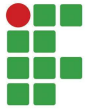


**PROJETO PEDAGÓGICO DO
CURSO DE FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA EM
DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO TÊXTIL E DE MODA**

Belford Roxo | RJ
13 de Janeiro de 2017



Sumário

1	Identificação	3
2	Dados Gerais do Curso	4
3	Justificativa	4
4	Objetivos do Curso	6
5	Perfil Profissional de Conclusão	7
6	Possíveis Áreas de Atuação	7
7	Pré-requisito e mecanismo de acesso ao Curso	8
8	Matriz Curricular	8
9	Ementário	8
10	Procedimentos Didático-metodológicos	17
11	Da Avaliação	17
12	Fins de Aprovação/Certificação	17
13	Recuperação	18
14	Infraestrutura	18
15	Permanência e êxito	18
16	Certificação	19



1. IDENTIFICAÇÃO

1.1 DO IFRJ campus Belford Roxo

Nome da Instituição/campus: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ) / campus Belford Roxo

CNPJ do campus:

Diretor Geral do campus: Fábio Soares da Silva

Endereço do campus provisório: Av. Joaquim Costa Lima, s/n – São Bernardo - CIEP Constantino Reis

Cidade: Belford Roxo

Estado: Rio de Janeiro

CEP: 26.112-055

Telefone: (21) 3293-6094

Site da Instituição: www.ifrj.edu.br

Nome do Reitor: Paulo Roberto de Assis Passos

Endereço eletrônico (e-mail) do gabinete do reitor: gr@ifrj.edu.br

Pró-Reitoria de Extensão: Francisco José Montório Sobral

Diretoria de Desenvolvimento Institucional e Expansão: Marcos José Clivatti Freitag

1.2 DOS RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO DO PROJETO

Proponente: Welton Fernando Zonatti

Campus ou unidade de ensino onde está lotado: campus Belford Roxo

Cargo/Função: Docente

Matrícula SIAPE: 2302120

CPF: 331.197.478-66

Telefone: (11) 97047-9967

Endereço eletrônico (e-mail): welton.zonatti@ifrj.edu.br

Equipe envolvida na elaboração do projeto:

Nome: Alda Maria Coimbra Aguilar Maciel

campus: Belford Roxo

Participação: Diretora de Ensino/docente

e-mail: alda.maciel@ifrj.edu

Nome: Estevão Cristian da Silva Leite

campus: Belford Roxo

Participação: Docente

e-mail: estevao.leite@ifrj.edu.br



Nome: Fábio Soares da Silva
campus: Belford Roxo
Participação: Diretor de Implantação/Docente
e-mail: fabio.silva@ifrj.edu.br

Nome: Gabriela Sousa Ribeiro
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: gabriela.ribeiro@ifrj.edu.br

Nome: Welton Zonatti
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: welton.zonatti@ifrj.edu.br

1.3 DOS RESPONSÁVEIS PELA REVISÃO DO PROJETO

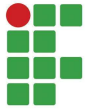
Nome: Alda Maria Coimbra Aguiar Maciel
campus: Belford Roxo
Participação: Diretora de Ensino/docente
e-mail: alda.maciел@ifrj.edu

Nome: Bárbara Boaventura Friaca
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: barbara.friaca@ifrj.edu.br

Nome: Denise Loyola Silva
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: denise.loyola@ifrj.edu.br

Nome: Estevão Cristian da Silva Leite
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: estevao.leite@ifrj.edu.br

Nome: Fábio Soares da Silva
campus: Belford Roxo
Participação: Diretor de Implantação/Docente
e-mail: fabio.silva@ifrj.edu.br



Nome: Gabriela Sousa Ribeiro
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: gabriela.ribeiro@ifrj.edu.br

Nome: Jaqueline Gomes de Jesus
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: jaqueline.jesus@ifrj.edu.br

Nome: Milena Quattrer
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: milena.quattrer@ifrj.edu.br

Nome: Raphael Argento de Souza
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: raphael.souza@ifrj.edu.br

Nome: Raquel Trindade Andrade
campus: Belford Roxo
Participação: Assistente social
e-mail: raquel.trindade@ifrj.edu.br

Nome: Virna Mac-Cord Catão
campus: Belford Roxo
Participação: Pedagoga
e-mail: virna.catao@ifrj.edu.br

Nome: Vivian Martins Lopes de Souza
campus: Belford Roxo
Participação: Docente
e-mail: vivian.souza@ifrj.edu.br



INSTITUTO FEDERAL

Rio de Janeiro

Campus Belford Roxo

Ministério da Educação

Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro

2. DADOS GERAIS DO CURSO

Nome do curso: Curso de formação inicial e continuada em Desenvolvimento de Produto Têxtil e de Moda

Eixo tecnológico: Produção Cultural e Design

Carga horária total: 168 horas

Escolaridade mínima: Ensino Fundamental Completo

Classificação: (X) Formação inicial () Formação continuada

Número de vagas por turma: 40

Frequência da oferta do curso: De acordo com a demanda

Periodicidade das aulas: Segundas-feiras, quartas-feiras e quintas-feiras, das 19:00h às 22:00h

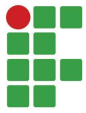
Modalidade da oferta: Semipresencial

Turno: Noturno

3. JUSTIFICATIVA

Localizado na região metropolitana do Rio de Janeiro, na Baixada Fluminense, o município de Belford Roxo completou recentemente, em 03 de abril de 2016, 20 anos de existência. Apesar de possuir algumas empresas, como Bayer do Brasil, Termolite e Lubrizol, os principais setores da economia local são os serviços e o comércio. Destaca-se, no entanto, que o município possui forte vocação para área da economia criativa. Belford Roxo, conta hoje, juntamente com Duque de Caxias, com o APL (Arranjo Produtivo Local) calçadista da região, que tem como objetivo “integrar os pólos calçadistas dos municípios de Belford Roxo e Duque de Caxias buscando a união e o aumento da competitividade das empresas com foco na satisfação dos clientes e no respeito aos princípios ambientais e trabalhistas”. De acordo com informativo disponibilizado no sítio da Prefeitura da Cidade de Duque de Caxias (2014):

No caso de Duque de Caxias e Belford Roxo, o APL engloba uma Cooperativa de Fabricantes de Calçados e Acessórios, uma Associação de Fabricantes de Calçados, além de diversos outros fabricantes que estão localizados entre os bairros do São Bento e Lote XV na divisa entre os dois municípios. As secretarias de Desenvolvimento Econômico de Duque de Caxias e Belford Roxo, que fizeram recentemente um censo socioeconômico e geográfico dos fabricantes da região

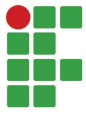


perceberam que o setor calçadista possui um enorme potencial que precisa de atenção especial. Foram identificados mais de 30 fabricantes de calçados, bolsas e cintos, inclusive alguns dedicados exclusivamente ao mercado do carnaval.

Além do enorme potencial do APL calçadista mencionado anteriormente, ainda no setor criativo, merece destaque a atuação da coordenação de autonomia e empreendedorismo da Superintendência da Mulher do município de Belford Roxo, que atualmente desenvolve o projeto *Feira Art Bel* que reúne pelo menos 30 artesãs toda semana para expor e comercializar, em praças, estacionamentos e shoppings, o artesanato que produzem.

O campus do IFRJ em implantação no município de Belford Roxo, em consonância com a leis que regem os Institutos Federais, é um campus destinado à oferta de cursos de Formação Inicial e Continuada de Trabalhadores, Educação Profissional Técnica em Nível Médio e Educação Superior. A partir do trabalho desenvolvido no âmbito da Comissão de Elaboração do Plano de Implantação do campus, instituída pela Portaria 47 de 03 de março de 2015; de diálogos com representantes da municipalidade, que tornou possível identificar, em parte, as demandas e expectativas das autoridades e munícipes; e, tomando como base um primeiro levantamento dos Arranjos Produtivos Locais (APLs), fora consolidado que o foco de atuação do campus está direcionado para as áreas relacionadas à indústria criativa - sobretudo no segmento produtivo da moda, vestuarista, calçadista, de acessórios, moveleiro, urbanístico - e à infraestrutura urbana - ênfase em mobilidade e urbanismo metropolitano; bem como, para a formação de professores/as, potencialmente para a área de artes.

Dessa maneira, o curso de Formação Inicial e Continuada de Ecodesign de Acessórios de Moda, fora concebido, para integrar o cabedal de cursos que marcará o início das atividades próprias do campus – que já oferta cursos no âmbito do PRONATEC – a partir de uma proposta pedagógica que preconiza a



formação crítica e reflexiva de trabalhadores, sustentada no desenvolvimento de saberes sociais e técnico-científicos da área da economia criativa.

O estímulo à criatividade, aliado ao desenvolvimento da técnica, tendo como pressuposto o paradigma da sustentabilidade, possibilita ao estudante desenvolver e comercializar produtos têxteis e de Moda, o que por sua vez poderá contribuir de maneira significativa para a geração de renda.

4. OBJETIVOS DO CURSO

4.1 OBJETIVO GERAL

Promover a qualificação profissional inicial na área de Desenvolvimento de produtos têxteis e de Moda.

4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Disseminar saberes relacionados à tecnologia têxtil, possibilitando a identificação de diferentes tipos de materiais e suas utilizações no desenvolvimento de produtos;
2. Promover a reflexão sobre a interface entre os aspectos culturais, identitários e o desenvolvimento de produtos têxteis e de moda;
3. Fomentar o desenvolvimento da criatividade, da inovação e do empreendedorismo, com vistas ao desenvolvimento sustentável;
4. Difundir os modos de utilização das matérias-primas no desenvolvimento e na produção de produtos têxteis e de moda;
5. Possibilitar a conexão de diferentes saberes construídos na vivência do mundo do trabalho e no âmbito do próprio curso, por meio do desenvolvimento de projeto integrador;



5. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

Após vivenciar a experiência formativa, espera-se que os concluintes tenham condições de:

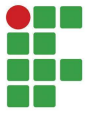
1. Atuar de maneira crítica e reflexiva no mundo do trabalho;
2. Atuar ética e colaborativamente, a partir da mobilização de saberes transdisciplinares, buscando desenvolver soluções criativas, inovadoras e sustentáveis na prática profissional;
3. Participar do desenvolvimento de projeto de produtos têxteis e de moda, utilizando diferentes técnicas;
4. Realizar pesquisas de tendência de moda e de mercado;
5. Participar de ações empreendedoras e criativas, tanto em seu ambiente de trabalho, quanto, por meio da criação de novos negócios com viés sustentável.

6. POSSÍVEIS ÁREAS DE ATUAÇÃO

O profissional qualificado pelo curso poderá participar de equipes multiprofissionais de empresas, indústrias, consultorias e assessorias da área criativa, tendo competência o desenvolvimento de produtos têxteis e de moda.

7. PRÉ-REQUISITOS E MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO

Para ingressar no curso FIC de Desenvolvimento de Produto Têxtil e de Moda o candidato deve possuir como requisito mínimo o Ensino Fundamental completo, além de cumprir as etapas descritas no edital de seleção.



8. MATRIZ CURRICULAR

A matriz curricular do curso FIC de Desenvolvimento de Produto Têxtil e de Moda, na modalidade semipresencial, está organizada em quatro eixos temáticos estruturantes e seus respectivos componentes curriculares de estudo, perfazendo uma carga horária total de 168 horas.

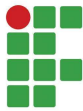
MATRIZ CURRICULAR		
Eixo Temático	Componente Curricular	Carga Horária
Conhecimentos Fundamentais	Orientações de Estudo	6 horas
	Trabalho e Felicidade no Mundo da Moda	9 horas
	Economia Criativa, Criatividade e Tecnologias	15 horas
	Empreendedorismo, Inovação e Sustentabilidade	9 horas
Cidadania, Cultura e Identidade	Cultura, Identidade e Cidadania: Representações e Diversidade	18 horas
Vivência no Mundo do Trabalho	Projeto Integrador Visita Técnica	15 horas
Formação Profissional	Introdução ao Design, Moda e Estilismo	18 horas
	Tecnologia Têxtil	12 horas
	Desenho de Moda	12 horas
	Ateliê de Criatividade e Projeto de Produto	54 horas
	Total	168 horas



9. EMENTÁRIO

ORIENTAÇÕES DE ESTUDOS	CH: 6 h
EMENTA Estrutura Acadêmica (curricular e metodológica) do curso; Bases filosóficas que orientam o processo de ensino-aprendizagem (A filosofia do Mestre Ignorante); Indicações de metodologias de estudo; Formação e possibilidades de atuação profissional na área da indústria criativa e em especial na área do curso.	
OBJETIVO GERAL Compreender a proposta do curso, suas bases filosóficas e metodológicas e adquirir orientações sobre a prática do estudo e as possibilidades de inserção profissional.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA Rancière. Jaques. O mestre ignorante. Cinco Lições sobre emancipação intelectual. Belo Horizonte: Autentica Editora, 2007. Ribeiro. Marco Aurélio P. Como estudar e aprender. Petrópolis: Vozes, 2001.	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR PPC do Curso de Ecodesign de Acessórios de Moda. Guia do Estudante. Disponível em: http://guiadoestudante.abril.com.br/blogs/pordentrodasprofissoes/category/design/	

TRABALHO E FELICIDADE NO MUNDO DA MODA	CH: 9 h
EMENTA Introdução à categoria “trabalho”, à luz das Ciências Sociais e da Psicologia. História do conceito de felicidade. Afetividade e subjetividade: psicologia e felicidade; felicidade e trabalho. Trabalho e ética. A Moda nos mundos do trabalho. Questões do mundo do trabalho na atualidade: assédio moral. Educação Profissional e o trabalho como princípio educativo. Trabalho saudável e prevenção do sofrimento no trabalho.	
OBJETIVO GERAL Refletir crítica e teoricamente fundamentando-se sobre a felicidade, o lugar do trabalho no projeto de vida e desenvolver estratégias de existência e	



resistência no mundo do trabalho.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BENDASSOLLI, Pedro F. **Felicidade e trabalho**. Revista GV Executivo, v. 6, n. 4, pp. 57-61, 2007. Disponível em: <http://tinyurl.com/zafvfoz>

JESUS, Jaqueline Gomes de. **Trabalho saudável como categoria da Psicologia Social**. In: Carlos SERRA (Org.), O que é saúde mental? (pp. 77-103). Lisboa: Escolar Editora, 2014.

MALVEZZI, Sigmar. **Felicidade e trabalho**. In: Pedro F. BENDASSOLLI; Jairo Eduardo BORGES-ANDRADE (Orgs.), Dicionário de Psicologia do Trabalho e das Organizações (pp. 349-355). São Paulo: Casa do Psicólogo, 2015.

SOBOLL, Lis Andréa Pereira. **Assédio moral no trabalho**. In: Pedro F. BENDASSOLLI; Jairo Eduardo BORGES-ANDRADE (Orgs.), Dicionário de Psicologia do Trabalho e das Organizações (pp. 85-93). São Paulo: Casa do Psicólogo, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho**. São Paulo: Cortez Editora/Editora UNICAMP, 2006.

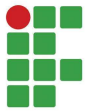
KINICKI, Angelo; KREITNER, Robert. **Comportamento organizacional**. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

MASI, Domenico de. **Desenvolvimento sem trabalho**. São Paulo: Editora Esfera, 1999.

MASI, Domenico de. **O futuro do trabalho**. Editora José Olympio, 1999.
MENDES, Ana Magnólia; MERLO, Álvaro Roberto C.; MORRONE, Carla Faria; FACAS, Emílio Peres. **Psicodinâmica e clínica do trabalho: temas, interfaces e casos brasileiros**. Curitiba: Juruá Editora, 2010.

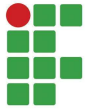
PETERS, Tom. **Reinventando o trabalho**. São Paulo: Editora Campus, 2000.

SELIGMANN-SILVA, Edith. **Trabalho e desgaste mental: o direito de ser**



dono de si mesmo. São Paulo: Cortez Editora, 2011.

ECONOMIA CRIATIVA, CRIATIVIDADE E TECNOLOGIAS	CH: 15 h
EMENTA Indústrias Criativas – um conceito em evolução. Economia Criativa: conceito e histórico. Ecossistema criativo. Empreendedorismo criativo Projetos criativos para o desenvolvimento socioeconômico. Políticas Públicas para a Economia Criativa. Mapeamento da Indústria criativa no Brasil. Gestão inovadora. Introdução às TICs. O universos <i>DIY (Do-It-Yourself)</i> e <i>Maker</i> . Apropriação no século XXI de conceitos do final do século XX. Diferenças práticas. Integração Design e Novas Tecnologias através de ferramentas de prototipação e programação. A quarta Revolução Industrial e o processo de criação. Tecnologias sociais-interativas. Os espaços cibernéticos e sua utilização.	
OBJETIVO GERAL Compreender os conceitos de Economia Criativa, tendo o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtos, numa perspectiva social, econômica, cultural e ambiental. Reconhecer as novas Tecnologias da Informação e Comunicação e seus desmembramentos nas áreas criativas, em especial no mundo do Design, da Moda e do Empreendedorismo. Identificar a cultura <i>Do-It-Yourself</i> e sua apropriação por parte das áreas criativas através da cultura <i>Maker</i> . Refletir sobre o conceito de quarta revolução Industrial através das novas tecnologias popularizadas no século XXI, como as impressoras 3D, as linguagens de programação voltadas às áreas criativas e os open-hardware. Criar pequenos protótipos de softwares utilizando linguagem processing. Conhecer e experimentar ferramentas de democratização da informação e da comunicação, como os blogs e as redes sociais, identificando a horizontalidade dessas ferramentas.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA Domingues. Diana M. Gallicchio. Arte e vida no século XXI: tecnologia, ciência e criatividade. São Paulo: Editora UNESP, 2003. HOWKINS, John. Economia Criativa: Como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M.books, 2012.	



REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú cultural, 2008.

Tori. Romero *et al.* **Fundamentos e Tecnologia de Realidade Virtual e Aumentada**. Porto Alegre: Editora SBC, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMADO, Pedro. **Introdução à Programação Gráfica (Usando Processing)**. Porto: Universidade do Porto, 2007. Manual licenciado sob uma Licença Creative Commons.

BRASIL, MINC. **Plano da Secretaria da Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações, 2011–2014.

DEHEINZELIN, Lala. **O estado e a economia criativa numa perspectiva de sustentabilidade e futuro**. Brasília, Ministério da Cultura, 2011.

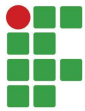
DOMINGUES, Diana M. Gallicchio. **Ciberespaço e rituais**: tecnologia, antropologia e criatividade. Revista Horizontes Antropológicos. vol.10 n.21, Jan/Jun, Porto Alegre, 2004.

FIRJAN. A cadeia da indústria criativa no Brasil. **Estudos para o desenvolvimento do Rio de Janeiro**. n. 2. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2008.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas**: Soluções inventivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2010.

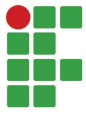
Revista de Design e Tecnologia do Programa de Pós-Graduação em *Design* da UFRGS. Disponível em:
<http://www.pgdesign.ufrgs.br/designtecnologia/index.php/det/index>

UNCTAD/Conferência das Nações Unidas para Comércio e desenvolvimento. **Relatório de economia criativa 2010**. Nações Unidas, 2010.



EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE	CH: 9 h
EMENTA Conceito de empreendedorismo. Características empreendedoras. Processo empreendedor. Empreendedorismos e Inovação. Análise de oportunidades. Conceitos de Sustentabilidade e Desenvolvimento. Princípios da Sustentabilidade. Justiça Social e Econômica.	
OBJETIVO GERAL Identificar o conceito de empreendedorismo, tendo como princípios a inovação e a sustentabilidade, praticando iniciativas criativas e empreendedoras.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios . 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015. MARIANO, Sandra; MAYER, Verônica. Empreendedorismo: Fundamentos e Técnicas para Criatividade . Rio de Janeiro: Editora LTC. 2011.	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR ACSELRAD, Henri. Sustentabilidade e Desenvolvimento: Modelos, Processos e Relações . Rio de Janeiro: FASE, 1999. CASTRO, Mariana. Empreendedorismo Criativo: como a nova geração de empreendedores brasileiros está revolucionando a forma de pensar, criatividade e inovação . São Paulo: Portifolio-penguin, 2014. DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios . 10. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015. RUA, J. Paisagem, espaço e sustentabilidades: uma perspectiva multidimensional da geografia . Editora PUC-Rio, 2007.	

CULTURA, IDENTIDADE E CIDADANIA: REPRESENTAÇÕES E DIVERSIDADE	CH: 18 h
EMENTA Cultura: definições e usos. Pessoa e cultura. Cultura como mediação. Diferenças e inter-relações entre cultura erudita x cultura popular x cultura de massa. Identidade e diferença: identidade pessoal, identidade social, identidade nacional, identidade local. Relação global x local; culturas híbridas. Representações sociais. Aspectos psicossociais da cidadania: humanização e	



cidadania. Dimensões da diversidade humana. Estereótipo, preconceito e discriminação. O desafio da valorização da diversidade cultural.

OBJETIVO GERAL

Refletir sobre cultura, identidade, diversidade humana e as implicações da natureza dinâmica e processual da cultura nas maneiras de perceber o mundo e de agir com relação a outras pessoas, de modo a vivenciar sua cidadania de maneira crítica e atuar em diferentes territórios, valorizando seus aspectos socioculturais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DESCHAMPS, Jean-Claude; MOLINER, Pascal. **A identidade em Psicologia Social: dos processos identitários às representações sociais** (Cap. 8: As representações sociais, pp. 134-149). Petrópolis: Vozes, 2014.

JESUS, Jaqueline Gomes de. **O desafio da convivência: assessoria de diversidade e apoio aos cotistas** (2004-2008). Psicologia, Ciência e Profissão, v. 33, n. 1, pp. 222-233, 2013. Disponível em: <http://tinyurl.com/jpmozym>

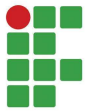
JESUS, Jaqueline Gomes de. **Ser cidadão ou escravo: repercussões psicossociais da cidadania**. Crítica e Sociedade: revista de cultura política, v. 2, n. 1, pp. 42-63, 2012. Disponível em: <http://tinyurl.com/jsgx3hq>

PÉREZ-NEBRA, Amália Raquel; JESUS, Jaqueline Gomes de. **Preconceito, estereótipo e discriminação**. In: Cláudio Vaz TORRES; Elaine Rabelo NEIVA (Orgs.), Psicologia Social: principais temas e vertentes (pp. 219-237). Porto Alegre: ArtMed Editora, 2011.

VALSINER, Jaan. **Fundamentos da Psicologia Cultural: mundos da mente, mundos da vida** (pp. 21-38). Porto Alegre: Artmed, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2013.
HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP & A, 2003.



HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2013.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 24. Reimpressão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Tadeu Tomaz da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2014.

TORRES, Cláudio Vaz; PÉREZ-NEBRA, Amália Raquel. (2004). **Diversidade cultural no contexto organizacional**. In: José Carlos ZANELLI; Jairo Eduardo BORGES-ANDRADE; Antonio Virgílio Bittencourt BASTOS (Orgs.), *Psicologia, organizações e trabalho no Brasil* (pp. 441-463). Porto Alegre: Artmed.

PROJETO INTEGRADOR E VISITA TÉCNICA	CH: 15 h
--	-----------------

EMENTA

O Projeto Integrador justifica-se por proporcionar o enriquecimento de saberes, experiências e oportunizar o desenvolvimento de serviços e produtos aplicados ou aplicáveis, que possibilitem a integração de todos os conhecimentos dos cursos em um movimento interdisciplinar. A relação entre as competências mobilizadas através do currículo é importante para a contextualização e o aprofundamento dos saberes para um fim comum, que é a formação profissional de qualidade.

A Visita técnica objetiva proporcionar ao aluno o contato com o mercado de trabalho através de visitas organizadas a organizações empresariais, o contato com profissionais e o reconhecimento de processos de produção.

OBJETIVO GERAL

O objetivo principal do Projeto Integrador é propiciar, aos alunos dos diferentes cursos de Formação Inicial e Continuada (FIC), a oportunidade de integração dos conhecimentos teóricos e práticos desenvolvidos ao longo dos cursos. O PI terá como culminância uma atividade única, interdisciplinar e de caráter empreendedor, definida como Mostra Interdisciplinar de Produtos e Serviços.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BAXTER, M. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Bucher, 2011.

FACCA, C. A. **O designer como pesquisador: uma abordagem metodológica da pesquisa aplicada ao design de produtos**. Dissertação (Mestrado em Design), Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. 2008.

SILVA, A. L.; COSER, J. **A experiência do projeto integrador I no curso de PROEJA em eletromecânica do IF-SC Campus Chapecó**. Revista Técnico-Científica do IF-SC, v. 1, n. 3, p. 9-19, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

SEBRAE. **O que é economia criativa**. Disponível em: <<http://tinyurl.com/jqbqvnbn>> Acesso em: 04 ago. 2016.

OLIVEIRA, J. M.; ARAÚJO, B. C.; SILVA, L. V. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Brasília/Rio de Janeiro: IPEA, 2013.

UNESCO. **Creative economy report – 2013 special edition**: widening local development pathways. USA/France: UNDP/UNESCO, 2013.

INTRODUÇÃO AO DESIGN, MODA E ESTILISMO

CH: 18 h

EMENTA

Introdução aos conceitos e história/evolução do design, indumentária, moda e estilismo. Paradigma forma x função. Funções do produto. Conceitos fundamentais da área têxtil e de moda. Materiais têxteis e história/evolução do vestuário. Áreas de atuação/aplicação.

OBJETIVO GERAL

Analisar história/evolução do design, indumentária, moda e estilismo, reconhecendo e identificando o design enquanto conceito; compreender as complexidades do desenvolvimento de um projeto de produto têxtil e de moda; compreender história da indumentária, moda e estilismo no âmbito internacional



e nacional; estabelecer relações entre os diferentes tipos de vestuário e materiais têxteis, considerando sua história/evolução ao longo dos tempos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BÜRDEK, B. E. **História, Teoria e Prática do Design de Produtos**. Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Blücher, 2006

MESQUITA, C. **Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2010.

PEZZOLO, D. B. **Tecidos: História, tramas, tipos e usos**. São Paulo; Ed. Senac, 2007. 324p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blücher, 2000.

LOBACH, B. **Design Industrial: Bases para a configuração dos produtos industriais**. Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Blucher, 2001.

GODART, F. **Sociologia da moda**. São Paulo: Senac, 2010.

LAVIER, J. **A roupa e a moda: uma história concisa**. 4ª edição. São Paulo: Ed. Cia. Das Letras, 1999. 285p.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Cia das Letras, 2003.

TECNOLOGIA TÊXTIL	CH: 12 h
EMENTA Histórico da indústria têxtil mundial e nacional. Introdução à Tecnologia têxtil: Fibras têxteis e suas características; Composição e características do tecido plano e do tecido de malha; Beneficiamento; aviamentos; e análise sensorial de materiais têxteis.	
OBJETIVO GERAL Desenvolver competências para reconhecer os materiais têxteis, suas características e a melhor forma de aplicá-los no desenvolvimento de diferentes tipos de produtos.	



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AVELAR, S. **Moda, globalização e novas tecnologias**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

ARAÚJO, M. de; MELO E CASTRO, M. **Manual de Engenharia Têxtil – Vol. I**. Portugal: Ed. Calouste Gulbenkian, 1986.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COSTA, S.; BERMAN, D.; HABIB, R. L. **150 anos da indústria têxtil brasileira**. Rio de Janeiro: SENAI-CETIQT, 2000.

PEREIRA, G. S. **Materiais e Processos Têxteis** (apostila). Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – IFSC. Departamento Têxtil. Campus Araranguá /SC, 2009.

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. **Processos Produtivos Têxteis**. São Paulo: Ed. SENAI, 2014.

_____. **Fiação**. São Paulo: Ed. SENAI, 2015.

_____. **Tecelagem**. São Paulo: Ed. SENAI, 2015.

_____. **Malharia**. São Paulo: Ed. SENAI, 2015.

_____. **Beneficiamento Têxtil**. Ed. SENAI, 2015.

DESENHO DE MODA	CH: 12 h
EMENTA Estudo da figura humana. Estudo de proporção aplicado à representação da roupa. Introdução ao desenho técnico de moda. Introdução ao croqui de moda. Projeto de produto de moda e suas formas de representação. Introdução ao uso da aquarela e lápis de cor no desenho de moda.	
OBJETIVO GERAL Compreender a anatomia do corpo humano aplicando o conhecimento na representação gráfica do corpo humano direcionada ao campo de moda. Desenvolver esboços e estudos para desenho de moda bem como desenhos	



técnicos e croquis. Aplicar técnicas de aquarela e lápis de cor em esboços e croquis de moda.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRYANT, Michele Wesen. **Desenho de Moda – Técnicas de ilustração para estilistas**. São Paulo: Senac, 2012.

FERNANDEZ, Angel. **Desenho para designers de moda**. 2. ed. São Paulo: Estampa, 2010.

HALLAWEL, Philip. **À mão livre: a linguagem do desenho**. São Paulo: Melhoramentos, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FRAGA, Ronaldo. **Caderno de roupas, memórias e croquis**. Belo Horizonte: Cobogó, 2015.

HUAIXIANG, Tan. **Character costume figure drawing – Step-by-step drawing methods for theatre costume designer**. 2. ed. Oxford: Focal Press, 2010.

LEITE, Adriana Sampaio; VELLOSO, Marta Delgado. **Desenho técnico deroupa feminina**. 3. ed. Rio de Janeiro: Senac, 2009.

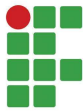
LEVENTON, Melissa (org). **História Ilustrada do Vestuário**. São Paulo: Publifolha, 2009.

MICELI, M. T. et all. **Desenho técnico básico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Livro Técnico, 2008.

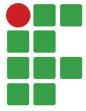
PEACOCK, John. **Fashion since 1900 – The complete sourcebook**. Londres: Thames and Hudson, 2007.

SILVA, Arlindo. **Desenho técnico moderno**. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2006.

WONG, Wucius. **Princípios de forma e desenho**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.



ATELIÊ DE CRIATIVIDADE E PROJETO DE PRODUTO	CH: 54 h
EMENTA Identificação de demandas de mercado/Análise de problema. Importância e aplicabilidade da pesquisa de mercado e de tendências de moda. Ética na pesquisa de mercado. O comportamento do público-alvo. Tendências de moda: origem e desdobramentos. Pesquisas de tendências de moda: indústrias, revistas, editoriais, estilistas, internet. Painel semântico: origem, conceito, diretrizes. Desenvolvimento do painel semântico: referências, unidade e história da coleção. Desenvolvimento de coleção de produto de moda. Geração de ideias. Seleção de alternativas. Desenvolvimento detalhado da alternativa selecionada: desenho técnico, seleção de materiais. Desenvolvimento de protótipo. Teste de usabilidade. Desenvolvimento do produto. Apresentação da coleção.	
OBJETIVO GERAL Refletir sobre os conhecimentos necessários para o desenvolvimento de projeto de produto têxtil e de moda, desde a pesquisa de tendência de mercado e de moda até a apresentação da coleção, levando em consideração aspectos socioculturais e com vistas às sustentabilidades ambiental, territorial, cultural e econômica.	
BIBLIOGRAFIA DIAS, Sergio. Pesquisa de Mercado . São Paulo: Saraiva, 2011. CALDAS, Dario. Observatório de sinais : teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac, 2004. PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). Design de moda: olhares diversos. Baurueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008. TREPTOW, Doris. Inventando moda : planejamento de coleção. Brusque: D Treptow, 2003.	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR BAXTER, Mike. Projeto de produto – guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2000. BOMFIM, Gustavo Amarante. Metodologia para desenvolvimento de projetos . João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 1995.	



BURDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos.** Trad. Freddy Van Camp. São Paulo: Blücher, 2006.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo.** São Paulo: Cosac Naify, 2013.

Emídio, Lucimar de Fátima Bilmaia. **A Gestão de Design como ferramenta estratégica para MPEs do vestuário de moda: um estudo de caso na região de Londrina.** Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial). Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Bauru: UNESP, 2006.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda: do Conceito ao Consumidor.** 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

KOTLER, P. **Administração de Marketing.** Análise, Planejamento, Implementação e Controle. Editora Atlas, 1998.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design: manual do estilista.** Tradução: Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

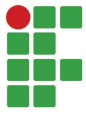
LOBACH, B. **Design industrial: bases para a configuração de produtos industriais.** Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing – uma orientação aplicada.** Bookman; Porto Alegre, 2004.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O Desenvolvimento de produtos sustentáveis.** Trad. Astrid de Carvalho. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2005.

POSNER, Herriet. **Marketing de Moda.** São Paulo: Gg, 2016.

TAGLIACARNE, G. **Pesquisa de mercado – técnica e prática.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo / Editora Atlas, 1989.



10. PROCEDIMENTOS DIDÁTICO-METODOLÓGICOS

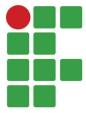
Desde o início do curso, os estudantes serão estimulados a formar equipes de estudo e trabalho com até quatro componentes. Este tipo de organização objetiva desenvolver competências e habilidades humanas e profissionais relacionadas à solidariedade, ao respeito à diferença e ao aprendizado do trabalho em equipe. As atividades didático-pedagógicas estão direcionadas para os grupos, o que não impedirá que em alguns momentos seja requerido do estudante a participação individual. O planejamento das aulas que serão ministradas, bem como o cronograma de atividades do curso serão disponibilizados para os estudantes no início das aulas.

11. DA AVALIAÇÃO

A avaliação será formativa e processual. Além dos instrumentos de avaliação específicos de cada tema, a critério de cada docente e que engloba diferentes instrumentos individuais e de equipes, tais como pesquisas, relatórios, questionários, produção de materiais, seminários, e/ou autoavaliação, haverá ainda outros três instrumentos, a saber:

I - Construção de Dossiê - ao longo do curso, o estudante deverá construir um dossiê que contemple o arcabouço teórico-prático da produção de conhecimento humanístico, técnico-científico e criativo, por meio da pesquisa e registro de conteúdos e informações coletados no decorrer dos temas, bem como em outras fontes que julguem relevantes na construção do conhecimento, de seu processo criativo e auto-reflexivo que culminará na concepção e elaboração de projeto de produto e de seu protótipo. O estudante, obrigatoriamente, deverá apresentar o resultado de forma clara e em meio físico, ao final do curso, respeitando o calendário escolar previamente estabelecido.

II - Elaboração de Painel Semântico - o Painel Semântico pode ser entendido como um documento de síntese do estilo do produto, bem como um



instrumento de desenvolvimento, organização e visualização do processo criativo. Através do Painel Semântico, são apresentados: o estilo de vida dos futuros consumidores (seus valores pessoais e sociais), expressão e emoção a ser transmitida pelo produto (jovial, enérgico, tenso, suave, entre outros) e o tema visual do produto. Para tanto, o aluno ou o grupo de alunos faz uso de um sistema de signos e códigos orientadores, tais como palavras-chave, imagens, paleta de cores, texturas, materiais, dentre outros insumos.

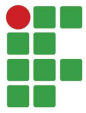
III - Desenvolvimento de Protótipo - o desenvolvimento do Protótipo tem por objetivo verificar se a solução atende aos objetivos propostos pelo projeto do aluno ou da equipe de alunos, podendo este ser um protótipo de estudo ou protótipo final.

Desse modo, levando-se em conta as características e complexidades dos projetos de produto do curso de “Desenvolvimento de Produto Têxtil e de Moda”, entende-se que o desenvolvimento do Protótipo deva se dar a partir do Painel Semântico, em caráter experimental. Deste modo, deve apresentar as funções principais do produto, mas não necessariamente possuir o mesmo material do produto final.

Ao final do curso, o estudante deverá apresentar seu dossiê, seu painel semântico e seu protótipo desenvolvidos ao longo do curso.

12. FINS DE APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO

Para fazer jus à certificação, o estudante deverá ter: (I) frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) referente à carga horária total do curso; (II) concluir com aproveitamento, pelo menos, 50% dos componentes curriculares, levando em consideração os critérios A - Alcançou, AP - Alcançou Parcialmente e NA - Não Alcançou, sendo o docente de cada componente curricular responsável por realizar a avaliação; (III) Construção do Dossiê; (IV) Elaboração



de Painel Semântico e (V) Desenvolvimento do Protótipo, de acordo com as orientações dos docentes.

13. RECUPERAÇÃO

A recuperação se dará de maneira paralela. O aluno que não obtiver resultado satisfatório em alguma avaliação, terá o direito de refazê-la ou, a critério do professor, realizar atividade substitutiva após atendimento individualizado, inicialmente com a CoTP e, posteriormente, com professor do referido tema.

14. INFRAESTRUTURA

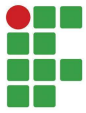
O *campus* Belford Roxo funciona, desde 2016, na Av. Joaquim da Costa Lima, s/nº, no Bairro São Bernardo, em frente ao 39º BPM, na cidade de Belford Roxo. Atualmente existem três salas de aula em funcionamento, uma biblioteca com obras referentes aos cursos, um laboratório de Informática com quatro máquinas, sendo duas com acesso à internet.

Cada sala de aula possui um quadro branco, dois ar-condicionados e estão disponíveis para uso notebooks e projetores para as aulas.

15. MECANISMOS QUE POSSAM PERMITIR A PERMANÊNCIA E O ÊXITO

Com o intuito de dar continuidade às ações desenvolvidas pelo IFRJ, no sentido de garantir, não apenas o acesso, mas também a permanência e o êxito dos estudantes, serão realizadas atividades complementares, tais como oficinas e aulas extras, com objetivo auxiliar estudantes que tenham dificuldades em relação aos conteúdos trabalhados no curso. O estudante poderá contar também com horário para atendimento individualizado com o professor.

A equipe Técnico Pedagógica do *campus* (composta por um Pedagogo, um Assistente Social e um Assistente de Alunos) desenvolverá, em parceria com



INSTITUTO FEDERAL
Rio de Janeiro
Campus Belford Roxo

Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro

a comunidade acadêmica, ações de diagnóstico e enfrentamento às causas de retenção e evasão visando garantir a inclusão e permanência, inclusive, de pessoas com deficiências.

16. CERTIFICAÇÃO

Após conclusão do curso o estudante receberá o Certificado de Qualificação Profissional em Curso de Formação Inicial e Continuada em Desenvolvimento de Produto Têxtil e de Moda, com carga horária de 168 horas.