

## IDENTIFICAÇÃO

### Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Cultura de Projeto

Semestre: 2015/2

Carga horária: 30h      Carga horária teórica:      Carga Horária prática:

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108667

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr. Celso Carnos Scaletsky

## EMENTA

Conceitos de projeto, design, problema de design e os processos de tomada de decisão envolvidos neste processo a partir de uma maneira design de raciocinar. Pesquisa em design, suas fontes de conhecimento e especificidades.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Conhecimento em design;
- Atividade de design;
- Problema de design;
- A “virada semântica” no design.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CROSS, N. **Designerly Ways of Knowing**: Design Discipline Versus Design Science. In: Design Issues. 3. ed. Cambridge: MIT Press Journals, 2001. 17 v. p. 49-55.

DORST, K. 2003. **The problem of Design Problems**. In: Design Thinking Research Symposium. Sydney: Sydney University of Technology, 2003.

FLUSSER, V. **O mundo codificado**. Por uma Filosofia do design e da comunicação. 1. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRIEDMAN, K. **Theory construction in design research**: criteria: approaches, and methods. *Design Studies*, 2003. p. 507-522.

KRIPPENDORFF, K. **The semantic turn**. A new foundation for design. Boca-Raton: Taylor & Francis, 2006. p. 5-13. Seções 1.2

SCHÖN, D. A. **Educando o Profissional Reflexivo**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

SIMON, H. A. **As ciências do artificial**. Coimbra: Armênio Amado, 1981.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

CROSS, N. **Design Research**: A disciplined conversation. In: *Design Issues*. 2. ed. Cambridge: MIT Press Journals. 1999, 15. v. p. 5-10.

DORST, K. **Design Problems and Design Paradoxes**. In: *Design Issues*. 3. ed. Cambridge: MIT Press Journals. 2006, 22. v. p. 4-17.

FORTY, A. **Objetos de desejo** – Design e sociedade desde 1950. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

ICSID. **Definition of Design**. Disponível: <http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>, acessado em: 03/01/2011

LLOYD, P.; SNELDERS, D. **What was Philippe Starck thinking of?** In: *Design Studies*. 3. ed. Kidlington: Elsevier. 2003. 24. v. p. 237-253.

MALDONADO, T. **Design industrial**. Lisboa: Edições 70. 1999.

#### **AVALIAÇÃO**

- Participação nas reflexões feitas sobre os artigos ou capítulos de livro propostos pela disciplina. Proposição de questões chave para a discussão e demonstração de que procuraram compreender os textos da disciplina.
- 3 resenhas com 2500 caracteres com espaço ou 400 palavras cada uma. Usar o modelo entregue pelo professor. A resenha deverá ser entregue antes da aula em que o texto será discutido. Não serão aceitas resenhas após a discussão.
- Elaboração de um artigo escrito, individual, incluindo os principais conceitos trabalhados em aula, com a proposição de novos pontos de vista sobre o(s) tema(s) escolhido(s). Usar o modelo entregue pelo professor. O artigo deverá ter 15.000 caracteres com espaço ou 3000 palavras. Esta dimensão, no modelo proposto, corresponde a um artigo de 6 à 7 páginas. A entrega do artigo obedecerá a um cronograma de entregas parciais, combinado com o professor.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Design**

Disciplina: Design Estratégico

Semestre: 2015/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108668

Professor: Profa. Dra. Karine de Mello Freire

## **EMENTA**

Dimensões estratégicas do design e os fundamentos teóricos do design estratégico, explorando as dimensões do processo e dos resultados de projeto. Relação entre o design e formulação de estratégias organizacionais.

## **AVALIAÇÃO**

Resenhas de 2 textos da bibliografia proposta (50%)

Artigo sobre um tema trabalhado em aula desenvolvido entre 8 e 12 páginas (50%).

## **PLANEJAMENTO 2015/2**

### **Textos disponíveis no dropbox e na HSS**

<b>DATA</b>	<b>TEMA</b>	<b>TEXTOS</b>
07/08	<b>AULA 1:</b> Abordagens estratégicas do Design: <i>Design thinking, design management</i>	<i>Strategic Design</i>  <i>Strategic Design for Sustainability: instruments for radically oriented innovation</i>
14/08	<b>AULA 2:</b> Design Transitions	<i>Strategic Design &amp; The Helsinki Design Lab Studio Model</i>  <i>Developing relationships to move into Strategic Design</i>
21/08	<b>AULA 3:</b> Design Estratégico	<i>Progettare progettando strategia</i> (há versão traduzida não oficial)
28/08	<b>AULA 4:</b> Design Estratégico	Design Estratégico
04/09	<b>AULA 5:</b> Design Estratégico	<i>Design and the Cultures of Enterprises</i>
11/09	<b>AULA 6:</b> Design Estratégico	Design estratégico: origens e desdobramentos

DATA	TEMA	Textos
18/09	<b>AULA 7:</b> Design Estratégico e Organizações	<i>Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline</i>
25/09	<b>AULA 8:</b> Design Estratégico e Organizações	<i>Making Things Happen: Social Innovation and Design</i>
02/10	<b>AULA 9:</b> Design for services	<i>Introduction. In Design for Services A map of Design for Services What is design for Services</i>
09/10	<b>AULA 10:</b> Resultado de Projeto: Design e Inovação das Organizações	<i>Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda</i>

### **BIBLIOGRAFIA**

IKEDA, Manako. Strategic Design. In: ERLHOFF, Michael; MARSHALL, Tim (org.). **Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology.**Basel: Birkhäuser. 2007. p. 373-376.

YEE, Joyce; JEFFERIES, Emma; TAN, Lauren. **Design transitions: inspiring stories. Global viewpoints. How design is changing.** Amsterdam: BIS Publishers, 2013. p. 93-99.

MANZINI, Ezio. Strategic Design for Sustainability: instruments for radically oriented innovation. In: JÉGOU, F; MANZINI, E. **Sustainably everyday: scenarios of urban life.** Milano: Edizioni Ambiente, 2003.

BOYER, Brian; COOK, Justin; STEINBERG, Marco. **In studio: recipes for systemic change.** Helsinki: Sitra, 2011. p. 18-49.

MAURI, Francesco. **Progettare progettando strategia.** Milano: Masson S.p.A, 1996.

ZURLO, Francesco. Design Strategico. In: **XXI Secolo**, vol. IV, Gli spazi e le arti. Roma: Enciclopedia Treccani. 2010. Disponível em: Disponível em: [http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico\\_\(XXI- Secolo\)](http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_(XXI- Secolo)). Acesso em 30 de abril de 2014.

DESSERTI, Alessandro; RIZZO, Francesca. Design and the Cultures of Enterprises. **Design Issues:** v.30 n.1, 2014.

FREIRE, Karine. Design estratégico: origens e desdobramentos. In: 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2014, Gramado. **Anais...** São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2014, p. 1187-1196. Disponível em: <http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/design-estrategico-origens-e-desdobramentos-12868>

MERONI, Anna. Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline. **Strategic Design Research Journal**, v.1, n.1, Dec 1, p.31-38. 2008.

MANZINI, Ezio. Making Things Happen: Social Innovation and Design. **Design Issues**: v.30 n.1, 2014.

MERONI, Anna; SANGIORGI, Daniela. **Design for services**. Gower Publishing, 2011. p.1-6; 201-209.

VERGANTI, Roberto. Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda. **The journal of product Innovation Management**, v.25, p.436-456. 2008.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Design**

Disciplina: Estética e Cultura Contemporânea

Semestre: 2015/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108675

Professor: Prof. Dr. Fábio Pezzi Parode

Profa. Dra. Ione Maria Ghislene Bentz

## **EMENTA**

Análise da expressão da sociedade no contexto cultural contemporâneo, estudando os processos de construção estética e de manifestações culturais, nos paradigmas da arte e do design.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Teorias estéticas;
- Cultura contemporânea;
- História da arte e do design;
- Modernidade e pós-modernidade;
- Sociedade e crítica;

## **BIBLIOGRAFIA**

ADORNO, T; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

BAUDRILLARD, J. **A transparência do mal: ensaios sobre fenômenos extremos**. São Paulo: Papyrus, 1990.

BOURDIEU, P. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

GEERTZ, C. **O saber local**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

TOURAINÉ, A. **Após a crise**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

LYOTARD, J-J. **O inumano: considerações sobre o tempo**. Lisboa: Editorial Estampa, 1989.

UMBERTO ECO. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

### **AVALIAÇÃO**

1 – Seminários:

Apresentação de seminário em sala de aula com foco na crítica ou problematização de temas.

2 - Trabalho Final:

- Formato de Artigo;
- Foco nos temas da disciplina;
- Aproveitamento de bibliografia indicada;
- Tamanho: em torno de 12 laudas.

**IDENTIFICAÇÃO****Programa de Pós-Graduação em Design**

Disciplina: Experiência do Usuário

Semestre: 2015/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108681

Professor: Prof. Dr. Leandro Miletto Tonetto e Prof. Dr. Filipe Campelo Xavier da Costa

**EMENTA**

Discussão do processo de construção da experiência do usuário com os artefatos de Design. Elementos constituintes da experiência a partir da perspectiva da psicologia cognitiva e ergonomia, com intuito de gerar insumos para o processo de projeto. Fornecimento de subsídios teóricos e metodológicos para análise, design e avaliação de projetos experienciais.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Experiência de Consumo;
- Elementos da Experiência;
- Experiência com Produtos;
- Design e Emoção;
- Contribuições de Jordan, Norman e Desmet;
- *Positive Design*.

**CRONOGRAMA DA DISCIPLINA**

DATA	TEMA	REFERÊNCIAS
16/10	<b>AULA 1:</b> <i>Product Experience</i> : Tipos de Experiência e a Emoção como Experiência	Desmet & Hekkert (2007)
23/10	<b>AULA 2:</b> Conceitos de Experiência e <i>Flow</i>	Carú & Cova (2008) cap. 1 e 3; Csikszentmihaly (1997) Cap. 1 e 3
30/10	<b>AULA 3:</b> Perspectiva do Marketing	Arnould e Price (1993)
06/11	<b>AULA 4:</b> Orientações para início dos projetos	Tonetto e Costa (2011)

DATA	TEMA	REFERÊNCIAS
13/11	<b>AULA 5:</b> A perspectiva de Jordan sobre a experiência do Usuário Atividade 1	Jordan (2002) Cap. 2
20/11	<b>AULA 6:</b> Norman e os níveis de design Atividade 2	Norman (2012) Cap. 3
27/11	<b>AULA 7:</b> Teoria dos Appraisals (Desmet) Atividade 3	Demir, Desmet & Hekkert (2009)
04/12	<b>AULA 8:</b> Análise de Concerns (Desmet) Atividade 4	Oskaramanli & Desmet (2012)
11/12	<b>AULA 9:</b> <i>Positive Design</i> Atividade 5	Desmet, P. & Pohlmeier, A (2013).
18/12	<b>AULA 10:</b> Orientações para a conclusão dos projetos	Todas

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

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

CARÙ, Antonella & COVA, Bernard. **Consuming experience**. Routledge, 2007.

COSTA, F.C.X.; SCALETSKY, C.C.; TONETTO, L.M. 2012. Designing for experience and public transportation: an emotional-driven project. In: **Cumulus Conference 2012 Proceedings**, Santiago, 2012.

CSIKSZENTMIHALY, Mihaly. **Finding flow: the psychology of engagement with everyday life**. Basic Books – HarperCollins Publishing, 1997.

DAGSTUHL. **Demarcating User experience Seminar – White Paper**, 2011. Disponível em: <<http://www.allaboutux.org/uxwhitepaper>> Acesso em: 26 de novembro de 2011.

DEMIR, Erdem; DESMET, Pieter; HEKKERT, Paul. Appraisal patterns of emotions in human-product interaction. **International Journal of Design**, vol.3, n.2, 2009.

DESMET, P. & POHLMAYER, A (2013). Positive design: An introduction to design for subjective wellbeing. **International Journal of Design**, vol.7, n.3, 2013, 5-19.

DESMET, Pieter; SCHIFFERSTEIN, Rick. **From floating wheelchairs to mobile car parks: A collection of 35 experience-driven design projects.** Eleven International Publishing, 2011.

FORLIZZI, J. & BATTARBEE, K. Understanding experience in interactive systems. **In Proceedings of the 2004 conference on Designing interactive systems (DIS 04): processes, practices, methods, and techniques.** New York: ACM, 2005, pp. 261-268.

HASSENZAHN, M. & TRACTINSKY, N. User Experience – a research agenda [Editorial]. **Behavior & Information Technology**, 25, 2006, 91-97.

JORDAN, P. **Designing Pleasurable Products.** EUA: CRC Press, p. 224, 2002.

NORMAN, D. **Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things.** New York, Basic Books, 272 p.

OZKARAMANLI, D; DESMET, P. I Knew I Shouldn't, Yet I Did It Again! Emotion-driven Design as a Means to Motivate Subjective Well-being Interaction. **International Journal of Design**, 6 (1), 2012, 27-39.

PETERMANS, A., JANSSENS, W., & VAN CLEEMPOEL, K. A holistic framework for conceptualizing customer experiences in retail environments. **International Journal of Design**, 7(2), 2013, 1-18.

TONETTO, Leandro Miletto; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. **Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa.** Strategic Design Research Journal, 4 (3), 2011.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

TONETTO, Leandro Miletto. A perspectiva cognitiva no design para emoção: análise de concerns em projetos para a experiência. **Strategic Design Research Journal**, 5(3), 2012.

TONETTO, Leandro Miletto; RENCK, Priscila STEIN, Llian Milnitsky. Cognição, Design e Consumo: A Racionalidade Limitada na Tomada de Decisão. **Estudos em Design**. Rio de Janeiro: v. 20, nº. 2, p.1– 18, 2012.

VERHOEF, Peter C.; LEMON, Katherine N.; PARASURAMAN, A.; ROGGEVEEN, Anne; TSIROS, Michael; SCHLESINGER, Leonard A. **Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies**. Journal of Retailing, Volume 85, Issue 1, March 2009, p. 31-41.

### **AVALIAÇÃO**

Das cinco atividades propostas, o aluno deverá entregar, no mínimo, quatro. Cada uma vale 20% da nota final.

O processo de orientação (6/11 e 18/12) vale os 20% restantes da nota.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Design**

Disciplina: Instrumentos de Design Estratégico

Semestre: 2015/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática:

Código da disciplina: 108680

Professor: Rui Miguel Ferreira Roda, *Ph.D.*

## **EMENTA**

Discussão do processo de projeto a partir dos modelos e instrumentos de design. Processos cognitivos envolvidos no uso de instrumentos projetuais e sua relação com métodos de Design Estratégico. Método e intuição no processo criativo.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

1. Discussão sobre a natureza do método.  
Limites ao seu significado quando relacionado com o projeto. Noção de modelo.
2. Realização de uma abordagem aos instrumentos e técnicas de pesquisa em estreito diálogo com o Design Estratégico. Ambiciona-se alcançar uma argumentação teórica de contextos e enquadramentos tangíveis, de referência, visando uma análise reflexiva sobre os instrumentos e técnicas de pesquisa orientados ao contexto do projeto.
3. Abordagem evolutiva, dedicada ao posicionamento do utente ao longo das diferentes gerações do projeto, com especial relevo na geração denominada *soft (SSM)*.
4. Esclarecimentos terminológicos, acompanhados de definições de trabalho e de notas integrativas, evidenciando possíveis percursos indicativos, assim como exemplos tangíveis, aplicados à dimensão do uso do território, da ‘metrópole’ do século XXI.

**1# (08/10)**

Apresentação do programa. Considerações gerais à bibliografia de suporte. Avaliação.

Pesquisa em Design, sua origem e raízes históricas. Momentos do seu percurso.

**2# (29/10)**

Considerações à noção de ‘método’, modelo e de instrumentos.

**3# (5/11)**

Pesquisa Contextual e Não Contextual

**4# (12/11)**

*User-centred design, empathic design, co-design, co-creation, prosumer*: problematização dos conceitos.

A metamorfose dos consumidores, para além de um ‘utente’ genérico. O participante e o projeto participado.

**5# (19/11)**

A centralidade no ‘utente’ para além do projeto.

Instrumentos de estudos sobre os utentes. Conceitos de técnicas exploratórias.

Suporte ao desenvolvimento dos grupos de trabalho.

**6# (26/11)**

Instrumentos e métodos da pesquisa etnográfica.

Suporte ao desenvolvimento da pesquisa em grupo.

**7# (3/12)**

A construção de cenários.

Suporte ao desenvolvimento da pesquisa em grupo.

**8# (10/12)**

Suporte ao desenvolvimento da pesquisa em grupo.

**9# (17/12)**

Suporte ao desenvolvimento das propostas do artigo

**10# (19/12) das 9h às 12 horas**

Apresentação dos *posters* e respectiva crítica reflexiva.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ALMQUIST, J., LUPTON, J. **Affording Meaning**: Design-Oriented Research from the Humanities and Social Sciences, *Design Issues*. v.23, n.1, Winter, 2010. pp.3-14.

ARCHER, B. **The Nature of Research**, *co-design*. Disponível em:

<<http://www.chrusrust.pwp.blueyonder.co.uk/academic/resources/Archer%201995%20Codesign.pdf>  
> January 1995, pp.6-13.

BUCHANAN, R. **Wicked Problems in Design Thinking**, *Design issues*. v. 8, n. 2, Spring, 1992. pp.5-21.

BURNS, C., COTTAM, H., VANSTONE, C., J. WINHALL. **Transformation Design**, RED Paper 02, UK Design Council, 2006.

CAUTELA, C. **Strumenti di design management**. Milano, FrancoAngeli, 2007.

CELASCHI, F., DESERTI, A. **Design e Innovazione Strumenti e pratiche per la ricerca applicata**. Roma, Carocci, 2007.

CROSS, N. **Forty years of design research**. *Design Studies*. v. 28, n. 1, January, 2007.

DUBBERLY, H. **Models of Models**. In: *interactions – Design Fiction*, v. 16, n. 3, May, 2009. p. 54-60.

HERBERT A. Simon. **The Science of Design**, in Herbert A. Simon, *The Sciences of the Artificial*. The MIT Press, Cambridge Mass, 1981, ed. 2. p. 129-133.

RITTEL, H., WEBBER, M. **Dilemmas in a General Theory of Planning**. *Policy Sciences*, 1973. v.4, p. 155-169.

BUUR, Jacob; BODKER, Susanne. **From usability lab to “design collaboratium”**: reframing usability practice. Manuscrito.

BROADBENT, John. **Generations in design methodology**, in *Common Ground: Design Research Society International Conference*, eds. D. Durling and J. Shackleton, Staffordshire University Press, Stoke-on-Trent, 2002.

MARGOLIN, V. Getting to know the user, *Design Studies*. v. 18, 1997. p. 227-236.

MELICAN, J. **User studies: Finding a Place in Design Practice**, *Visible Language*. Special Issue, 2004, pp. 168-193.

SCALETSKY, C.; PARODE, F., 2008. **Imagem e pesquisa Blue sky no design**, in *WIV Convención Científica de Ingeniería y Arquitectura*, La Habana, 2008.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BEZZI, C., BALDINI, I., 2006. **Il Brainstorming. Pratica e teoria**. Milano, FrancoAngeli, 2006.

GREGORY, J. **Scandinavian Approaches to Participatory Design**, *International Journal of Engineering Education*. v. 19, n.1, 2003. p. 62-74.

NORMAN, D. A. **Words Matter. Talk About People-Not Customers, Not Consumers, Not Users**,

Interactions, 2006. p. 49 e 63

KNIEMEYER, D. **Returning to a human paradigm, Lkd.** Thread-Intelligence-Articles Archives, March 25, 2003. Disponível em: <<http://www.experiencethread.com/articles/archivi/cfm>>

KUMAR, V. **101 Design Methods. A structured approach for Driving Innovation in your Organization.** New Jersey, John Wiley & Sons, 2013.

LUCK, R. **Dialogue in participatory design**, Design Studies. v. 24, 2003. p. 523-535.

MARGOLIN, V. **Expanding the Boundaries of Design: The Product Environment and the New User**, Design Issues. v. IV, n. 1 & 2, Special Issue, 1988. p. 59-64.

MANZINI, E.; JÉGOU, F. DESIGN DEGLI SCENÁRI, in Paola Bertola (org.) et al., Design Multiverso, Appunti di fenomenologia del design. Milano, Poli.Design, 2004.

MARCUS, A. (2003). **When is a user not a user? Who are we? What do we do?**  
Interaction, 2003. p. 28-34.

NARDI, A. **The use of scenarios in Design**, SIGCHI Bulletin. October. v. 24, n. 4. 1992. p.13-14

RIZZO, F. **Strategie di co-design.** Teorie, metodi e strumenti per progettare con gli utenti. Milano, FrancoAngeli, 2009.

SANDERS, E. 2002. **From User-centered to Participatory Approaches.** In Frascara, J., Ed., Design and the Social Sciences, Taylor & Francis, London, 2002.

SANDERS, E. **Design research in 2006**, Design Research Quarterly, September, 2006. p. 3-8.

SANDERS, E. B.-N. **Design Serving People**, Cumulus Working papers, Copenhagen, 15-05, Publication Series G, University of Art and Design Helsinki, 2006.

WADE, W. **Scenario Planning**. A field guide to the future. New Jersey, Wiley, 2012.

### **AVALIAÇÃO**

Para além da expressão crítica individual expressada por cada estudante, a avaliação resultará em dois momentos:

- a) Estudo reflexivo de um ou mais instrumentos relacionáveis entre si, resultando na apresentação de um pôster síntese para originar o espaço de crítica reflexiva com os restantes colegas (*peso da avaliação 30%*)

*Data da apresentação: dia 19/12*

- b) Elaboração de uma recensão crítica, tendo como ponto de partida a informação refletida em sala de aula, sempre que possível articulada com a área de interesse de pesquisa do discente. (*peso da avaliação 70%*)

*Data da apresentação:*

*Fase 1: entrega da proposta de artigo (resumo e introdução) em 10 de Dezembro*

*Fase 2: entrega do artigo completo 10 de Janeiro, 2016 (via email para [rui.roda@me.com](mailto:rui.roda@me.com))*

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Design**

Disciplina: Metodologia de Pesquisa em Design Estratégico I

Semestre: 2015/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108669

Professor: Profa. Dra. Ione Bentz

## **EMENTA**

Pesquisa estrito senso e produção científica.  
Compreensão dos métodos de pesquisa com base em diferentes correntes epistemológicas para o Design e dos procedimentos metodológicos aplicados à pesquisa em design estratégico. Elaboração de problemas de pesquisa e objetivos para pesquisa em design.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Pesquisa e produção científica;
- Inserção do design nas ciências sociais aplicadas;
- Epistemologia e teoria: as bases do design e do design estratégico;
- Informação, Linguagem e Conhecimento;
- Métodos de pesquisa;
- Problemas de pesquisa e processos investigativos;
- Organização e gestão da pesquisa;

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BUNGE, M. **La ciencia, su método y su filosofía**. Buenos Aires: Siglo Veinte, 1974.

COMTE, A. (Sel. GIANOTTI, J.A.) **O positivismo**. São Paulo: Abril, 1978.

DELEUZE, G. **A ilha deserta**. São Paulo: Ilumiinas, 2006.

DE VRIES, M.J.; CROSS, N.; GRANT, D.P. (Edts.). **Design Methodology and Relationships with Science**. Dordrecht/Boston/Londres: Kluwer.A.P., 1993.

GAETA, R.; GENTILE, N.; LUCERO, S. **Aspectos críticos das ciências sociais: entre a realidade e a metafísica**. São Leopoldo: Unisinos, 2008.

HUSSERL, E. **La idea de La fenomenologia**. Madrid: Fundo de Cultura Económica, 1982.

KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1995.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2005.

POPPER, K. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo: Cultrix, 1972.

SINGLETON, R. A.; STRAITS, B. C. **Approaches to Social Research**. New York: Oxford University Press, 1999.

WILLIAM, J. **Pragmatismo**. Buenos Aires: Aguilar, 1961.

PEIRCE, C.S. **Com tornar nossas ideias claras**. (Disponível on-line)

POPPER, K. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo: Editora Cultrix, 1972.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BACHA, M. Disponível em:

<[http://www.academia.edu/7227564/A\\_Teoria\\_da\\_Investigação\\_de\\_C,S,Peirce](http://www.academia.edu/7227564/A_Teoria_da_Investigação_de_C,S,Peirce)>

DESHAIES, B. **Metodologia da investigação em ciências humanas**. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, G.; THEÓPHILO, C. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

PROENÇA, A. et alii. **Gestão da inovação e competitividade no Brasil: da teoria à prática**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

### **METODOLÓGIA**

- Aulas expositivo-dialogadas
- Seminários

### **AVALIAÇÃO**

A avaliação será composta pelos graus obtidos na: constará de:

- Prova de conhecimento (75% da nota);
- Seminários (25% da nota).

### **CRONOGRAMA DA DISCIPLINA**

<b>DATA</b>	<b>TEMÁTICAS</b>	<b>TEXTO-BASE</b>
<b>07/08</b>	<b>AULA 1:</b> Apresentação e discussão do plano de trabalho; conteúdos, práticas pedagógicas, avaliação e referências bibliográficas.  Estatuto tecno-científico e tecno-cultural do Mestrado	
<b>14/08</b>	<b>AULA 2:</b> Apresentação: metodologia do design estratégico  Teoria da investigação	ZURLO, Francesco. <i>Design Strategico</i> . In: <b>XXI Secolo</b> , vol. IV, Gli spazi e le arti. Roma: Enciclopedia Treccani. 2010. (Texto traduzido) PEIRCE, C.S. <i>Como tornar nossas ideias claras</i>
<b>21/08</b>	<b>AULA 3:</b> Seminário 1: Pesquisa e produção científica nas Ciências Sociais Aplicadas	DESHAIES, B. <i>Um sujeito interroga-se</i> . P. 24-58. Doc. BETA

<b>DATA</b>	<b>TEMÁTICAS</b>	<b>TEXTO-BASE</b>
-------------	------------------	-------------------

<b>28/08</b>	<b>AULA 4:</b> Seminário 2: Pesquisa social: natureza e implicações	GAETA e outros. <i>Os problemas das ciências sociais</i> . P.31-46 GIL, A.C. <i>Pesquisa social</i> . P. 42-48.
<b>04/09</b>	<b>AULA 5:</b> Seminário 3: Epistemologias: o desafio das mudanças de paradigmas	KUHN, T.S. <i>As revoluções como mudanças de concepção do mundo</i> . P. 147-174. <i>Conhecimento tácito e intuição</i> . P. 239-246. <i>A natureza da ciência</i> . P. 256-260. MARTINS&THEÓPHILO. <i>Polo epistemológico</i> . P. 09-26.
<b>11/09</b>	<b>AULA 6:</b> Seminário 4: Linguagem do conhecimento: níveis e metalinguagens	FRANZATO, C.; BENTZ, I. <i>Metadesign: deslocamento em níveis e processos</i> . <i>Tít. provisório ( No prelo)</i> MARTINS&THEÓPHILO. <i>Polo teórico</i> . P. 27-36. P. 70 -161.
<b>18/09</b>	<b>AULA 7:</b> Seminário 5: Métodos de investigação  Dedução, Indução, Abdução	BACHA,M. <i>Teoria da investigação de C.S. Peirce</i> <a href="http://www.academia.edu/7227564/A_Teoria_da_Investigacao_de_C.S.Peirce">www.academia.edu/7227564/A Teoria da Investigação de C.S.Peirce</a> . GIL. A.C. <i>Método das ciências sociais</i> . P. 26-41.
<b>25/09</b>	<b>AULA 8:</b> Seminário 6: <i>Design Research e Design Social Research</i>	DRESCH, A; LACERDA, D.P; BENTZ, I. <i>Design Science e Design Science Research: um passo adiante no sentido da pesquisa científica voltada à inovação</i> . (Cap. 11. P.119-238)
<b>02/10</b>	<b>AULA 9:</b> Seminário 7: Formulação de problema de pesquisa  Acompanhamento e avaliação da pesquisa	GIL, A.C. <i>Formulação do problema</i> . P. 49-55. DESHAIES, B. <i>A formulação do problema</i> . P.176-187.
<b>09/10</b>	<b>AULA 10:</b> Prova escrita	

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Design**

Disciplina: Metodologia de Pesquisa em Design Estratégico II

Semestre: 2015/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108678

Professor: Prof. Dr. Guilherme Corrêa Meyer e Prof. Dr. Leandro Miletto Tonetto

## **EMENTA**

Técnicas de coleta de informações qualitativas e de dados quantitativos e suas aplicações à pesquisa em design estratégico. Fundamentos de mensuração, estatística descritiva e inferencial, bem como a Análise de Conteúdo.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Entrevistas em profundidade;
- Grupos focais;
- Observação Participante;
- Análise de Conteúdo;
- Fundamentos e Conceitos: Amostra e Amostragem;
- Escalas de Mensuração;
- Construção de questionários;
- Estatística Descritiva;
- Fundamentos de Estatística inferencial.

**CRONOGRAMA DA DISCIPLINA**

DATA	TEMA	TEXTOS
16/10	<b>AULA 1 e 2:</b> Seminário sobre técnicas de coleta de informações qualitativas: entrevistas em profundidade, grupos focais e observação participante.	Whyte (2005, p.283-308; 318-321) Duarte (2004)
23/10		
30/10	<b>AULA 3:</b> Prática de grupos focais (preparação, aplicação e discussão do resultado)	Bauer E Gaskell(2002) (p.73-84)
6/11	<b>AULA 4:</b> Amostra e Amostragem + Elaboração de Questionário - Apresentação da Tarefa de Coleta de Dados	Aaker, Kumar e Day (2004, Cap.12 e 14)
13/11	<b>AULA 5:</b> Seminário sobre Análise de Conteúdo - Explicação da Tarefa de Entrevista	
20/11	<b>AULA 6:</b> <i>Grounded Theory</i>	GLASER, B., & STRAUSS (1967) Moraes (1999) Fontanella, Ricas e Turato (2008)
27/11	<b>AULA 7:</b> Prática de Análise de Conteúdo	
4/12	<b>AULA 8:</b> Apresentação e Discussão da prática de Análise de Conteúdo	Malhotra (2006, Cap.15 e 16). Material Complementar: Bisquerra, Sarriera e Martínez (2004, Cap. 3, 6, 7, 8 e 9).
11/12	<b>AULA 9:</b> Estatística Descritiva e Inferencial	
18/12	<b>AULA 10:</b> Prova	Todos

**BIBLIOGRAFIA**

AAKER, D.; KUMAR, V.; DAY, G. **Pesquisa de Marketing**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BAUER, M.W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002.

BISQUERRA, R.; SARRIERA, J.; MARTÍNEZ, F. **Introdução à estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS**. Porto Alegre: ArtMed, 2004.

CHO, J. Y., & LEE, E. Reducing Confusion about Grounded Theory and Qualitative Content Analysis : Similarities and Differences. **The Qualitative Report**, 19, 1–20, 2014.

DUARTE, R. **Entrevistas em pesquisa qualitativas**. Educar, Curitiba, n. 24, p. 213–225, Editora UFPR, 2004.

FONTANELLA, B.; RICAS, J.; TURATO, E. **Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas**. Cad. Saúde Pública, 24(1), p.17-27, 2008.

GAVER, B., DUNNE, A., & PACENTI, E.. Design: Cultural probes. **Interactions**, 6(1), 21-29, 1999.

GLASER, B., & STRAUSS, A. The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. London, UK: Weidenfeld & Nicholson, 1967.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MORAES, R. **Análise de Conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, 22(37), p. 7-32, 1999.

WHYTE, W.F. **Sociedade de esquina: a estrutura social de uma área urbana pobre e degradada**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

## **AVALIAÇÃO**

- Prova;
- Exercícios realizados em sala de aula.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Design**

Disciplina: Processos de Inovação e Design

Semestre: 2014/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108677

Professor: Prof. Dr. Gustavo Borba

## **EMENTA**

Compreensão dos sistemas de inovação e seu impacto nas organizações, avaliando as características de uma organização inovadora e as diferentes metodologias de inovação orientadas pelo design.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

A atividade visa à compreensão dos processos de inovação nas organizações. Analisa os processos de inovação nas organizações e seu impacto na cultura das empresas. Descreve conceitos e tipologias de inovação; apresenta estudos de caso sobre inovação.

- Conceitos de inovação;
- Processos de inovação – modelos de economias industrializadas;
- Gestão da inovação;
- Sistemas nacionais de inovação e referenciais;
- Organizações inovadoras: Casos nacionais;
- Organizações inovadoras: Casos internacionais;
- *Design Thinking*;
- Inovação Social.

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BROWN, Tim. **Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation**. HarperBusiness; First Edition edition. 2009.

KIM, L. **Da imitação à inovação**. A dinâmica do aprendizado tecnológico da Coreia. Unicamp, 2005.

NELSON, R. **National Innovation Systems: a comparative study**. Nova York: Oxford University Press, 1993.

THE OXFORD handbook of innovation. New York: Oxford, 2007. 656 p. ISBN 978-0-19-928680-5

TIDD, J.; PAVITT, K., BESSANT, J. **Gestão da Inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VERGANTI, Roberto. **Design Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean**. Harvard Business Press, 2009.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ESSLINGER, H. **A Fine Line: How Design Strategies Are Shaping the Future of Business**. Jossey-Bass, 2010.

KELLEY, Tom; LITTMAN, Jonathan. **As 10 faces da inovação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 263 p. ISBN 978-85-352-2450-4. ORGANIZAÇÕES inovadoras: estudos e casos brasileiros. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

TECNOLOGIA, aprendizado e inovação: as experiências das economias de industrialização recente. Campinas UNICAMP, 2005. 503 p. ISBN 85-268-0701-3

CHRISTENSEN, C. **O Dilema da Inovação**. São Paulo: Makron, 2001.

CONDE, M.; CREMONINI, T. **Modelos e Concepções de Inovação**: a transição de paradigmas, a reforma da C&T brasileira e as concepções de gestores de uma instituição pública de pesquisa em saúde. In: *Ciência & Saúde Coletiva*, 8(3):727-741, 2003.

FAGERBERG, J.; MOWERY, D.; NELSON, R. **The Oxford Handbook of Innovation**. Estados Unidos: Oxford University Press, 2006.

FREEMAN C. **The National System of Innovation in historical perspective**. In: *Cambridge Journal of Economics*, 1995.

FREEMAN, C. **The Economics of Industrial Innovation**. Harmondsworth: Penguin, 1982.

NELSON, R. **Tecnologia, Aprendizado e Inovação**: as experiências das economias de industrialização. São Paulo: Ed. Unicamp, 2005.

ZURLO, F.; CAGLIANO, R.; SIMONELLI, G.; VERGANTI, R. **Innovare con il design**. Il caso del settore dell'illuminazione in Italia. Milano: Il Sole24 Ore, 2002.

ZURLO, F. **Un modello di lettura per il Design Strategico. La relazione tra design e strategia nell'impresa contemporanea**. Tese de Doutorado. Politecnico di Milano, 1999.

## **AVALIAÇÃO**

O processo de avaliação é composto por quatro elementos: participação nas discussões a partir das leituras exigidas, apresentação dos seminários, construção de resenhas (3) e o desenvolvimento de artigo individual.

**IDENTIFICAÇÃO****Programa de Pós-Graduação em Design**

Disciplina: Processos de significação e comunicação

Semestre: 2015/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina:

Requisitos de matrícula: 108683

Professor: Dra. Ione M. G. Bentz

Dr. Fábio Pezzi Parode

**EMENTA**

Articulações entre os processos de significação e de comunicação, expressos nas linguagens verbais e visuais, e as metodologias de análise da dimensão simbólica dos significados, na produção em design em contextos de cultura da sociedade.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E CRONOGRAMA**

DATA	CONTEÚDOS	REFERENCIAS
10/10	<b>AULA 1:</b> Planejamento: visão geral, objetivos, tópicos, metodologia e avaliação.  Contextos, Culturas e Comunicação: Ecosistemas, processos criativos e práticas projetuais	Apresentação dos autores e temas FREIRE, K. (Org.) <i>Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos</i> p.157-182
17/10	<b>AULA 2:</b> Matrizes interpretativas	ECO, U. 2. <i>O trabalho da interpretação</i> p. 77-179
24/10	<b>AULA 3:</b> Condições de produção interpretativa	ECO, U. (2) <i>As condições da interpretação</i> p. 181-291
31/10	<b>AULA 4:</b> Significação como processo	DELEUZE, G. <i>Em que se pode reconhecer o estruturalismo?</i> p. 221-247

DATA	CONTEÚDOS	REFERENCIAS
07/11	<b>AULA 5:</b> Fundamentos Deleuze & Guattari	DELEUZE & GUATTARI. A linguagem seria informativa e comunicativa p.11-26 GUATTARI, F. Da produção de subjetividade p.11-44 Oralidade maquínica e ecologia do virtual p. 113-122 Restauração da cidade subjetiva p. 167-178
14/11	<b>AULA 6:</b> <i>Poised and Complex: The Becoming Each Other of Philosophy, Design and Innovation</i>  <i>Design in Guattari's Ecosophy</i>	BRASSET & MARENKO: p. 31-57.  BRASSET & MARENKO: p. 58-64
21/11	<b>AULA 7:</b> Pragmatismo e abdução	PEIRCE, C.S. Questões referentes a certas faculdades reivindicadas pelo homem p. 241-257
28/11	<b>AULA 8:</b> Significação dos artefatos.	KRIPPENDORFF, K. Meaning of artifacts in language p. 147-175
05/12	<b>AULA 9:</b> <i>The Dialogical Reality of Meaning</i>	Krippendorff, K. (2003) The Dialogical Reality of Meaning. The American Journal of Semiotics, 19 (1/4), 17-34. <a href="http://dx.doi.org/">http://dx.doi.org/</a>
12/12	<b>AULA 10:</b> <i>Discourse and the Materiality of Its Artifacts</i>	Krippendorff, K (2011). Discours and the materiality of irs artifacts. In T.R.Khun (Ed.), Matters of communication: Policitical, cultural and technological challenges to communication theorizing (pp. 23-46). New York, NY: hampton Press. Retrieved from <a href="http://repository.upenn.eduasc_papers/259">http://repository.upenn.eduasc_papers/259</a>

### **BILIBOGRAFIA BÁSICA**

BRASSET, J.& MARENKO, B. **Delleuze and Design**. Edinburgh: Edinburgh Univ. Press, 2015.

DELEUZE, G. **A ilha deserta**. São Paulo: Iluminuras, 2010.

DELEUZE, G. & GUATTARI, F. **Mil platôs**. v. 2. Rio de Janeiro: Edições 34, 1995.

ECO, U. **Os limites da interpretação**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

FREIRE, K. (Org.) **Inovação cultural e social**: design estratégico e ecossistemas criativos.  
In: Design estratégico para a inovação cultural e social. São Paulo: Kazuá, 2015.

GUATTARI, F. **Caosmose**: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro, Edições 34, 2006.

KRIPPENDORFF, K. **The Semantic Turn**: a New Foundation for Design. London:  
Taylor&Francis/CRC Press, 2006

KRIPPENDORFF, K (2011). **Discours and the materiality of irs artifacts**. In T.R.Khun  
(Ed.), Matters of communication: Policitical, cultural and technological challenges to  
communication theorizing (pp. 23-46). New York, NY: Hampton Press. Disponível em:  
<[http:// repository.upenn.edu/asc\\_papers/259](http://repository.upenn.edu/asc_papers/259)>

KRIPPENDORFF, K. (2003) **Te Dialogical Reality of Meaning**. The American Journal of  
Semiotics, 19 (1/4), 17-34. <http://dx.doi.org/>

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

#### **AVALIAÇÃO:**

- Formato de Artigo

- Tamanho: 10/ 12 laudas

Tema: “Interpretando artefatos: entre o design e a inovação”

**Entrega:** Até 18 de dezembro, sexta-feira, na Secretaria do Curso, em cópia-papel (2).

## IDENTIFICAÇÃO

### Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Redes de Projeto

Semestre: 2015/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108679

Professor: Prof. Dr. Carlo Franzato

## EMENTA

Criação de redes de projeto e o desenvolvimento de projetos colaborativos que envolvam presencial ou remotamente uma pluralidade de atores diversificados, focando nas contribuições da abertura do processo de design para a aprendizagem nas comunidades de prática, a elaboração estratégica nas organizações e a inovação na cadeia de valor.

## CRONOGRAMA DA DISCIPLINA

DATA	TEMA	TEXTOS
06/08	<b>AULA 1:</b> A abertura do processo de projeto para novas colaborações projetuais	SANDERS, E. B.; STAPPERS, P. J. Co-creation and the new landscapes of design. <b>CoDesign</b>
13/08	<b>AULA 2:</b> A inteligência coletiva	LÉVY, P. <b>A inteligência coletiva:</b> para uma antropologia do ciberespaço.  CASTELLS, M. <b>A sociedade em rede.</b>
20/08	<b>AULA 3:</b> Novas tecnologias	LÉVY, P. <b>As tecnologias da inteligência:</b> O futuro do pensamento na era da informática. (A leitura das páginas 31-34, 57-61, 68-69 auxilia a leitura das demais páginas)
27/08	<b>AULA 4:</b> A sociedade em rede	CASTELLS, M. <b>A sociedade em rede.</b> (Páginas: p. 39-45; 57-62; 67-71; 107-113)

DATA	TEMA	TEXTOS
03/09	<b>AULA 5:</b> Contraponto I –	NORMANN, R.; RAMÍREZ, R. From Value

	Redes de organizações	Chain to Value Constellation: Designing Interactive Strategy. (Ler até o começo de p. 74. Não é necessário aprofundar o caso “French Concessions”)  CASTELLS, M. <b>A sociedade em rede.</b> (Páginas: p. 119-120; 209-211; 229-233.)
10/09	<b>AULA 6:</b> Contraponto II – Colaboração com os usuários	VON HIPPEL, E. 2. Development of products by lead users. VON HIPPEL, E. <b>Democratizing Innovation.</b> (Não é necessário aprofundar “Innovation in Industrial Product User Firms”, “Innovation in Libraries” e “Innovation among Hospital Surgeons”).  LÉVY, P. Do uso. In: LÉVY, P. <b>As tecnologias da inteligência:</b> O futuro do pensamento na era da informática.
17/09	<b>AULA 7:</b> Contraponto III – Participação das comunidades	MANZINI, E. <b>Design para a inovação social e sustentabilidade</b>   Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. (Páginas: 61-81; 83-98)
24/09	<b>AULA 8:</b> Estruturando o social	HILLGREN, P.-A.; SERAVALLI, A.; EMILSON, A. Prototyping and infrastructuring in design for social innovation. <b>CoDesign,</b>
01/10	<b>AULA 9:</b> <i>Open Design</i>	DE MUL, J. Redesigning design. In: VAN ABEL, B. <i>et al.</i> (org.). <b>Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive.</b> (Usar arquivo PDF fornecido)  AVITAL, M. The generative bedrock of open design. In: VAN ABEL, B. <i>et al.</i> (org.). <b>Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive.</b> (Aprofundar só a seção “Designing Generative Infrastructure”).  LÉVY, P. Os equipamentos coletivos da inteligência. In: LÉVY, P. <b>As tecnologias da inteligência:</b> O futuro do pensamento na era da informática.
08/10	<b>AULA 10:</b> Redes de projeto complexas	MORIN, E. O Desenho e a intenção complexos. O esboço e o projeto complexos. In: MORIN, E. <b>Introdução ao pensamento complexo.</b>

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SANDERS, E. B.; STAPPERS, P. J. Co-creation and the new landscapes of design.

**CoDesign**, v. 4, n. 1, p. 5-18, 2008. Disponível em:

<<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15710880701875068#.UhEZ3NJWySo>>

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: para uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Edições Loyola, 2011, p. 19-33.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009, p. 499-507, 553-560.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informática**.

Lisboa: Instituto Piaget, 1992, p. 73-74; 173-190; 219-221; 235-248.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009, p. 39-45; 57-62; 67-71; 107-113.

NORMANN, R.; RAMÍREZ, R. From Value Chain to Value Constellation: Designing Interactive Strategy. **Harvard Business Review**, n. 71, 1993, p. 65-77.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009, p. 119-120; 209-211; 229-233.

VON HIPPEL, E. 2. Development of products by lead users. VON HIPPEL, E.

**Democratizing Innovation**. Cambridge: The MIT Press, 2005. p. 19-31. Disponível em:

<<http://web.mit.edu/evhippel/www/books.htm>>

LÉVY, P. Do uso. In: LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informática**. Lisboa: Instituto Piaget, 1992, p. 73-74.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade** | Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, p. 61-81; 83-98.

HILLGREN, P.-A.; SERAVALLI, A.; EMILSON, A. Prototyping and infrastructuring in design for social innovation. **CoDesign**, v. 7, n. 3-4, 2011, p. 169-183.

DE MUL, J. Redesigning design. In: VAN ABEL, B. *et al.* (org.). **Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive**. Amsterdam: BIS publishers, 2011. Disponível em: <http://opendesignnow.org/index.php/article/redesigning-design-jos-de-mul/>

AVITAL, M. The generative bedrock of open design. In: VAN ABEL, B. *et al.* (org.). **Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive**. Amsterdam: BIS publishers, 2011. Disponível em: <http://opendesignnow.org/index.php/article/the-generative-bedrock-of-opendesign-michel-avital/>

LÉVY, P. Os equipamentos coletivos da inteligência. In: LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informática**. Lisboa: Instituto Piaget, 1992, p. 68-69.

MORIN, E. O Desenho e a intenção complexos. O esboço e o projeto complexos. In: MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 17-56.

### **AVALIAÇÃO**

- Participação proativa nas discussões propostas;
- Desenvolvimento de exercícios projetuais apresentados em sala de aula;
- Elaboração de artigo com proposição de reflexões originais sobre as redes de projeto, com base nos conteúdos e nos textos discutidos em aula. O artigo deverá seguir este modelo: <http://goo.gl/91ab4O>. Deverá ser entregue por e-mail até o dia 22/10/2015.

## **IDENTIFICAÇÃO**

### **Programa de Pós-Graduação em Design**

Disciplina: Sociedade de Consumo

Ano/Semestre: 2015/2

Carga horária total: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108676

Professor: Prof. Dr. Filipe Campelo Xavier da Costa

## **EMENTA**

A sociedade de consumo e seus efeitos sobre a formação do consumidor. Análise dos estudos referentes à cultura do consumo, bem como suas relações com a construção de estratégias de design.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Pós-Modernidade e Sociedade de Consumo;
- Cultura de Consumo;
- Papel dos bens;
- Teoria da Cultura do Consumidor;
- Subculturas e tribos de consumo.

<b>DATA</b>	<b>TEMA</b>	<b>LEITURAS</b>	<b>SEMINÁRIOS</b>
07/08	<b>AULA 1:</b> Apresentação da disciplina Sociedade de Consumo	Barbosa - Sociedade de Consumo (Livro inteiro)	
14/08	<b>AULA 2:</b> Pós-modernidade e Sociedade de Consumo	Lipotvetsky (p.49-103) Bauman, 2008 (p.70-106)	
21/08	<b>AULA 3:</b> Teoria da Classe Ociosa e Distinção	Holt (1998)	Castilhos e Rossi (p.49-74) Barcelos (2014)
28/08	<b>AULA 4:</b> O papel dos bens	Douglas e Isherwood (p.7-18, 51-62,101-118) Miller (2007)	Fournier (1998)
04/09	<b>AULA 5:</b> Consumo e Cultura	McCracken (p.21-52, p.99-120)	Almeida e Rocha (2008) Cupolillo et al (2013)

DATA	TEMA	LEITURAS	SEMINÁRIOS
04/09	<b>AULA 5:</b> Consumo e Cultura	McCracken (p.21-52, p.99-120)	Almeida e Rocha (2008) Cupolillo et al (2013)
11/09	<b>AULA 6:</b> Teoria da Cultura do Consumidor (CCT)	Arnould & Thopmson (2005)	Zanette et al. (2013) Fonseca (2011)
18/09	<b>AULA 7:</b> Projetos de identidade do consumidor	Castilhos (2015)	Arsel & Thompson (2011)
25/09	<b>AULA 8:</b> Comunidades e Tribos de consumo	Schouten & McAlexander (1995)	Cova & Cova (2001) Silveira (2011)
02/10	<b>AULA 9:</b> Consumo e colaboração	Belk (2010)	Bardhi & Eckhardt (2012)
09/10	<b>AULA 10:</b> Seminário Final de Avaliação	Construção de quadro conceitual colaborativo (em grupos)	

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ALMEIDA, Victor; ROCHA, Angela. Efeito pátina: a inserção de signos conotativos da passagem do tempo nos bens de consumo. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 5, n.13, p.97-120, julho, 2008.

ARNOULD, Eric J. & THOMPSON, Craig J. Consumer culture theory – twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, v.31, p. 868-882, março, 2005.

ARSEL, Zeynep; THOMPSON, Craig. Demythologizing consumption practices: how consumers protect their field-dependent identity investments from devaluing marketplace myths. **Journal of Consumer Research**, v. 37, n. 5, p. 791-806, February, 2011.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BARDHI, Fleura; ECKHARDT, Giana. Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 39, n. 4, p. 881-898, December, 2012.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Para Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

BELK, Russel W. Sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 36, 2010.

CASTILHOS, Rodrigo Bisognin. **Produzindo lugar, reproduzindo espaço**: uma análise das dinâmicas de mercado no campo da moradia. 2015. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre, 2015.

COVA, Bernard; COVA. Veronique. Tribal aspects of postmodern consumption research: the case of French in-line roller skaters. **Journal of Consumer Behavior**, v.1, 1, 67-76, 2001.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

FONSECA, Marcelo J. **Globalização e comida**: uma análise microsociológica da relação global/local na alimentação. 2011. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2011.

FOURNIER, Susan. Consumer and their brands; developing relationship theory in consumer research. **Journal of Consumer Research**, v.24, p.343-373, March, 1998

McCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, v. 13, n. 28, Porto Alegre, julho-dezembro, 2007.

SCHOUTEN, J.; McALEXANDER, J. Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. **Journal of Consumer Research**, v.22, p.43-61, junho, 1995

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

SILVEIRA, Isabel da Costa. **A luta por uma identidade**: uma etnografia sobre a subcultura de consumo de MMA. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, 2011.

ZANETTE, Maria Carolina; LOURENÇO Carlos; BRITO, Eliane. O peso do varejo, o peso no varejo e a identidade: uma análise de consumidoras plus size. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 53, n. 6, novembro-dezembro 2013.

CUPOLILLO, Mariana; CASOTTI, Leticia; CAMPOS, Roberta. Estudos de consumo: um convite para a riqueza e para a simplicidade da pesquisa de rituais brasileiros. **Revista ADM.MADE**, ano 13, v.17, n.3, p.27-46, setembro/dezembro, 2013.

CASTILHOS, Rodrigo & ROSSI, Carlos Alberto. Subindo o morro: consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares. IN ROCHA, Angela & SILVA, Jorge Ferreira (org.). **Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

BARCELOS, Renato Hubner. Gosto não se Discute? Uma Problematização Teórica sobre o Gosto Estético do Consumidor. In: **VII Encontro Nacional dos Estudos de Consumo**. Anais eletrônicos. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <[http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2014-GT03-Barcelos\\_Gosto\\_nao\\_se\\_discute\\_Uma\\_problematizacao\\_teorica\\_sobre\\_o\\_gosto\\_estetico\\_do\\_consumidor.pdf](http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2014-GT03-Barcelos_Gosto_nao_se_discute_Uma_problematizacao_teorica_sobre_o_gosto_estetico_do_consumidor.pdf)>. Acesso em: 30 de junho 2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

BELK, Russel W. Studies in the new consumer behavior. IN.: **Acknowledging consumption**, ed. Daniel Miller. London: Routledge, 1995.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. p.31-139

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

HOLT, Douglas. Does cultural capital structure American consumption? **Journal of Consumer Research**, 25, p.1-25, 1998.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

MILLER, Daniel. Consumption as the vanguard of the History. IN.: **Acknowledging consumption**, ed. Daniel Miller. London: Routledge, 1995.

ROCHA, Ângela; SILVA, Jorge Ferreira (org.). Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros. Rio De Janeiro: Mauad, 2009.

THOMPSON, Craig; ARSEL, Zeynep. The Starbucks brandscape and consumers' (anticorporate) experiences of glocalization. **Journal of Consumer Research**, v. 31, n. 3 p. 791-806, December 2004.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

## **AVALIAÇÃO**

O processo de avaliação é composto por três elementos: participação nas discussões a partir das leituras exigidas, identificação dos conceitos centrais dos textos discutidos (mapa conceitual) e o desenvolvimento de artigo. Cada aluno deve construir um artigo em formato acadêmico que discuta um ou mais dos tópicos da disciplina a partir de uma reflexão teórica. Recomenda-se que seja buscada a relação entre os temas da disciplina e o projeto de pesquisa que pretende desenvolver ao longo do mestrado, **podendo** envolver coleta e análise de dados empíricos em sua composição. O artigo deverá ter de 10 a 12 páginas, com fonte Times New Roman 12 e espaçamento simples. Sua entrega deverá ser realizada até o dia **9 de novembro** em uma cópia impressa e deve ser feita na Secretaria do Mestrado de forma protocolada.

A frequência mínima para a aprovação é de 80% (8 de 10 encontros).