quantidade. Eles fazem parte da tomada de decisão, usados nas etapas iniciais de design, em sessões de brainstorming, na fase de pesquisa e de exploração de conceitos e em apresentações. São uma ferramenta de comunicação poderosa não apenas entre designers, engenheiros e modelistas, mas também no diálogo com clientes, fornecedores e profissionais de outras áreas e departamentos. Sketching – técnicas de desenho para designers de produto discute o incrível poder dos sketches no processo de design. Feitos com caneta e papel ou com software de manipulação de imagens, eles são apresentados em relação ao processo de design e ao resultado final, sempre acompanhados de uma explicação de seu contexto. Com isso, os autores oferecem um panorama sobre os vários métodos e usos do sketching em diferentes ambientes de design.



Tecidos e moda: explorando a integração entre o design têxtil e o design de moda.

UDALE, Jenny. Tecidos e moda: explorando a integração entre o design têxtil e o design de moda. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. 200 p. (Fundamentos de design de moda ; 2). ISBN 9788582602416

Apresenta os principais tecidos utilizados na fabricação de peças de vestuário e suas características. Também são abordados os processos do design têxtil, os diferentes tratamentos de superfície, a influência das cores e das tendências sobre a moda e os tecidos, e muito mais. Esta 2.ª edição inclui propostas de projetos e entrevistas com talentosos designers têxteis e de moda, que discutem seus processos de produção e o uso que fazem dos tecidos em seus trabalhos e projetos, ajudando você a explorar e aprimorar seus conhecimentos sobre tecidos e moda. Com este livro, você vai saber escolher o tecido certo para as roupas da sua coleção.



À mão livre: a linguagem visual

HALLAWELL, Philip. À mão livre: a linguagem visual. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2017. 221 p. ISBN 9788539612451.

Publicação essencial no âmbito das artes visuais. Nela, o autor apresenta os fundamentos da linguagem visual, além de abordar temas como a natureza da imagem, o cérebro emocional e a percepção visual. Explica também o que são os símbolos arquetípicos de Jung no contexto da linguagem visual e sua aplicação na área de estética, beleza e estilo. Para complementar, traz seu método inovador de ensino do desenho de observação e um conteúdo específico sobre o processo criativo, com dicas e exercícios para estimular a criatividade. Esta obra é dirigida aos profissionais das artes visuais e aplicadas, a todos os que já desenham ou querem aprender a desenhar e aqueles que queiram aperfeiçoar a sua competência visual, tanto para interpretar as imagens que nos cercam como para expressar ideias e sentimentos graficamente.



Administração da produção

SLACK, Nigel; BRANDON-JONES, Alistair; JOHNSTON, Robert. Administração da produção. São Paulo: Editora Atlas, 2018. xxx, 833 p. ISBN 9788597014075.

Estratégica e conceitual, esta obra chega à sua 8ª edição (alinhada à edição inglesa), com o propósito de oferecer ao leitor um caminho lógico por meio das atividades envolvidas pela administração da produção, sempre levando em conta a importância de se obter vantagem competitiva. O objetivo dos autores ao escreverem esta obra é proporcionar um entendimento abrangente tanto dos problemas quanto das técnicas que envolvem a área, ajudando, assim, os leitores a terem não apenas sucesso acadêmico, mas também em sua capacitação para entenderem e aplicarem a administração da produção como um todo. Para esta nova edição, os autores incluíram diversos aspectos da sustentabilidade e responsabilidade social corporativa, além de novos casos de "Operações na Prática". Houve destaque para o relacionamento entre inovação, criatividade e projeto dentro da organização. Temas como crowdsourcing, gestão de ideias, ecossistemas de negócios, layout de escritório, entre tantos outros, também ganharam espaço nesta edição.

Atlas de Joias CONTEMPORÂNEAS



Atlas de joias contemporâneas

MARTÍN ARROYO, Natalio. Atlas de joias contemporâneas. Rio de Janeiro: Paisagem, 2012. 599 p. ISBN 9788496805866.

O livro "Atlas de Joias Contemporâneas", de ofício secreto à design contemporâneo mostra a influência que a época exerce sobre as joias: suas curvas, suas águas, seus ingredientes, africano, indígena e europeu, sua arquitetura, sua gente... Tudo o que torna, e as joias nela inspiradas, maravilhosa, esta obra revela a aura das criações dos designers de joias e a preciosidade do material com o qual são confeccionadas: um verdadeiro deleite aos olhos e à alma.



Book de moda: com Indesign, photoshop e illustrator CC

CAMARENA, Elá. Book de moda: com Indesign, photoshop e illustrator CC. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2016. 308 p. ISBN 9788539610570.

O trabalho do estilista ou designer de moda requer muita criatividade, afinal, é preciso uma grande dose de inspiração para se criar peças e coleções cheias de estilo e harmonia. Porém, o grande desafio muitas vezes é a dificuldade de organizar e estruturar todo esse ímpeto criativo. No livro, a autora compartilha suas experiências e métodos para utilizar os programas do pacote Adobe CC e construir um book de moda completo para uma coleção de vestuário. Abrangendo desde as etapas mais subjetivas do processo como a definição do público-alvo, do tema, das cores e das harmonias da coleção até as questões mais práticas e objetivas como a escolha dos tipos de desenhos e dos formatos e a encadernação do book.



Branding + Design: a estratégia na criação de identidades de marca

CAMEIRA, Sandra Ribeiro. Branding + Design: a estratégia na criação de identidades de marca. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2016. 189 p. ISBN 9788539611393.

As logomarcas que se destacam em meio à concorrência não são apenas fruto de um momento de inspiração. Muitas vezes, a "cara" de uma empresa vem da criatividade do designer aliada à estratégia do profissional de gestão de marcas, o chamado branding. Branding + design explica como essa união de forças funciona e de que modo ela transformou o dia a dia de quem trabalha na área de identidade visual. A autora entrevistou designers, arquitetos e especialistas em branding, que compartilham sua experiência com o leitor, e analisou os projetos que mudaram a marca de quatro grandes empresas brasileiras. Objetiva ampliar o conhecimento de estudantes e profissionais de design e marketing, revelando também para o público geral detalhes do envolvente processo que torna uma marca poderosa e influente em nossas escolhas de consumo.



Coolhunters: caçadores de tendências na moda

DOMÍNGUEZ RIEZU, Marta. Coolhunters: caçadores de tendências na moda. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2011. 109 p. ISBN 9788539600977.

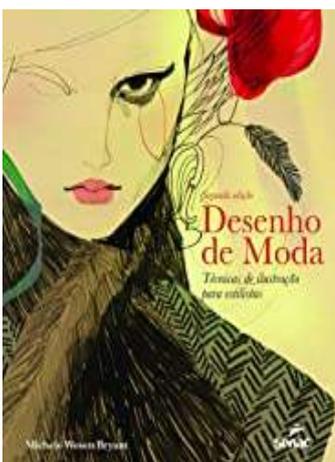
A partir da experiência da autora, este livro busca discutir como as grandes empresas, que precisam de permanente atualização, requerem os serviços do coolhunter, profissional que tem a função de identificar quais serão as próximas tendências, estando atento às informações que mais atingem as pessoas, em qualquer meio, sejam as novas tecnologias de consumo, a internet, o movimento juvenil ou a cultura pop.



A cultura das aparências: uma história da indumentária séculos XVII-XVIII

ROCHE, Daniel. A cultura das aparências: uma história da indumentária séculos XVII-XVIII. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2007. 526 p. ISBN 9788573595369.

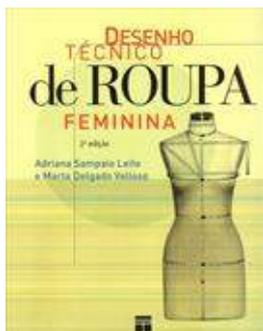
Ainda não havia as top models, mas bonecas eram despachadas de Paris para o mundo. Também não existiam as semanas de moda; no entanto, hotéis parisienses já organizavam exposições de frágeis manequins que só foram substituídos por um método de difusão mais prático: a imprensa feminina, cujo desenvolvimento foi apenas uma das facetas da transformação da sociedade nos séculos XVII e XVIII. No dia a dia, a revolução da indumentária modificava a maneira como as pessoas viam umas às outras.



Desenho de moda: técnicas de ilustração para estilistas

BRYANT, Michele Wesen. Desenho de moda: técnicas de ilustração para estilistas. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2012. 415 p. ISBN 9788539601561.

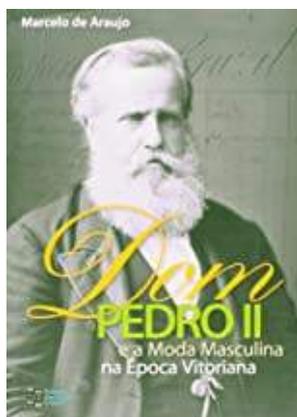
O desenho de moda é a etapa inicial de criação de roupas. Mais que esboço ou especificação técnica de um projeto, é a expressão do conceito que seu criador está imaginando para sua coleção. Este livro percorre as etapas técnicas da representação da figura humana, mostrando o passo a passo de como fazer desenho de moda.



Desenho técnico de roupa feminina

LEITE, Adriana; VELLOSO, Marta Delgado. Desenho técnico de roupa feminina. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2007. 157 p. ISBN 9788574582344.

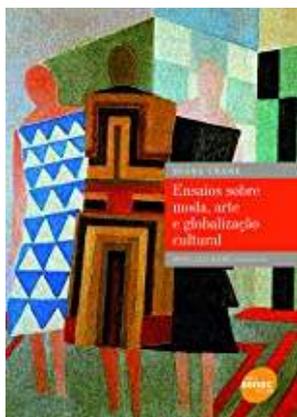
Focaliza o método de desenho desenvolvido pelas autoras para facilitar a produção de peças do vestuário feminino dentro dos padrões, estilos e estética demandados pelo mercado. O livro consta, basicamente, do passo a passo do desenho, com detalhamento, especificações técnicas e orientações necessárias à sua execução. Uma série de fotos serve à comparação entre as proporções do desenho e do modelo real.



Dom Pedro II e a moda masculina na época vitoriana

ARAÚJO, Marcelo de. Dom Pedro II e a moda masculina na época vitoriana. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012. 143 p. ISBN 9788560166534.

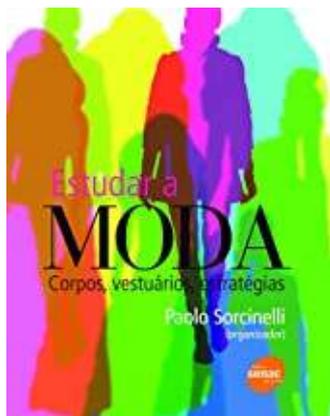
Segundo vários contemporâneos do último imperador do Brasil, Dom Pedro II não era especialmente elegante. Mas ele soube exprimir suas convicções políticas e morais através das roupas que vestia. Casacas, sobrecasacas, cartolas e guarda-chuvas foram recorrentemente usados pelo imperador com o intuito demonstrar sua simpatia pelo regime republicano. Até mesmo a deliberada utilização de gravatas que entravam em conflito com o dress code da aristocracia europeia era um dos artifícios a que o imperador costumava recorrer com o fito de exprimir sua aversão à pompa da monarquia. Este livro procura reconstruir alguns aspectos da biografia de Dom Pedro II à luz da história da indumentária masculina no contexto do século XIX. Servindo-se de uma seleção de fotos e ilustrações, e recorrendo a documentos que incluem, por exemplo, uma listagem detalhada das encomendas do imperador em uma casa de alfaiataria inglesa do século XIX. O autor busca analisar o poder simbólico que as roupas exerciam na constituição da imagem deste monarca.



Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural

CRANE, Diana; BUENO, Maria Lúcia. Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2011. 270 p. ISBN 9788539601332.

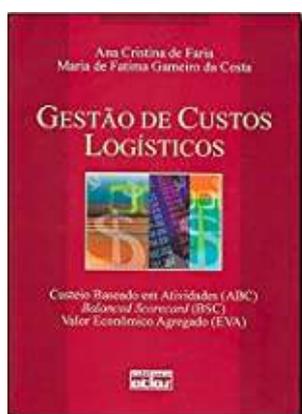
Nesta coletânea de ensaios, expõe-se o que poderia chamar de ciclo de vida, dos mais notáveis produtos da indústria do vestuário: como nascem, amadurecem e desaparecem as criações dos estilistas e designers responsáveis, ao lado da mídia, pelo fascínio que esse setor exerce sobre a sociedade. Contribui para a compreensão de alguns mecanismos que regulam a economia simbólica no campo das atividades ligadas à moda, recorrendo a teorias consagradas sobre a produção a difusão e a valorização cultural, pois a moda, sem dúvida, também é cultura.



Estudar a moda: corpos, vestuários, estratégias

SORCINELLI, Paulo (org.). Estudar a moda: corpos, vestuários, estratégias. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2008. 214 p. ISBN 9788573597585.

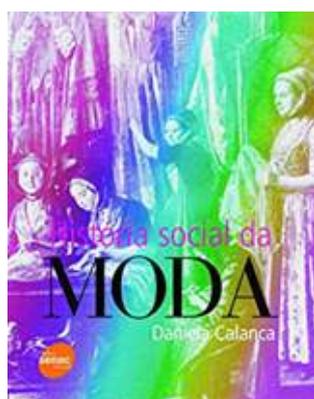
Escrito por docentes da Universidade de Bolonha, esse livro é destinado a quem quer fazer a moda entendendo a relação do homem com a indumentária, conhecendo os processos produtivos de empresas do setor, aprendendo as diferenças entre uma grife orientada para o produto e uma grife orientada para o mercado. A moda é tratada em seus diferentes aspectos - história da moda, psicologia da moda, marketing em empresas de moda, jornalismo de moda, artes decorativas e moda.



Gestão de custos logísticos

FARIA, Ana Cristina de; COSTA, Maria de Fátima Gameiro da. Gestão de custos logísticos: custeio baseado em atividades (ABC), balanced scorecard (BSC), valor econômico agregado (EVA). São Paulo: Atlas, 2010. xv, 431 p. ISBN 9788522441556.

Custos minimizados, ativos logísticos otimizados e serviços de excelência prestados aos clientes agregam valor aos acionistas e clientes, bem como são fundamentais para que as parcerias na cadeia de suprimentos possam atingir seus objetivos. Na busca desses resultados, os gestores empregam modelos de raciocínio próprios - os conceitos e técnicas de Logística Integrada - os quais demandam informações contábil-gerenciais específicas. No entanto, ao contrário de estarem assim conceituados, os critérios adotados nos sistemas contábeis tradicionais e as informações geradas têm sido objeto de críticas generalizadas entre os estudiosos e profissionais de Logística, apontando para a inadequação das informações contábil-gerenciais, que são fatores críticos aos processos decisórios da Logística. Nesta obra buscou-se identificar e mensurar os Custos Logísticos Totais, provenientes dos três processos logísticos: Abastecimento, Planta e Distribuição, visando atender a natureza das decisões logísticas em seus diversos níveis. Pretendeu-se evidenciar, também, alguns artefatos contábil-gerenciais, tais como: Custeio Baseado em Atividades (ABC), Balanced Scorecard, Análises Multidimensionais, Cost to Serve e EVA®, que devem atender aos objetivos de tomada de decisões em Logística.



História social da moda

CALANCA, Daniela. História social da moda. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2008. 227 p. ISBN 9788573597578

A história do vestuário diz muito sobre a sociedade e seu tempo. Nesse livro, a autora traça um interessante panorama da origem da moda e de sua evolução ao longo da história. Conta, entre outras coisas, como os vestuários masculinos e femininos passaram a diferenciar-se, como a Igreja tentou conter os modismos na Idade Média e por que só pode existir moda em sociedades cuja estrutura não é estática. Fundamental para entender o espaço cada vez maior que a moda ocupa hoje na nossa sociedade.

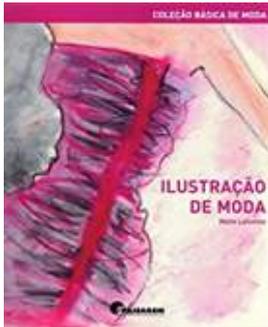


Ilustração de moda

ILUSTRAÇÃO de moda: detalhes. Barcelona: Paisagem, 2011. 191 p. (Coleção básica de moda). ISBN 9788496805781.

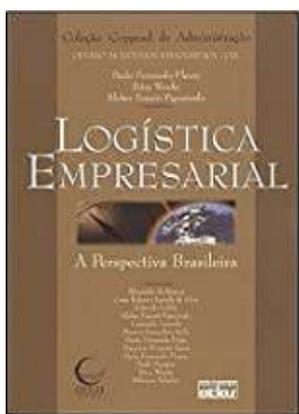
Este livro vai instruí-lo nos fundamentos da ilustração de moda. Com ele aprenderá a desenhar uma figura humana (inclusive mãos e pés) bem como a representar tecidos, dobras de roupa, luz e sombras, e acessórios. O livro inclui também instruções detalhadas para a ilustração com aquarela, giz de cera, pastel e outras técnicas de desenho, além dos detalhes cruciais - costura, prega, dobra ou plissado - que seus desenhos e clientes tão desesperadamente buscam. A habilidade para criar desenhos de moda acurados e realistas é essencial no processo do desenho de moda, sendo o primeiro passo para que toda a sua criatividade vire realidade.



Joias: fundamentos, processos e técnicas

SANTOS, Rita de Cássia L.F. Joias: fundamentos, processos e técnicas. São Paulo: Ed. SENAC, 2013. 295p. ISBN 9788574583464.

A autora, mostra os principais processos e técnicas utilizadas para a produção de jóias e apresenta também o processo de criação das peças. O livro traz ainda conhecimentos básicos sobre metais, ligas, produtos químicos e ferramentas utilizadas na produção. As fotos e o Dvd, especialmente produzidos para a publicação, revelam passo a passo de processos e técnicas mais significativas.



Logística empresarial: a perspectiva brasileira

LOGÍSTICA empresarial: a perspectiva brasileira : Centro de Estudos em Logística - CEL. 19. reimpr. São Paulo: Atlas, 2000. 372 p (Coleção Coppead de Administração). ISBN 9788522427420

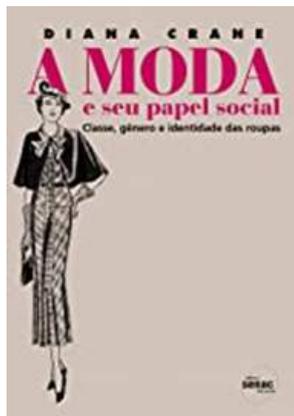
Este livro traz textos sobre logística empresarial desenvolvidos pelo Centro de Estudos em Logística, do Instituto Coppead de Administração - CEL/Coppead, uma instituição resultado de parceria entre a universidade e empresas brasileiras de vanguarda. Sua criação, construída em sólida base de pesquisa, consultoria e ensino, objetiva a disseminação de conhecimentos e desenvolvimento profissional de logística no país. Retrato fiel da evolução da logística empresarial no Brasil, os textos são estruturados em tópicos que agrupam os principais aspectos do planejamento, execução e controle das operações logísticas. Os capítulos deste volume abordam os seguintes temas: logística integrada e supply chain management, serviço ao cliente, administração do transporte, gestão de estoques, previsão de vendas, custos logísticos, tecnologia de informação aplicada à logística, organização logística.



Moda e projeto: estratégias metodológicas em design

SANCHES, Maria Celeste de F. Moda e projeto: estratégias metodológicas em design. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017. 238 p. ISBN 9788568552667.

O vestuário de moda cumpre um importante papel na interação entre o ser humano e o seu entorno, participando ativamente da adaptação física ao ambiente e da mediação de expressões individuais e representações sociais. Uma atuação que se efetiva na conexão espacial entre o corpo, o artefato e o contexto, em que a configuração da veste fomenta processos de significação, por meio da experiência sensorial. Em face a esse estreito vínculo, a composição formal/visual do vestuário constitui um importante canal perceptivo/expressivo, e projetá-la implica em articular suas dimensões tangível e intangível. Neste sentido, este livro aborda estratégias metodológicas para essa articulação, estudando o processo projetual na formação de designers de moda. Para isso, propõe um instrumental destinado a facilitar o direcionamento projetual para a geração de ordenações configurativas (sintaxe da forma) no vestuário de moda. O instrumental foi consolidado no âmbito educacional e proposto com base em uma plataforma teórica interdisciplinar, integrando estudos dos campos do design, da moda, da comunicação e da pedagogia, relacionados transversalmente nas abordagens sobre metodologia do projeto, pensamento sistêmico, pensamento visual e sintaxe da forma.



A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas

CRANE, Diana. A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2013. 528 p. ISBN 9788573598100.

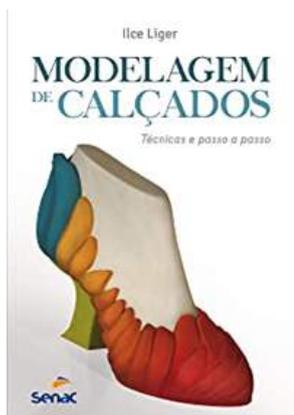
Histórico das relações que mediarão a criação e as transformações no uso da moda mostra como sua função de indicar status social foi gradativamente alterada nas sociedades contemporâneas para a de fator de construção da identidade do indivíduo. As discussões histórica e sociológica desenvolvidas serão de grande interesse para os estudiosos da cultura, que encontrarão elementos para compreender os complexos mecanismos que definem a aprovação e a adoção de determinada aparência por membros de um grupo.



Moda e sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920

BONADIO, Maria Cláudia. Moda e sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2007. 205 p. ISBN 9788573595314.

Em uma época na qual o fato de as mulheres andarem pelas ruas ainda era considerado imoral, o surgimento da Revista Feminina e da loja de departamentos Mappin Stores, em 1913, transformou essa realidade. A vida das mulheres paulistanas da época mudou, e elas conseguiram uma liberdade pela qual havia tempos ansiavam. Maria Claudia Bonadio analisa, com clareza e rigor, o impacto do aparecimento dessa nova casa de moda e desse veículo de comunicação.



Modelagem de calçados: técnicas e passo a passo

LIGER, Ilce. Modelagem de calçados: técnicas e passo a passo. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2015. 194 p. ISBN 9788539604913.

Postura ereta, andar confiante e segurança ao caminhar. Tudo isso fica comprometido se o calçado estiver machucando, se estiver muito largo ou apertando muito os dedos, não se encaixando perfeitamente nos pés. Um calçado perfeito não é aquele com design chamativo e inovador, mas sim aquele acessório que abraça o pé, unindo ao mesmo tempo firmeza e suavidade, sem deixar de lado a estética do produto. O modelista de calçados tem o papel fundamental de, a partir de um projeto de design, elaborar um modelo que alie conforto e aparência. Para isso, deve ter noções básicas de ergonomia, compreender a estrutura dos pés e ter conhecimentos técnicos para desenvolver um modelo de calçado. Com base no método da escola italiana de modelagem, este livro apresenta a estudantes e profissionais as informações necessárias para que a construção de um modelo de calçado seja feita adequadamente, com confiança e segurança.



Modelagem Plana Masculina

MODELAGEM plana masculina.. São Paulo: Senac São Paulo, 2017. 141 p. (Métodos de modelagem). ISBN 9788539613083 (broch.).

Homens modernos malham, praticam esportes, procuram manter-se em forma durante toda a vida. O resultado desse comportamento é um corpo mais saudável e com medidas diferentes daquelas que possuíam os homens de 20 anos atrás. De um modo geral os ombros estão mais largos, o abdome mais definido, os quadris mais estreitos, os braços e as pernas mais torneados. A alteração não se fez sentir apenas no corpo, mas igualmente no modo de vestir. Esse homem é também vaidoso e quer encontrar roupas que o valorizem, deixando-o elegante e confortável ao mesmo tempo. Como é de se esperar, o mercado da moda masculina oferece grande variedade de modelos para cada estilo, seja ele executivo, casual, esportivo, etc. Entretanto, se os estilos são muitos e se manifestam em diferentes segmentos, o mesmo não se pode dizer da modelagem, que continua sendo a mesma há muito tempo. Para as confecções, aí está um grande problema: como criar para o novo consumidor com base em uma modelagem antiga? Com a finalidade de preencher essa lacuna do mercado, Modelagem Plana Masculina é publicado com o objetivo de divulgar essa ferramenta.



Novas tecnologias aplicadas à moda: design, produção, marketing e comunicação

GUERRERO, José Antonio. Novas tecnologias aplicadas à moda: design, produção, marketing e comunicação. Fortaleza: SENAC, 2015. 191 p. ISBN 9788599723289.

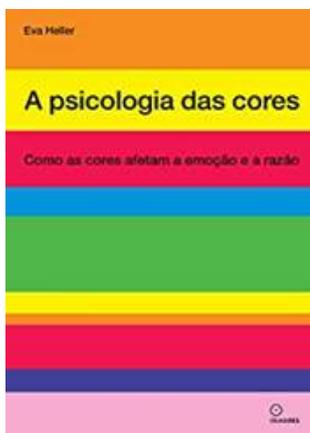
Este livro mostra as ferramentas que a tecnologia do século XXI oferece aos novos designers de moda. Por meio dos estágios básicos de criação de uma coleção: design, produção, marketing e comunicação, reflete como a indústria da moda usa o computador como principal suporte para o desenvolvimento e comunicação de suas coleções.



Preto: história de uma cor

PASTOUREAU, Michel. Preto: história de uma cor. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo: Imprensa Oficial, 2011. 213 p. ISBN 9788539600373 (Ed. SENAC São Paulo).

Durante muito tempo, no Ocidente, o preto foi considerado uma cor pura ou verdadeira. Mas a invenção da imprensa, a difusão da imagem gravada e a Reforma Protestante lhe proporcionaram, como ao branco, um status de menor importância. É com Newton - quando ele descobre o espectro da luz - tanto o preto quanto o branco não serão mais considerados cores. Somente no decorrer do século XX, a arte, primeiro, depois a sociedade e, por fim, a ciência restituem ao preto seu status de cor verdadeira. Este livro de Michel Pastoureau é consagrado à longa história da cor preta nas sociedades européias.



A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão

HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Olhares, 2021. 311 p. ISBN 9786588280058.

Aborda a relação das cores com os nossos sentimentos e mostra como as duas coisas não se combinam por acaso, já que as relações entre ambas não são apenas questões de gosto, mas sim experiências universais profundamente enraizadas na nossa linguagem e no nosso pensamento. Organizado em treze capítulos, correspondentes a treze cores diferentes, a obra oferece um rico painel de informações sobre as cores: de ditados e saberes populares até sua utilização na área de design de produto, os diversos testes baseados em cores, as terapias cromáticas, a manipulação de pessoas, os nomes e sobrenomes relacionados com as cores etc.



Quadro do paisagismo no Brasil

MACEDO, Silvio Soares. Quadro do paisagismo no Brasil, 1783-2000. 2. ed. -. São Paulo: EdUSP, 2015. 147 p. ISBN 9788531414862.

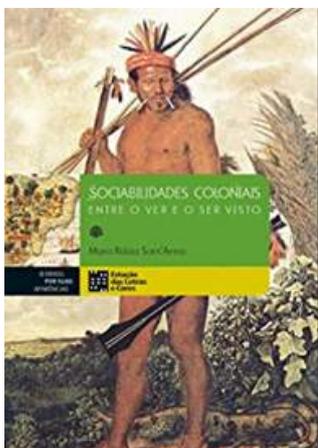
O autor discorre sobre a trajetória do paisagismo nacional, começando pelo Passeio Público do Rio de Janeiro, datado do século XVIII, explicitando o desenvolvimento da paisagem urbana e do paisagismo no século XIX, chegando aos paisagistas modernistas e da cidade moderna, e ao começo da ruptura no início dos anos de 1990. No livro, estão representadas as três principais correntes do paisagismo brasileiro: a eclética, a modernista e a contemporânea, acompanhadas de um quadro cronológico sucinto, e de inúmeras imagens e croquis que complementam a análise.



Sobre tendências e o espírito do tempo

SANTOS, Janiene. Sobre tendências e o espírito do tempo. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017. 144 p. ISBN 9788568552551.

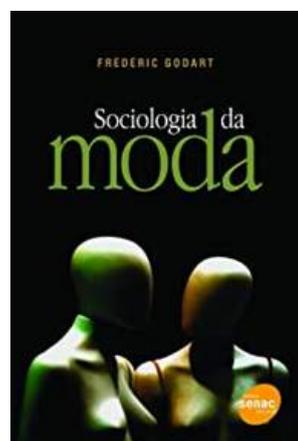
Diante da dificuldade de compreender uma sociedade cada vez mais complexa que reflete comportamentos de consumo múltiplos (inclusive no próprio indivíduo, que absorvendo as características da pós-modernidade, é paradoxal), novos métodos de pesquisa são utilizados na tentativa de interpretar com mais precisão o comportamento humano, para analisar suas tendências e transformá-las em diretrizes para as estratégias das marcas. A proposta principal deste estudo é apresentar as principais definições relacionadas às tendências e compreender como elas podem ser aplicadas estrategicamente por empresas de diversos segmentos, para que suas ações sejam relevantes no cenário do consumo.



Sociabilidades coloniais: entre o ver e o ser visto

SANT'ANNA, Mara Rúbia. Sociabilidades coloniais: entre o ver e o ser visto. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017. 208 p. (O Brasil por suas aparências). ISBN 9788568552346

Brasil, mostra sua cara! O pensamento não linear oferece para a historiografia a multidisciplinaridade na articulação de saberes. Redescobrir o Brasil! Este tem sido um objetivo de crescente interesse de pesquisadores que encontram, de fato, um universo inesgotável de fontes a serem analisadas. A moda é, neste sentido, uma interlocução privilegiada de análise, pois fala de modos de adornar o corpo e construir aparências que dialogam com o meio, com o espaço, com o olhar do outro que provoca e acelera mudanças. As bases que fundamentam as análises destes modos de ser e parecer é raramente encontrada em nossos estudos, e propor uma história da moda no Brasil é uma tarefa das mais importantes e significativas para o estudo da área. E é justamente nesses primeiros períodos de chegada de povos europeus por aqui que os estudos mais carecem de renovação e descobertas. Não nos constituiremos como povo se não entendermos nossa origem; não compreenderemos nossa cultura se não nos propusermos a rever valores e processos que precisam de novas perspectivas e novos olhares.



Sociologia da moda

GODART, Frédéric. Sociologia da moda. São Paulo: Ed. Senac Rio, 2010. 155 p. ISBN 9788539600304.

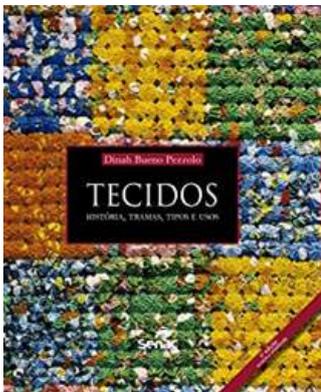
A moda afirma, une, distingue, separa. Identifica, conglo mera e rechaça. Muitos fatores a ela se entrelaçam, e sendo um fato social complexo, estabelece vínculos nas áreas da economia, da política, das artes, do lazer e do consumo, numa dinâmica que muitas vezes dificulta sua análise. Esse livro adota um ponto de vista sociológico, mas não ignora as contribuições da economia, da geografia ou da história. Afirmação, convergência, autonomia, personalização, simbolização imperialização essas são as questões básicas relacionadas à moda que o sociólogo Godart discute.



STYLING e criação de imagem de moda

STYLING e criação de imagem de moda. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, c2018. 344 p. ISBN 9788539624829 (impresso/2018).

Styling e criação de imagem de moda mescla opiniões de especialistas, métodos de pesquisa, relatos de experiências e entrevistas com profissionais da área. Em linguagem acessível, os textos mostram como a moda tem aproximado seus parâmetros de criação e comunicação com os campos das artes plásticas, da fotografia, do design gráfico e do design digital.



Tecidos: história, tramas, tipos e usos

PEZZOLO, Dinah Bueno. Tecidos: história, tramas, tipos e usos. 5. ed. rev. atua. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2017. 328 p. ISBN 9788539613151.

O livro é uma pesquisa histórica bem costurada que mostra toda a evolução da principal matéria-prima da vestimenta, dos primitivos tramados feitos manualmente de galhos e folhas aos mais avançados métodos de tecelagem; das fibras naturais aos fios inteligentes dos tecidos tecnológicos; das primeiras técnicas de tingimento às mais modernas formas de coloração; das estampas em voga nos séculos passados às tendências mostradas pelos estilistas de hoje em dia.



Técnicas de modelagem feminina: construção de bases e volumes

BERG, Ana Laura Marchi. Técnicas de modelagem feminina: construção de bases e volumes. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2019. 208 p. ISBN 9788539626922.

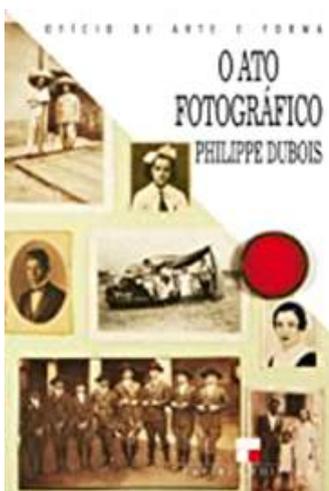
A roupa perfeita vai além de escolher uma cor que combine com a pele, um modelo que favoreça uma parte do corpo ou um estilo requerido para uma ocasião. Na base do bem-vestir está a modelagem: a arte de construir um molde que, depois, transforma o tecido em uma saia, uma calça, um vestido, uma camisa... Uma roupa bem modelada é a que alia estética e conforto – que, juntos, formam a elegância. Este livro apresenta a metodologia de modelagem adotada no Senac São Paulo em sua versão mais atualizada e aprimorada. O leitor encontra o passo a passo – com centenas de fotos e desenhos – de moldes que permitem a criação de diversas peças de roupas, desde as básicas até as elaboradas. Os moldes foram todos testados em manequins, e um capítulo especial ensina como adaptá-los aos tipos de corpo mais comuns entre as brasileiras.



Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza

HALLAWELL, Philip. Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2010. 284 p. ISBN 9788573599282.

Mostra como pequenas mudanças podem causar grandes efeitos e quem é o responsável pela transformação - o visagista, o profissional que relaciona a imagem pretendida à imagem projetada, auxiliando o cliente a realizar seus desejos.



O ato fotográfico e outros ensaios

DUBOIS, Philippe. O ato fotográfico e outros ensaios. 14. ed. Campinas: Papyrus, 2012. 362 p. (Ofício de arte e forma). ISBN 9788530802462.

A foto não é apenas uma imagem, é também, antes, um verdadeiro ato irônico, uma imagem, se quisermos, mas em trabalho, algo que não é possível conceber fora de suas circunstâncias, do jogo que a anima. O meio mecânico, óptico-químico, pretensamente objetivo implica ontologicamente a questão do sujeito em processo.



Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80

CALLAN, Georgina O'Hara; GARCIA, Cynthia. Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. 359 p. ISBN 9788535909562.

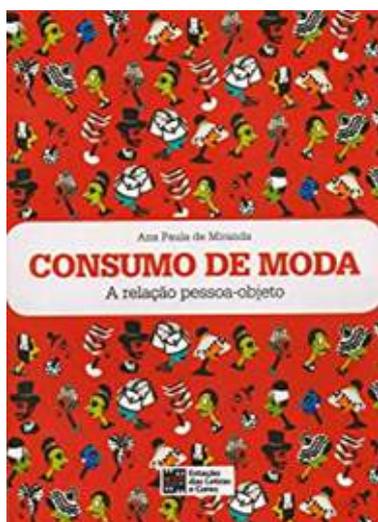
A moda é um reflexo mutável do que somos e dos tempos em que vivemos. As roupas revelam nossas prioridades, nossas aspirações, nosso liberalismo ou conservadorismo. Contribuem muito para satisfazer necessidades emocionais simples ou complexas, e podem ser usadas, consciente ou inconscientemente, para transmitir mensagens sexuais sutis ou diretas. Emprestam cor e forma a nosso ambiente e dão forma a nossos sentimentos. Esta enciclopédia cobre o período que vai de 1840 - quando surgiu a máquina de costura, que estabeleceu a base para a indústria de prêt-à-porter - até o fim da década de 90 e abrange a moda em todos os seus aspectos, com verbetes para estilistas, casas de alta-costura, fabricantes, criadores de acessórios e jóias, cabeleireiros e figurinistas de teatro e cinema. Compreende também a imprensa especializada, os fotógrafos e ilustradores de moda, os movimentos artísticos, as expressões típicas da área, os estilos das roupas, os processos técnicos e industriais, além de personalidades que influenciaram ou promoveram tendências neste mercado que movimenta milhões e milhões de dólares por ano - e que não pára de crescer. Esta edição conta com mais de cem verbetes brasileiros, ilustrados por cerca de 30 imagens, num levantamento inédito de confecções, estilistas e personalidades que marcaram a moda do país.



Business model generation: inovação em modelos de negócios : um manual para visionários, inovadores e revolucionários

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios : um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. 278 p. ISBN 9788576085508.

Modelos de negócios provocadores podem transformar a paisagem competitiva nas indústrias. Os autores pretendem oferecer ferramentas testadas para compreender, projetar, retrabalhar e implementar modelos de negócio.



Consumo de moda: a relação pessoa-objeto

MIRANDA, Ana Paula de. Consumo de moda: a relação pessoa-objeto. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017. 159 p. ISBN 9788568552544.

Muita coisa mudou no Brasil e no mundo nos últimos dez anos. A moda registrou e sofreu os abalos sísmicos dessas mudanças. Grande parte da indústria têxtil migrou para os países asiáticos, o fast-fashion engoliu a poesia da moda como gafanhotos na plantação, a crise no consumo de moda inventou o see now, by now que apareceu como salva-vidas num mar de consumo escasso. A moda, como a conhecíamos dez anos atrás, acabou e agora é hora de reinventá-la. Em 2008 a autora já sinalizava mudanças na forma de pensar e consumir moda. Agora revisitada, ela nos convida a entender e decifrar os enigmas do consumo desta velha esfinge chamada moda para que sigamos em direção ao futuro.



Cor, espaço e estilo: todos os detalhes que os designers de interiores precisam saber, mas que nunca conseguem encontrar

GRIMLEY, Chris.; LOVE, Mimi. Cor, espaço e estilo: todos os detalhes que os designers de interiores precisam saber, mas que nunca conseguem encontrar. São Paulo: Gustavo Gili, 2016. 287 p. ISBN 9788584520763.

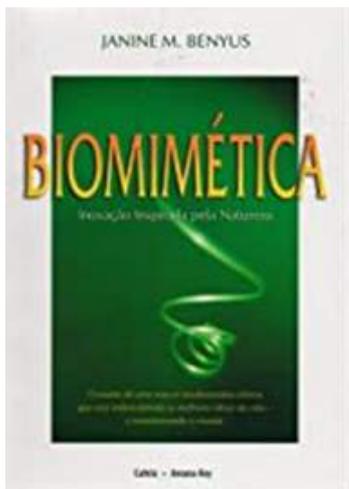
O livro é um guia indispensável para designers de interiores, estudantes e qualquer pessoa que esteja realizando um projeto de interiores. No mundo do design de interiores, as informações encontram-se espalhadas em inúmeras publicações inspiradoras sobre estilo, mas com pouca base sobre os princípios do design, ou em alguns poucos manuais informativos de design, mas com pouca fundamentação teórica. Reúne as informações e ideias essenciais para o planejamento e a execução de projetos. Abrangem o planejamento e a gestão do projeto, as técnicas de representação gráfica e apresentação, o projeto e o sequenciamento dos espaços, as características das cores, os materiais, as texturas, as estampas e os motivos, a luz natural e a artificial, os sistemas construtivos, os códigos de acessibilidade e a sustentabilidade. Para demonstrar como esses tópicos podem ser interpretados de modo criativo na prática, há inúmeras entrevistas com designers de interiores.



Design de loja e merchandising visual: criando um ambiente que convida a comprar

MALHOTRA, Naresh K.; EBSTER, Claus; GARAU, Marion. Design de loja e merchandising visual: criando um ambiente que convida a comprar. São Paulo: Saraiva, 2013. 219 p. ISBN 9788502210387.

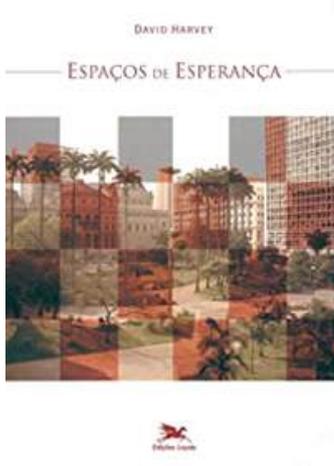
O comportamento do consumidor já foi pauta de muitas discussões, mas com o crescimento de lojas de autosserviço, mercados saturados e clientes cada vez mais exigentes, o design cuidadoso e científico do ponto de venda tornou-se um fator crucial para o sucesso de varejistas e empresas de serviços. Design de loja e merchandising visual busca trazer sugestões práticas sobre como otimizar o design de lojas e ambientes de serviços para aumentar a satisfação do cliente e, claro, as vendas. Apesar do foco ser a aplicabilidade dos conceitos discutidos, a obra não deixa de lado a teoria sobre o consumidor e a pesquisa psicológica. Diferentemente de outros títulos escritos por artistas, arquitetos e designers de interiores, trata-se de um livro de marketing, com pesquisa sólida e alicerçada em artigos acadêmicos. Ao concluir a leitura, você terá aprendido como os consumidores circulam pela loja, como procuram os itens e como é possível fazer com que encontrem os produtos que você quer que eles vejam. Aprenderá também a provocar emoções no consumidor por meio de cores, aromas e música e tornar a compra memorável e divertida com a criação de experiências únicas para seus clientes.



Biomimética: inovação inspirada pela natureza

BENYUS, Janine M. Biomimética: inovação inspirada pela natureza. São Paulo: Cultrix, [2003] 303 p. ISBN 9788531607967.

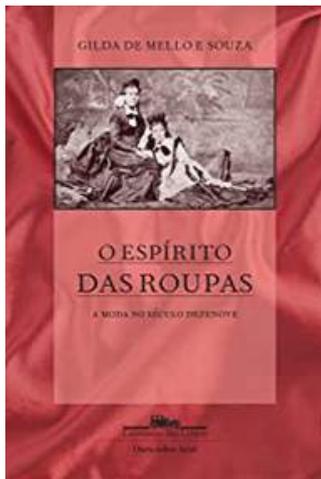
A natureza oferece infinitos exemplos de como revolucionar os nossos produtos, os nossos processos e a nossa vida. O livro apresenta essa nova ciência, identifica os elementos que a compõem e mostra como ela poderá transformar nossas descobertas em todos os campos da inventividade humana - informática, medicina, produção e distribuição de energia, economia e negócios, e a alimentação do planeta como um todo.



Espaços de esperança

HARVEY, David. Espaços de esperança. 7. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014. 382 p. ISBN 9788515029723.

Análise da história dos movimentos utópicos surgidos durante anos, investigando por que falharam e o que as idéias que os sustentaram ainda têm a oferecer. Para ele podemos e devemos usar a força da imaginação utópica – o “utopismo dialético”- contra todos os que dizem que não existe alternativa. Ao mesmo tempo, Harvey reconduz nossa atenção para possíveis cenários nos quais o mundo do trabalho e das relações com a natureza seja mais eqüitativo. Dessa maneira o autor não deixa dúvidas a respeito da sua geografia da esperança.



O espírito das roupas: a moda no século dezenove

SOUZA, Gilda de Mello e. O espírito das roupas: a moda no século dezenove. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2019. 246 p. ISBN 9788535932102 (Companhia das Letras).

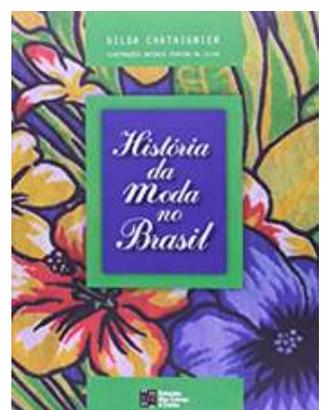
Nova edição de um clássico sobre a moda e suas variações no século XIX. Recorrendo à literatura, à pintura, à gravura e à fotografia da época, a autora oferece uma visão dinâmica das roupas, apreendendo-as em sua função social e em suas relações com o corpo, o gesto, a atitude e o sexo do portador. Este ensaio, escrito em 1950 e publicado pela primeira vez em livro pela Companhia das Letras em 1987, representa uma abordagem pouco usual da moda, levando em conta a época em que foi elaborado. Evitando basear-se apenas nos estudos acadêmicos e na análise científica que norteava a produção universitária de então, a autora preferiu completar a informação sobre o assunto recorrendo ao testemunho dos romancistas e cronistas, às imagens fixadas pela pintura, gravura e fotografia da época. O resultado foi uma visão dinâmica que, extravasando a percepção monótona das roupas, procurou apreendê-las em movimento — em ação —, ligadas ao corpo, ao gesto, à atitude, ao sexo do portador, à função que acabaram assumindo na sociedade móvel do século XIX.



A estetização do mundo : viver na era do capitalismo artista

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A estetização do mundo : viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. 467 p. ISBN 9788535925692.

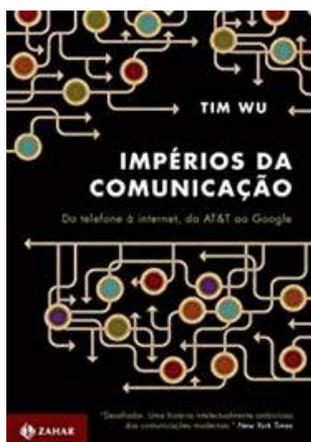
Destruição das paisagens, esgotamento das matérias-primas e colapso dos trabalhadores o capitalismo é uma máquina de decadência estética e de enfeamento do mundo. Será mesmo? O estilo, o design e a beleza se impõem a cada dia como imperativos estratégicos das marcas, apelando ao imaginário e à emoção dos consumidores. No design, na moda, no cinema, produtos carregados de sedução são criados em massa. Arte e mercado nunca antes se misturaram tanto, inflando a experiência contemporânea de valor estético. Gilles Lipovetsky, autor dos incontornáveis O império do efêmero e Luxo eterno, investiga com o crítico de arte Jean Serroy esse oxímoro da atualidade - o capitalismo artista.



História da moda no Brasil

CHATAIGNIER, Gilda. História da moda no Brasil. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010. 185 p. ISBN 9788560166299.

Apresenta mais de cinco séculos de história, sendo um guia completo para os que buscam dados específicos sobre as formas de vestir de uma determinada época proporcionando também uma leitura para quem opta pela sequência dos capítulos, numa cronologia que se inicia no século XVI e chega ao XXI. Marcam presença no livro explicações sobre tecidos, cores, as mudanças nos padrões corporais, a moda íntima, a moda praia, além da maquiagem, dos acessórios, dos sapatos, das jóias, e diferentes glossários da língua portuguesa, tupi ou de descendência afro que se misturaram em nossas formas de adornar e vestir o corpo. Para a autora a história da moda é também uma história com nomes e sobrenomes - estilistas, donos de boutiques, jornalistas, empresários do segmento, consumidores de destaque são apresentados e inseridos no contexto da produção e difusão da moda, de maneira a explicitar a relevância de cada um deles. Sejam as elegantes paulistanas na Belle époque e suas opções de consumo ou os estilistas que integraram o Grupo Moda Rio nos anos de 1970, entre tantos.



Impérios da comunicação: do telefone à internet, da AT&T ao Google

WU, Tim. Impérios da comunicação: do telefone à internet, da AT&T ao Google. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. 431 p. ISBN 9788537808894.

A indústria da comunicação obedece a um implacável movimento cíclico: a cada inovação corresponde uma abertura, logo seguida pelo fechamento, representado por monopolização, controle e mesmo censura isso até que outra invenção venha forçar nova abertura, e assim sucessivamente. Para provar essa ideia, o eminente professor e escritor norte-americano Tim Wu recupera a história das comunicações no século XX. Nesse livro fundamental, ele nos mostra como os grandes monopólios de telefonia, rádio, cinema, televisão e internet se constituíram, lançando mão de mirabolantes golpes comerciais e jurídicos, envolvendo inventores e altos executivos. Somando considerações de ordem econômica a uma ampla reflexão sobre o significado da liberdade na era da informação, Impérios da comunicação lança uma desafiadora pergunta: estará a internet em parte ainda livre de monopólios e de regulamentação restritiva condenada a seguir o ciclo de abertura e fechamento das outras mídias?



Inovação, estudos e pesquisas: reflexões para o universo têxtil e de confecção

SABRÁ, Flávio. Inovação, estudos e pesquisas: reflexões para o universo têxtil e de confecção. São Paulo: Estação das Letras e Cores, Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2012. 3 v. ISBN 9788560166640 (3 v.).

Esse livro foi gerado no SENAI/CETIQT através da Gerencia de Inovação, Estudos e Pesquisas - GIEP que desenvolve para a cadeia têxtil e de confecção, bem como para áreas transversais a diferentes setores da Indústria, estudos e pesquisas com foco em Antropometria, Comportamento e Consumo, Cor, Design, Economia Criativa, Sustentabilidade (Responsabilidade Social, Energética e Ambiental) e Prospecção Tecnológica e Mercadológica.

Audrei Gesser

LIBRAS? que língua é essa?

CRENÇAS E PRECONCEITOS EM TORNO DA LÍNGUA DE SINAIS E DA REALIDADE SURDA



que língua é essa? : crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda

GESSER, Audrei. Libras?: que língua é essa? : crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda. São Paulo: Parábola, 2009. 87 p. (Série estratégias de ensino ; 14.). ISBN 9788579340017 (broch.).

Desde a década de 1960, LIBRAS recebeu o status linguístico e, ainda hoje, continuamos a afirmar e reafirmar essa legitimidade. O objetivo deste livro é pensar algumas questões relativas à surdez, num momento oportuno, quando decisões políticas têm propiciado um olhar diferenciado para as minorias linguísticas no Brasil

Chris Letferi

MATERIAIS EM DESIGN

112 MATERIAIS PARA
DESIGN DE PRODUTOS

Blucher

Materiais em design

LEFTERI, Chris. Materiais em design. São Paulo: Blucher, 2017. 256 p. ISBN 9788521209638.

“Design é realmente algo incrível! Procurei palavras para traduzi-lo, e surgiram muitas: proposta, conceito, ideia, desenho, projeto, processo, desempenho e muitas outras, mas nenhuma me satisfaz, pois, na realidade, design é tudo isso ao mesmo tempo. De fato, foi essa questão que me fez refletir sobre o que é design e perceber melhor o lado material que não enxergamos nos objetos ao nosso redor, mas que justifica a natureza dos materiais com que foram feitos, suas peculiaridades e as compatibilidades que os tornaram ideais para os objetivos propostos, incluindo a rota perseguida em sua produção, e os efeitos magníficos proporcionados. É assim que na arte, na moda, na arquitetura e na indústria, o design tem sido a chave para a concepção de novos produtos, pensando no seu desempenho, na sua beleza e no seu custo. Passei a admirar ainda mais o artista, o inventor e o cientista por trás da criação. Há muito de sensibilidade, conhecimento, imaginação e inspiração envolvido no design.” Henrique Eisi Toma (tradutor)

Moda com propósito: manifesto pela grande virada

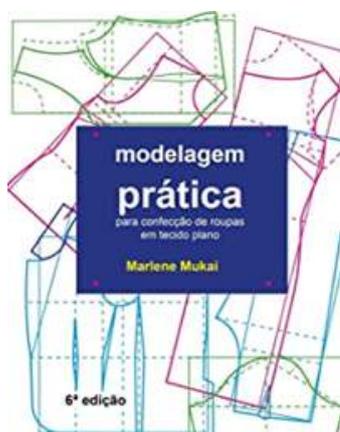
CARVALHAL, André. Moda com propósito: manifesto pela grande virada. São Paulo: Paralela, 2016. 414 p. ISBN 9788584390496.

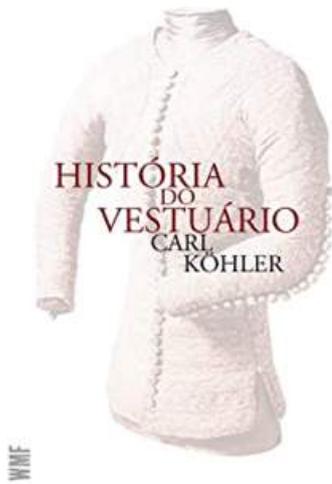
Em um mundo cada vez mais conectado, a moda ganhou força e conquistou espaço na vida das pessoas. Agora estamos cheios de produtos e sempre queremos mais. Nos últimos anos, porém, essa ansiedade gerada pelo consumismo tem deixado a sociedade e o meio ambiente esgotados, e a promessa de que a compra traz felicidade claramente não vale mais. No entanto, muitas marcas continuam buscando o lucro através da compra desenfreada. Assim como é preciso aprender a viver com menos, pensar nas consequências de se buscar sempre o mais barato e refletir no impacto social de cada ação — e isso vale também para os consumidores. Afinal, com informações atualizadas a cada segundo, não basta simplesmente trabalhar por dinheiro. É preciso, acima de tudo, buscar esse novo olhar, para se viver e conquistar com propósito.

Modelagem prática para confecção de roupas em tecido plano

MUKAI, Marlene Aparecida de Souza. Modelagem prática para confecção de roupas em tecido plano. 6. ed. Santos: Clube de Autores, 2019. 171 p. ISBN 9788592093532.

Livro ensinando a fazer moldes de roupas feminina, masculina e infantil para tecido plano. As explicações são ricamente ilustradas com diagramas de fácil compreensão. Ensina a fazer molde de várias peças de roupas tais como vestidos, blusas, casacos, blazer, saias, calças, shorts, macacões e etc.

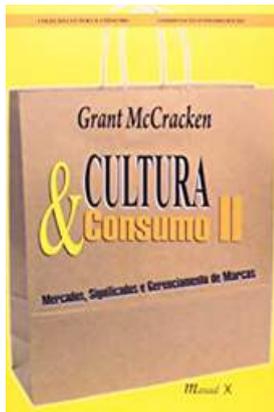




História do vestuário

KÖHLER, Karl; SICHART, Emma von. História do vestuário. 3. ed. -. São Paulo: Martins Fontes, 2009. 564 p. ISBN 9788578271138.

Esta obra pretende mostrar, por meio de exemplos práticos, a história e o desenvolvimento do vestuário. O autor se deu ao trabalho de tomar como base do seu estudo peças reais de vestimentas que sobreviveram, recorrendo a pinturas, estátuas e outras reproduções unicamente nos casos em que os originais não mais existiam. Os tipos de vestimenta eram túnicas, mantos e espécies de calças. ... O manto usado sobre a túnica tinha influência romana. O vestuário no Renascimento. O final da Idade Média e início do Renascimento foi um período muito importante para a história do vestuário, pois surgiu nessa época o conceito de moda.



Cultura & consumo II: mercados, significados e gerenciamento de marcas

MCCRACKEN, Grant David. Cultura & consumo II: mercados, significados e gerenciamento de marcas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012 234 p. (Cultura e consumo). ISBN 9788574784007.

Aqui são apresentadas novas percepções sobre a cultura de consumo moderna por um importante crítico. Uma continuação ao seu inovador Cultura & Consumo, este novo livro de Grant McCracken substitui as habituais opiniões superficiais sobre a sociedade de consumo por uma análise mais detalhada, com uma abordagem antropológica. Inicia-se com um contra-argumento ao amplamente difundido ataque à cultura de consumo. Os ensaios versam sobre casas, carros, pessoas e mobilidade social; celebridades, consumismo e autoinvenção; museus e o poder dos objetos; a antropologia da publicidade; e marketing, gerenciamento de significado e valor.

