



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Expressão Gráfica
Curso de Design

PLANO DE ENSINO¹

Código	Disciplina	Professor
EGR7118	Design e cultura	Richard Perassi

H/A	Créditos	Créditos Teóricos	Créditos Práticos
36	02	02	00

Pré-requisito	Ofertada ao Curso
	Design

Ementa	Conceituações e discussão sobre a relação entre design, cultura e sociedade, com base em princípios antropológicos, políticos, sociológicos, históricos e comunicativos e ênfase no processo de composição e desenvolvimento da atual cultura de mercado na sociedade de consumo.
Objetivos da disciplina	Apresentar um panorama geral da relação entre Design, Cultura e Sociedade, enfatizando o período após a Revolução Industrial e o processo de consolidação da cultura de mercado. <ul style="list-style-type: none">• Identificar conceitos gerais relacionados ao design, cultura, sociedade e identidade.• Relacionar aspectos materiais e visuais da cultura relacionados ao mercantilismo, à industrialização e à cultura de mercado.• Avaliar o processo de transformação do design durante o século XX, como campo de atividade e produção entre os parâmetros culturais modernistas e pós-modernistas.
Habilidades e Competências associadas	<ul style="list-style-type: none">• Elevada capacidade analítica e de síntese;• Apurada percepção visual, espacial e de proporcionalidade;• Desenvolver interesse generalista;• Desenvolver o senso estético;• Contextualizar o design com visão sistêmica em aspectos históricos, tecnológicos, econômicos e sócio-culturais;• Compreender as dinâmicas políticas e do mercado produtivo como fenômenos sociais.
Conteúdo Programático	<ol style="list-style-type: none">1. Apresentação da disciplina e roteiro dos estudos.2. Conceitos gerais:<ul style="list-style-type: none">• Cultura;• Sociedade;• Identidade;• Design.3. Desdobramentos dos conceitos gerais:<ul style="list-style-type: none">• Cibercultura;• Cultura industrial;• Contracultura;

¹ Plano de ensino elaborado conforme recomendações da Resolução N° 03/CEPE/84

	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura de massas; • Cultura popular. <p>4. Outros olhares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design e sociedade; • Design e mercado; • Design e identidade; • Design e diversidade.
Metodologia	A disciplina será desenvolvida por módulos teóricos, seminários e exercícios de avaliação para cada uma das unidades previstas.
Recursos	Data-show; computador, lousa, folhas de exercícios, exposição oral.
Avaliação	<p>A avaliação do processo e do aproveitamento discente será feita a partir:</p> <p>Da assiduidade nas atividades e do cumprimento de prazos.</p> <p>Dos resultados alcançados nos exercícios de avaliação, sendo:</p> <p>Avaliação 1 - Dinâmica conceito coletivo x individual Elaboração coletiva de um mapa conceitual e entrega individual de um ensaio de até duas páginas sobre um dos conceitos abordados em sala. Critérios de avaliação: pontualidade, coerência e coesão do texto, capacidade de síntese e adequação às normas de citação da ABNT.</p> <p>Avaliação 2 - Seminários sobre design vernacular Pesquisa sobre o tema reportada em forma de apresentação oral e relatório. Grupos de três ou quatro alunos. Critérios de avaliação: pontualidade, qualidade da apresentação, coerência e coesão do texto, capacidade de síntese e adequação às normas de citação da ABNT.</p> <p>Avaliação 3 - Ações do Design: exemplos da prática Apresentação oral e relatório descrevendo ações do design que tratem da aplicação prática dos conceitos abordados neste módulo (design social, de mercado, design e identidade e design e diversidade). Critérios de avaliação: pontualidade, qualidade da apresentação, coerência e coesão do texto, capacidade de síntese e adequação às normas de citação da ABNT.</p>
Bibliografia	<p>AZEVEDO, W. O que é Design. São Paulo: Brasiliense, 1991.</p> <p>BAITELLO JR., N. O animal que parou os relógios. São Paulo: Annablume, 1997.</p> <p>BAUDRILLARD, J. Para uma Crítica da Economia Política do Signo. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.</p> <p>BERGER, J. (et al.). Modos de Ver. São Paulo: Martins Fontes, 1982.</p> <p>CALABRESE, O. A Idade Neobarroca. São Paulo: Martins Fontes, 1987.</p> <p>FISCHER, E. A Necessidade da Arte. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.</p> <p>FLUSSER, V. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.</p> <p>FRISCH, M. Homo faber. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.</p> <p>HARVEY, D. A Condição Pós-Moderna. São Paulo: Loyola, 1993.</p> <p>HAUG, W. F. Crítica à Estética da Mercadoria. São Paulo: UNESP, 1997.</p> <p>MARX, K. Para a Crítica da Economia Política, in: Manuscritos Econômico-Filosóficos e Outros Textos Escolhidos. São Paulo: Nova Cultural, 1991.</p> <p>MUKARŮVSKÝ, J. Escritos Sobre Estética e Semiótica da Arte. Lisboa: Presença, 1993.</p> <p>ONO, M. Design e Cultura: sintonia essencial. Curitiba, PR: UTFPR, 2006.</p> <p>PEREIRA, C. O que é Contra-Cultura. São Paulo: Brasiliense, 1992.</p> <p>SANTOS, J. F. O que é Pós-Moderno. São Paulo: Brasiliense, 2004.</p> <p>SANTOS, J. L. O que é Cultura. São Paulo: Brasiliense, 2004.</p> <p>SUDJIC, D. A linguagem das coisas. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.</p> <p>COELHO NETO. O que é Indústria Cultural. São Paulo: Brasiliense, 2004.</p>