



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

202313013 - Sociologia da Moda

Tipo

Obrigatória

Ano lectivo

2025/26

Curso

Lic Design de Moda

Ciclo de estudos

1º

Créditos

3.00 ECTS

Idiomas

Português

Periodicidade

semestral

Pré requisitos

Ano Curricular / Semestre

3º / 1º

Área Disciplinar

Ciências Sociais e do Território

Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.00

Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto
28.00

Horas totais de Trabalho
75.00

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Hélène Catherine Veiga Gomes

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Hélène Catherine Veiga Gomes 28.00 horas

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

- Desenvolver a capacidade de análise crítica da moda enquanto fenómeno social, cultural e político.
- Introduzir ferramentas teóricas e metodológicas para interpretar as relações entre moda, identidade, corpo, género, classe e diversidade cultural.

- Promover a articulação entre reflexão sociológica e prática criativa no campo do design de moda.
- Estimular a aplicação de um olhar crítico e informado na leitura de tendências, comunicação visual e desenvolvimento de propostas de moda.
- Promover a consciência crítica face aos impactos da globalização, dos média e das questões éticas e ambientais associadas à produção e consumo de moda.

Conteúdos Programáticos / Programa

- **Fundamentos da sociologia da moda:** conceitos-chave como moda, estilo, tendência e sistema de moda; contributos de autores clássicos e contemporâneos.
- **Moda, corpo e identidade:** relações entre aparência, construção social do corpo, género, classe, etnicidade e diversidade cultural.
- **Moda como linguagem e forma de expressão social:** símbolos, códigos visuais, comunicação e representação na moda.
- **Práticas e culturas de consumo:** distinção social, consumo de massas, (ultra) fast fashion, luxo, práticas sustentáveis e éticas, apropriação e resistência.
- **Moda e globalização:** circulação de estilos, hibridismos culturais, cadeias de produção globais, desigualdades e relações de poder.
- **Moda e política:** controlo dos corpos, normatividade, ativismo, modos de vestir como práticas de contestação e afirmação.
- **Moda e media:** papel da imprensa, publicidade, redes sociais e influenciadores na produção e difusão de imaginários de moda.

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos programáticos foram organizados de forma a assegurar uma progressiva aquisição das competências definidas nos objetivos de aprendizagem.

A introdução aos fundamentos da sociologia da moda oferece o enquadramento conceptual necessário, enquanto os módulos dedicados a identidade, consumo, globalização, política e media aprofundam dimensões estruturantes da moda enquanto fenómeno social.

Estes conteúdos permitem desenvolver capacidades analíticas e aplicar uma abordagem crítica e informada à prática criativa no design de moda.

Questões como género, classe, etnicidade e sustentabilidade são tratadas de forma focalizada ao longo do programa, garantindo a relevância social e profissional dos conhecimentos adquiridos.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A unidade curricular combina exposições teóricas com estudos de caso, promovendo a participação ativa dos estudantes na construção do conhecimento. Serão privilegiadas

metodologias que articulem reflexão crítica e prática criativa, incentivando o debate e a aplicação dos conteúdos em contextos concretos. A avaliação inclui a presença e participação nas aulas (20%), um trabalho em grupo com apresentação oral final (50%) e um teste escrito (30%), que deverão articular os conteúdos teóricos com uma problemática relevante no campo da moda.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

As metodologias de ensino adotadas na unidade curricular foram concebidas para responder diretamente aos objetivos de aprendizagem definidos, promovendo a construção de um conhecimento crítico e aplicável no campo da moda. As exposições teóricas fornecem aos estudantes os fundamentos conceptuais e sociológicos necessários para compreender a moda enquanto fenómeno social, cultural e político. A análise de textos académicos e de casos concretos permite o contacto com diferentes perspetivas e contextos, incentivando a capacidade de interpretar as relações entre moda, identidade, corpo, género, classe e diversidade cultural — competências centrais para o desenvolvimento de uma leitura crítica e informada da realidade.

O recurso a estudos de caso e a problemáticas contemporâneas possibilita o cruzamento entre teoria e prática, desafiando os estudantes a aplicar os conteúdos adquiridos na análise de fenómenos atuais, como o fast fashion, o papel dos media na moda, os processos de globalização ou as questões éticas e ambientais associadas à produção e ao consumo. Esta abordagem favorece o desenvolvimento de competências transferíveis para diversos contextos profissionais na área da moda.

A valorização do trabalho em grupo e da apresentação oral final promove a colaboração, a autonomia e a capacidade de expressão crítica — competências essenciais em contextos académicos e profissionais. O teste escrito, por sua vez, permite avaliar a consolidação dos conhecimentos teóricos e a capacidade de articular diferentes dimensões dos conteúdos programáticos numa reflexão estruturada. A participação nas aulas é igualmente valorizada, como indicador de envolvimento ativo no processo de aprendizagem e na construção coletiva de conhecimento.

Em conjunto, estas metodologias asseguram uma progressão coerente entre a aquisição de saberes, o desenvolvimento do pensamento crítico e a capacidade de aplicação prática, em consonância com os objetivos da unidade curricular. Além disso, promovem a articulação entre reflexão sociológica e prática criativa, estimulando os estudantes a desenvolver um olhar sensível, informado e socialmente consciente sobre o universo da moda.

Bibliografia Principal

- Entwistle, Joanne (2015). *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory* (2.^a ed.). Polity Press.
- Jansen, M. Angela & Craik, Jennifer (eds.) (2016). *Modern Fashion Traditions: Negotiating Tradition and Modernity through Fashion*. London: Bloomsbury Academic.
- Kawamura, Yuniya (2023). *Fashion-ology: Fashion Studies in the Postmodern Digital Era* (3.^a ed.). Bloomsbury.
- Lipovetsky, Gilles (2010). *O Império do Efémoro: A Moda e o Seu Destino nas Sociedades Modernas*. Lisboa: Dom Quixote.
- Pedroni, Marco (ed.) (2013). *From Production to Consumption: The Cultural Industry of*

Fashion. Oxford: Inter-Disciplinary Press.

- Reilly, Andrew (2020). *Introducing Fashion Theory: From Androgyny to Zeitgeist* (2nd ed.). London: Bloomsbury Academic.
- Rocamora, Agnès & Smelik, Anneke (eds.) (2015). *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*. I.B. Tauris.
- Silvano, Filomena (2021). *Antropologia da Moda*. Lisboa: Documenta.

Bibliografia Complementar

- Baudrillard, Jean (1970 [2007]). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Berger, John (1972 [2008]). *Ways of Seeing*. Londres: Penguin.
- Bourdieu, Pierre (1979 [2007]). *A Distinção: Crítica Social do Julgamento*. Lisboa: Edições 70.
- Butler, Judith (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Czerniawski, Amanda M. (2015). *Fashioning Fat: Inside Plus-Size Modeling*. NYU Press.
- Debord, Guy (1967 [1995]). *A Sociedade do Espetáculo*. Lisboa: Contraponto.
- Durkheim, Émile (1893 [2013]). *Da Divisão do Trabalho Social*. São Paulo: Martins Fontes.
- Hall, Stuart (1992 [2006]). *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Lisboa: Edições 70.
- Miller, Daniel (1987). *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell.
- Sedgwick, Eve Kosofsky (1990). *Epistemology of the Closet*. University of California Press.
- Veblen, Thorstein (1899 [2009]). *The Theory of the Leisure Class*. Oxford: Oxford University Press.



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

202313013 - Sociologia da Moda

Type

Compulsory

Academic year

2025/26

Degree

B. Fashion Design

Cycle of studies

1

Unit credits

3.00 ECTS

Lecture language

Portuguese

Periodicity

semester

Prerequisites

Year of study/ Semester

3 / 1

Scientific area

Social and Territory Sciences

Contact hours (weekly)

Theoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.00

Total CU hours (semester)

Total Contact Hours
28.00

Total workload
75.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Hélène Catherine Veiga Gomes

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Hélène Catherine Veiga Gomes 28.00 horas

Learning objectives (knowledge, skills and competences to be developed by students)

- Develop a critical understanding of fashion as a social, cultural and political phenomenon.
- Introduce theoretical and methodological tools to interpret the relationships between fashion, identity, the body, gender, class and cultural diversity.
- Foster the connection between sociological reflection and creative practice in the field of fashion design.

- Encourage the application of a critical and informed perspective in trend analysis, visual communication and the development of fashion proposals.
- Promote critical awareness of the impacts of globalisation, media, and the ethical and environmental issues related to fashion production and consumption.

Syllabus

- **Foundations of the sociology of fashion:** key concepts such as fashion, style, trend, and the fashion system; contributions from classical and contemporary authors.
- **Fashion, the body, and identity:** relationships between appearance, the social construction of the body, gender, class, ethnicity, and cultural diversity.
- **Fashion as language and social expression:** symbols, visual codes, communication, and representation in fashion.
- **Consumption practices and cultures:** social distinction, mass consumption, (ultra) fast fashion, luxury, sustainable and ethical practices, appropriation and resistance.
- **Fashion and globalisation:** circulation of styles, cultural hybridisms, global production chains, inequalities and power relations.
- **Fashion and politics:** control of bodies, normativity, activism, and dressing as a form of contestation and affirmation.
- **Fashion and the media:** the role of the press, advertising, social media, and influencers in producing and disseminating fashion imaginaries.

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

The course content is structured to ensure the progressive acquisition of the competences outlined in the learning objectives.

The introduction to the foundations of the sociology of fashion provides the necessary conceptual framework, while the modules focused on identity, consumption, globalisation, politics, and media deepen key dimensions of fashion as a social phenomenon.

This structure supports the development of analytical skills and the application of a critical and informed approach to creative practice in fashion design.

Topics such as gender, class, ethnicity, and sustainability are addressed in a focused manner throughout the programme, ensuring the social and professional relevance of the knowledge acquired.

Teaching methodologies (including evaluation)

The course combines theoretical lectures with case studies, promoting the active participation of students in the construction of knowledge. Methodologies that connect critical reflection with creative practice will be prioritised, encouraging debate and the application of content in concrete contexts. Assessment includes attendance and participation in class (20%), a group project with a final oral presentation (50%), and a written test (30%), all of which should articulate theoretical content with a relevant issue in the field of fashion.

Demonstration of the coherence between the Teaching methodologies and the learning outcomes

The teaching methodologies adopted in this course unit were designed to respond directly to the defined learning objectives, promoting the development of critical and applicable knowledge in the field of fashion. Theoretical lectures provide students with the conceptual and sociological foundations necessary to understand fashion as a social, cultural, and political phenomenon. The analysis of academic texts and real-world case studies allows engagement with diverse perspectives and contexts, encouraging the ability to interpret the relationships between fashion, identity, the body, gender, class, and cultural diversity — key competencies for developing a critical and informed understanding of contemporary society.

The use of case studies and contemporary issues enables the bridging of theory and practice, challenging students to apply acquired knowledge in the analysis of current phenomena such as fast fashion, the role of media in fashion, globalisation processes, and ethical and environmental concerns related to production and consumption. This approach supports the development of transferable skills for a range of professional contexts in the fashion sector.

Group work and the final oral presentation foster collaboration, autonomy, and critical expression — essential competencies in both academic and professional environments. The written test, in turn, evaluates the consolidation of theoretical knowledge and the ability to articulate various dimensions of the course content through a structured reflection. Attendance and participation are also valued as indicators of active engagement in the learning process and in the collective construction of knowledge.

Taken together, these methodologies ensure a coherent progression from knowledge acquisition to critical thinking and practical application, fully aligned with the learning objectives of the course. They also promote the integration of sociological reflection with creative practice, encouraging students to develop a sensitive, informed, and socially aware perspective on the world of fashion.

Main Bibliography

- Entwistle, Joanne (2015). *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory* (2.^a ed.). Polity Press.
- Jansen, M. Angela & Craik, Jennifer (eds.) (2016). *Modern Fashion Traditions: Negotiating Tradition and Modernity through Fashion*. London: Bloomsbury Academic.
- Kawamura, Yuniya (2023). *Fashion-ology: Fashion Studies in the Postmodern Digital Era* (3.^a ed.). Bloomsbury.
- Lipovetsky, Gilles (2010). *O Império do Efêmero: A Moda e o Seu Destino nas Sociedades Modernas*. Lisboa: Dom Quixote.
- Pedroni, Marco (ed.) (2013). *From Production to Consumption: The Cultural Industry of Fashion*. Oxford: Inter-Disciplinary Press.
- Reilly, Andrew (2020). *Introducing Fashion Theory: From Androgyny to Zeitgeist* (2nd ed.). London: Bloomsbury Academic.
- Rocamora, Agnès & Smelik, Anneke (eds.) (2015). *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*. I.B. Tauris.
- Silvano, Filomena (2021). *Antropologia da Moda*. Lisboa: Documenta.

Additional Bibliography

- Baudrillard, Jean (1970 [2007]). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Berger, John (1972 [2008]). *Ways of Seeing*. Londres: Penguin.
- Bourdieu, Pierre (1979 [2007]). *A Distinção: Crítica Social do Julgamento*. Lisboa: Edições 70.
- Butler, Judith (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Czerniawski, Amanda M. (2015). *Fashioning Fat: Inside Plus-Size Modeling*. NYU Press.
- Debord, Guy (1967 [1995]). *A Sociedade do Espetáculo*. Lisboa: Contraponto.
- Durkheim, Émile (1893 [2013]). *Da Divisão do Trabalho Social*. São Paulo: Martins Fontes.
- Hall, Stuart (1992 [2006]). *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Lisboa: Edições 70.
- Miller, Daniel (1987). *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell.
- Sedgwick, Eve Kosofsky (1990). *Epistemology of the Closet*. University of California Press.
- Veblen, Thorstein (1899 [2009]). *The Theory of the Leisure Class*. Oxford: Oxford University Press.