

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Laboratório de experimentação II - Experimentação em Design Estratégico –
Território Produto

Semestre: 2009/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 4793

Professor: Paulo Reyes, Celso Carnos Scaletsky, Fábio Parode, Filipe Campelo, Gustavo Fischer, Betina Martau, Ione Bentz, Guilherme Trez, Gustavo Borba

EMENTA

Esta atividade será orientada para o desenvolvimento de conceitos inovativos aplicados ao território, baseados em briefs de projetos reais. Busca-se discutir aspectos relacionados à identificação de valores materiais e imateriais do território que possam alavancar o desenvolvimento sócioeconômico da cidade ou região. Serão analisados diferentes cenários, reconhecidos a partir da identidade local e consolidados em estratégias de design para o desenvolvimento sustentável e a construção de uma nova identidade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Análise do contexto atual de Porto Alegre;

Visita à área de projeto;

Levantamento e análise dos dados;

Interpretação dos dados;

Definição da visão de projeto;

Construção dos conceitos de projeto.

BIBLIOGRAFIA

- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BRUSCO, S. Sistemi globali e sistemi locali. In: COSENTINO, Francesco; PYKE, Frank; SENGEMBERGER, Werner (a cura di). **Le risposte locali alla ressiione globale: il caso dell'Italia e dei suoi distretti industriali**. Bologna: Il Mulino, 1997.
- CELASCHI, F; TROCCHIANESI, R. (Org.). **Design & Beni culturali, La cultura del progetto nella valorizzazione del bene culturale**. Milão: Poli.design, 2004.
- GIACOMO, B. **Distretti Industriali e Made in Italy**. Le basi socioculturali del nostro sviluppo economico. Torino: Bollati Boringhieri, 1998.
- GÜELL, J. **Planificación Estratégica de Ciudades**. Barcelona: Gustavo Gili, 1997.
- HAIDER, D.; KOTLER, P.; REIN, I. **Marketing de Lugares**. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006.
- PICCINNO, G. (Org.). **Design e Territorio**. Milão: Abitare Segesta, 2004.
- REYES, P; TROCCHIANESI, R. Cultura e Território. In: PREFEITURA DE SÃO LEOPOLDO; UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS; POLIDESIGN - CONZORCIO DEL POLITECNICO DI MILANO. (Org.). **Valorizar São Leopoldo: projeto de marketing territorial e design para valorização dos bens culturais**. Relatório de Pesquisa. São Leopoldo: Unisinos, 2006.
- ZYGMUNT, B. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

AVALIAÇÃO

O processo de avaliação é composto por duas etapas: a primeira constitui-se na participação nas discussões a partir das leituras exigidas, construção e apresentação do problema de projeto, e elaboração de conceitos de projeto a partir de um estudo de caso; a segunda, constitui-se na sistematização dos conceitos e na elaboração de cenários sínteses que respondam ao problema anteriormente construído.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina I – Metodologia de Pesquisa em Design Estratégico

Semestre: 2009/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 4772

Professor: Paulo Reyes, Fábio Parode, Betina Martau

EMENTA

Alternativas metodológicas nos processos de design estratégico. Métodos e procedimentos de pesquisa em projeto. Viabilidade das metodologias que tenham a criatividade como princípio.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Epistemologia, metodologia
- Positivismo
- Fenomenologia
- Pensamento Sistêmico
- Análise Quantitativa
- Análise Qualitativa

BIBLIOGRAFIA

BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. **A Aventura Semiológica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CELASCHI, F; TROCCHIANESI, R. (Org.). **La Cultura Del Progetto Nella Valorizzazione Del Bene Culturale**. Milão: POLI.design, 2004.

COMTE, A. **Discurso sobre o espírito positivo**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

ECO, U. **Como se faz uma tese**. Rio de Janeiro: Perspectiva, 2003.

- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.
- MARTINS, G. A.; THEÓPHILO C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas.** São Paulo: Atlas, 2007.
- MOREIRA, D. A. **O Método fenomenológico na pesquisa.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- MORIN, E. **Introdução ao Pensamento Complexo.** Porto Alegre: Sulina, 2005.
- _____. **Problema Epistemológico da Complexidade.** Lisboa: Publicações Europa-América. 1996
- PICCINNO, G. (Org.). **Design e Território.** Milão: Abitare Segesta, 2004.
- REYES, P; TROCCHIANESI, R. Cultura e Território. In: PREFEITURA DE SÃO LEOPOLDO; UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS; POLIDESIGN - CONZORCIO DEL POLITECNICO DI MILANO. (Org.). **Valorizar São Leopoldo:** projeto de marketing territorial e design para valorização dos bens culturais. Relatório de Pesquisa. São Leopoldo: Unisinos, 2006.
- SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada.** São Paulo: Thomson Pioneira, 2002.
- SCHÖN, D. **Educando o profissional reflexivo:** um novo design para o ensino e a aprendizagem. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.
- STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa Qualitativa:** técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada. Porto alegre: Artmed, 2008.
- YIN, R. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

AVALIAÇÃO

A avaliação será feita a partir das entregas das atividades, conforme cronograma, com Peso 1 e do artigo final com Peso 2.

O Artigo final deve apresentar a escolha de pesquisa do aluno, demonstrando os instrumentos epistemológico, metodológico e instrumental (de coleta e análise, definidos durante a disciplina). Esse artigo deverá apresentar a proposta metodológica da dissertação.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina IV - Construção e Representação de Referências e Conceitos de Projeto em Ambiente Computacional através de Mapas Conceituais

Semestre: 2009/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 4791

Professor: Celso Carnos Scaletsky

EMENTA

Esta atividade busca discutir diversas metodologias utilizadas para a construção e representação de modelos que representam o contexto de um projeto – essencialmente gráfico-textuais – e passam, necessariamente, pela articulação de referências como elementos que favorecem raciocínios analógicos e a pela construção de conceitos de projeto. Nesta oficina, serão elaborados exercícios de projeto abordando técnicas e metodologias de representação de referências e conceitos em um ambiente computacional. Será dada maior ênfase à criação de Mapas Conceituais que auxiliem na definição de cenários de projeto que estimulem a aparição de novas idéias.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 1. Briefing
- 2. Brainstorm e Mapas Conceituais
- 3. Moodboard
- 4. Bluesky
- 5. Storyboard
- 6. Análise SWOT
- 7. Gráfico de Polaridades / Matriz BCG
- 8. Workshop
- 9. Construção de cenários

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CASAKIN, Hernan Pablo. Metaphors in Design Problem Solving: Implications for Creativity. **International Journal of Design**, Taipei, v. 1, n. 2, p. 23-35, 2007.
- CAUTELA, Cabirio. **Strumenti di design management**. Milão: Tipomozza, 2007.
- CELASCHI, Flaviano; DESERTI, Alessandro. **Design e Innovazione**. Milão: Carocci, 2007.
- HEYLIGHEN, Ann. **In case of architectural design** - critique and praise of case-Based Design in architecture. 2000. 269 pg., Tese (Doutorado em Arquitetura) – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura. Katholieke Universiteit Leuven, Leuven, 2000, Capítulo I – Conceiving Architecture, p. 2-37.
- LELIE, Corrie van der. The value of storyboards in the product design process. **Personal and Ubiquitous Computing**, London, v. 10, n. 2-3, p. 159-162, April 2006. Disponível em: <<http://www.springerlink.com/content/lmvm49832p4887r1>>. Acesso em: 03 out. 2008.
- NONAKA, Ikyjiro; KONNO, Noboru. The Concept of “Ba”: Building a foundation for knowledge creation. **Califórnia Management Review**, Berkeley, n. 40, n. 3, p. 40-54, 1998.
- NOVAK, J.D.; CAÑAS, A.J. **The Theory Underlying Concept Maps and How to Construct Them**. Pensacola: Florida Institute for Human and Machine Cognition, 2006. Disponível em: <<http://www2.arnes.si/~sspasorg/didaktika/TheoryUnderlyingConceptMaps.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2009.
- HEIJDEN, Kees van der. **Planejamento de Cenários: a arte da conversação estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- SOUZA, Yeda Swirski. Organizações de aprendizagem ou aprendizagem organizacional. **RAE-eletrônica**, v. 3, n. 1, art. 5, p. 1-16, jan./jun. 2004. Disponível em: <<http://www.rae.com.br/electronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=1812&Secao=ORGANIZA&Volume=3&Numero=1&Ano=2004>>. Acesso em: 28 ago. 2008.
- VAN DER HEIJDEN, Kees. **Planejamento de cenários**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- AMORETTI, Maria S. M.; TAROUCO, L. M. R. Mapas Conceituais: modelagem colaborativa do conhecimento. **Informática na Educação: Teoria & Prática**, Porto Alegre, v. 3, n. 1, p.

- 1-5, 2000. Disponível em: <<http://www.pgje.ufrgs.br/revista>>. Acesso em: 06 jun. 2007.
- BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva**. 1. ed. São Paulo: Pearson Universitários, 2007.
- CAÑAS, A. J.; LEAKE, D. B.; WILSON, D. C. **Managing, Mapping, and Manipulating Conceptual Knowledge**. Pensacola: Institute for Human and Machine Cognition/University of West Florida e Computer Science Department/Indiana University, 1999.
- CAUTELA, Cabirio; ZURLO, Francesco. **Relazioni produttive**. Milão: Aracne, 2006.
- CHUPIN, Jean-Pierre. **Le projet analogue: les phases analogiques de projet d'architecture en situation pédagogique**. 1998. 401 p. Tese (Doutorado em Aménagement) – Faculté de l'aménagement. Université de Montréal, Montreal, 1998. Première partie : Problèmes du « projet », de la « conception » et de « l'analogie », p. 28-238.
- FROTA, Cristiane; PANTOJA, R. Rodrigues; SÉLLOS, Lysio. Teoria da Criação do Conhecimento Organizacional Nonaka e Takeuchi. **Revista Eletrônica da Administração UNI-FACEF**, Franca, ed. 08, v. 07, n. 01, p. 1-11, 2006.
- GARNER, S.; MCDONAGH-PHILP, D. Problem Interpretation and Resolution via Visual Stimuli: The Use of 'Mood Boards' in Design Education. **The Journal of Art and Design Education**, v. 20, n. 1, p. 57-64, 2001. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=4890007&site=ehost-live>>. Acesso em: 19 set. 2009.
- GRUEN, Daniel. Storyboarding for Design: An Overview of the Process. In: IBM WATSON RESEARCH CENTER. **Papers (Public Technical Reports)**. Cambridge: IBM, 2000. Disponível em: <<http://domino.research.ibm.com/cambridge/research.nsf/pages/papers.html?Open&count=500>>. Acesso em: 22 set. 2008.
- GRUEN, Daniel. Beyond Scenarios: Beyond Scenarios: The Role of Storytelling in CSCW Design". In: IBM WATSON RESEARCH CENTER. Cambridge: IBM, 2000. Disponível em: <<http://domino.research.ibm.com/cambridge/research.nsf/pages/papers.html?Open&count=500>>. Acesso em: 22 set. 2008.
- MCQUAID, H.M.; GOEL, A.; MCMANUS, M. When You Can't Talk To Customers: Using Storyboards and Narratives to Elicit Empathy for Users. In: THE DESIGNING PLEASURABLE PRODUCTS AND INTERFACES CONFERENCE, número edição, 2003,

- Pittsburgh. **Proceedings...** Pittsburgh: editora, 2003. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=782926>>. Acesso em: 04 set. 2008.
- OXMAN, R. Think-Maps: Teaching Design Thinking in Design Education. **Design Studies**, Kidlington, v. 25, n. 1, p. 63-91, 2004.
- PARODE, Fábio; SCALETSKY, Celso C. Imagem e pesquisa Blue sky no design. In: CONGRESSO SIGRADI 2008, 12., 2008, Havana. **Anais do XII Congresso da Sociedad Ibireamericana de Gráfica Digital**. Havana: CUJAE, 2008. p. 1-5.
- PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. São Paulo: Blucher, 2008.
- SCALETSKY, Celso C. Pesquisa aplicada / pesquisa acadêmica – o caso Sander. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA & DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8., 2008, São Paulo. **Anais do P&D 2008**. São Paulo: Centro Universitário SENAC, 2008. p. 1132-1145.
- WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J.; PARNELL, John. **Administração Estratégica**. São Paulo: Atlas, 2007.

AVALIAÇÃO

Apresentação e debate de artigos ou capítulos de livro propostos pela disciplina; resenhas dos temas trabalhados em aula; elaboração de artigo incluindo os principais conceitos trabalhados em aula, com a proposição de novos pontos de vista sobre o(s) tema(s) escolhido; participação nas discussões propostas.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design
Disciplina: Oficina VI – Marketing Estratégico
Semestre: 2009/2
Carga horária: 30h
Créditos: 02
Área temática: Design Estratégico
Código da disciplina: 4771
Professor: Filipe Campelo

EMENTA

Esta atividade busca discutir os conceitos e as técnicas de marketing estratégico, bem como sua importância no contexto da administração estratégica. Para tanto, serão desenvolvidos temas como o papel do marketing no desenvolvimento da estratégia organizacional, a orientação para o mercado, a concepção de estratégias de marketing e sua implementação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Orientação para o mercado
Estratégia de marketing
Processo decisório de compra
Influências sobre o comportamento
Experiência de consumo
Design e Emoção

BIBLIOGRAFIA

ARNOULD, Eric; PRICE; Linda. River magic: extraordinary experience and the extended service encounter. **Journal of Consumer Research**, v. 20, June 1993.

ARNOULD, Eric; THOMPSON, Craig. Consumer culture theory (CCT): twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, v. 31, March, 2005.

- AYROSA, Eduardo; SAUERBRONN, João Felipe; BARROS, Denise. Bases sociais das emoções do consumidor – uma abordagem complementar sobre emoções e consumo. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- BARBOSA, Maria de Lourdes de Azevedo. Bem-vindo a uma experiência extraordinária: proposições para uma interpretação sobre consumo de serviços. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 2, 2006, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.
- BLACKWELL, Roger; MINIARD, Paul; ENGEL, James. **Comportamento do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- BRASIL, Vinicius Sittoni. Experiência de consumo: aspectos conceituais, abordagens metodológicas e agenda de pesquisa. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- BREI, Vinicius. Da necessidade ao desejo de consumo: uma análise sobre o papel do marketing na transformação do significado da água. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- CARÙ, Antonella; COVA, Bernard. **Consuming experience**. Routledge, 2007.
- CHITTURI, Ravindra; RAGHUNATHAN, Rajagopal; MAHAJAN, Vijay. Delight by design: the role of hedonic versus utilitarian benefits. **Journal of Marketing**, v. 72, May, 2008.
- COVA, Bernard; PACE, Stefano. Brand community of convenience products: new forms of customer empowerment – the casa “my Nutella The Community”. **European Journal of Marketing**, v. 40, n. 9-10, 2006.
- CRAVENS, David; PIERCY, Nigel. **Marketing estratégico**. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.
- DEMIR, Erdem; DESMET, Pieter. The roles of products in product emotions: an exploratory study. In: DESIGN RESEARCH SOCIETY BIENNIAL CONFERENCE, 2008, Sheffield, UK. **Proceedings...** Sheffield, UK, 2008
- HAWKINS, Del; MOTHERSBAUGH, David; BEST, Roger. **Comportamento do consumidor** – construindo a estratégia de marketing. 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- KRAFT, Sibila; NIQUE, Walter. Desvendando o consumidor através de metáforas: uma aplicação da Zaltman Metaphor Elicitation Technique (ZMET). In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 26, 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2002.
- McLELLAN, Hilayr. Experience design. **Cyberpsychology and Marketing**, v.3, n. 1, 2000.

OLIVER, R. L. Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. **Journal of Consumer Research**, v. 20, p. 418-430, December 1993.

OLIVER, Richard. **Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer**. The McGraw-Hill, 1997.

OLSON, Eric; WALKER, Orville; RUEKERT, Robert. Organizing for effective new product development: the moderating role of product innovativeness. **Journal of Marketing**, v.59, January 1995.

REYNOLDS, T. J.; GUTMAN, J. Laddering theory: method, analysis, and interpretation. **Journal of Advertising Research**, v.28, p.16, 1998.

AVALIAÇÃO

O processo de avaliação é composto por 2 aspectos:

- Pesquisa e apresentada sob forma de artigo científico em até 15 páginas (50%).
Entrega até o dia 01/12
- Prova Escrita em aula

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Seminário IX – Tópicos Especiais em Design Estratégico II – Território Produto

Semestre: 2009/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 4792

Professor: Paulo Reyes, Celso Carnos Scaletsky, Fábio Parode, Filipe Campelo, Gustavo Fischer, Betina Martau, Ione Bentz, Guilherme Trez, Gustavo Borba

EMENTA

Esta atividade busca discutir a importância do design para o desenvolvimento local, considerando abordagens para valorização territorial e inovação. São discutidas as diferentes abordagens para a valorização dos recursos locais, considerando a perspectiva do Território Produto.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Design Territorial

Planejamento Estratégico

Marketing de Lugares

Branding Territorial

Crítica ao Marketing

Design de Serviços

Design e Sustentabilidade

Redes de Cooperação

Design e Bens Culturais

BIBLIOGRAFIA

AAKER, D. **Marcas: brand equity gerenciando o valor da marca.** São Paulo: Elsevier, 1998.

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade.** São Paulo: Paz e Terra, 2000.

- FONTENELLE, I. **O Nome da Marca**. São Paulo: Boitempo, 2002.
- GÜELL, J. **Planificación Estratégica de Ciudades**. Barcelona: Gustavo Gili, 1997.
- HAIDER, Donald; KOTLER, Philip; REIN, Irving. **Marketing de Lugares**. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006.
- KAPFERER, J. **As Marcas**. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- KOTLER, P. **Marketing para o Século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 2004.
- PICCINNO, G. (Org.). **Design e Território**. Milão: Abitare Segesta, 2004.
- REYES, P. **Quando a rua vira corpo: ou a dimensão pública na ordem digital**. São Leopoldo: Unisinos, 2005.
- SÁNCHEZ, F. **A Reinvenção das Cidades para um Mercado Mundial**. Chapecó: Universitária Argos, 2003.
- SENNETT, R. **O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- _____. **Carne e Pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- ZYGMUNT, B. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

AVALIAÇÃO

O processo de avaliação é composto por participação nas discussões a partir das leituras exigidas, apresentação dos seminários, e elaboração, coleta e interpretação de dados sobre um estudo de caso. Cada aluno deve sistematizar e interpretar os dados a partir das leituras feitas ao longo da disciplina. Recomenda-se que seja buscada a relação entre os temas da disciplina e o projeto de pesquisa que pretende desenvolver ao longo do mestrado.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Seminário VII - Processos midiáticos e culturas urbanas

Semestre: 2009/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 4790

Professor: Gustavo Fischer

EMENTA

Serão examinadas as articulações entre os processos midiáticos e os fenômenos urbanos (as tribos e as linguagens urbanas, as formas de sociabilidade, as alterações morfológicas e os modos de ocupação hoje vigentes no espaço da cidade). Trata-se, assim, de construir uma análise do contexto urbano avaliando seu impacto para a criação de uma identidade cultural que pode ser apropriada pelo design para a geração de novos bens de consumo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Mídia e Processos Midiáticos
- Cultura Midiática
- Mídia e Interfaces
- Remediação
- Mediação, recepção, culturas urbanas.
- Culturas Urbanas: cidades, fluxos midiáticos, objetos, mídias e "cidades digitais"

BIBLIOGRAFIA

GOMES, Pedro Gilberto. **Tópicos da teoria da comunicação**. S. Leopoldo: Unisinos, 2004.
LUNENFELD, Peter. Visual Intellectuals. In: _____. **Userinfotechnodemo**. Cambridge: Mit, 2006. Disponível em: <http://manovich.net/vis242_winter_2006/USERexcerpt.pdf>.
SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

- KELLNER, D. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. **Líbero**, v. 6, n. 11, 2007. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3901/3660>>
- KELLNER, Douglas. **Cultura da Mídia**. Bauru Edusc, 2001.
- FLUSSER. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- MANOVICH, Lev. The screen and the user. In: _____. **The Language of New Media**. Cambridge: MIT, 2001. p. 94-111.
- BOLTER, Jay; GRUSIN, David. **Remediation**. Understanding New Media. Cambridge: MIT, 1999.
- MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. p. 13-21 e 299-320.
- CANCLINI, Néstor García. Culturas híbridas, poderes oblíquos. In: _____. **Culturas Híbridas** - estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997. p. 283-350. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cdrom/Garcia/garcia.pdf>>.
- FURTADO, Beatriz. A cidade moderna como experiência espaço-temporal: a fotografia, o cinema, a imprensa, o romance e os artefatos ópticos. In: _____. **Imagens eletrônicas e paisagens urbanas**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002. p. 41-61.
- SILVEIRA, F. L. . O olhar etnográfico de Walter Benjamin. **Série Cadernos de Comunicação**, São Leopoldo - RS, v. 08, n. 01, p. 175-200, 2001. Disponível em: <<http://66.102.1.104/scholar?q=cache:k5SkDMGgyAJ:scholar.google.com/+Fabricio+Silveira+Benjamin+Flaneur&hl=pt-BR>>.
- SILVEIRA, F. L. O televisor na visualidade das vitrines. Comunicação, consumo e cultura material. **Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo)**, São Paulo - SP, v. 02, n. 02, p. 137-156, 2005. Disponível em: <<http://ojs.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/viewFile/5129/4750>>.
- FRAGOSO, Suely. Redes Urbanas e Redes Digitais: considerações sobre a governança eletrônica. In: CUNHA, Paulo; PRYSTHON, Ângela. **Ecos Urbanos**: a cidade e suas articulações midiáticas. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 153-176.
- LEMOS, André. **Mídias Locativas e Territórios Informacionais**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf>.

AVALIAÇÃO

A avaliação será realizada através de três itens:

- a) leitura dos textos e participação nas aulas
- b) desempenho como “provocador” na aula designada: capacidade de fazer articulações entre o tema da aula, autores e aspectos relativos ao Design e Design Estratégico através de exemplos e dinâmicas propostas para a turma, conduzindo o debate.
- c) entrega de artigo (individual) em data a ser estipulada pela coordenação do programa conforme as normas praticadas nas demais disciplinas do programa.