**PROGRAMA DE ENSINO[[1]](#footnote-1)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Código** | **Disciplina** |
| **EGR7118** | **Design e cultura** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **H/A** | **Créditos** | **Créditos Teóricos** | **Créditos Práticos** |
| 36 | 02 | 02 | 00 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pré-requisito** | **Equivalência** | **Ofertada ao(s) Curso(s)** |
| --- | --- | Design |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ementa** | Conceituações e discussão sobre a relação entre design, cultura e sociedade, com base em princípios antropológicos, políticos, sociológicos,vhistóricos 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.   * Identificar aspectos gerais relacionando Design e Cultura. * Identificar 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, sob influência da cultura industrial, das indústrias culturais, da comunicação de massa e da cultura digital. * Cara Brasileira |
| **Conteúdo Programático** | 1. Apresentação da disciplina e roteiro dos estudos. 2. Design e cultura contemporânea: cultura de mercado e cibercultura. 3. Origens da cultura e da sociedade: do mágico ao simbólico. 4. A formação da burguesia e a consolidação da sociedade mercantil. 5. Revolução Industrial, Design, cultura de massa e indústria cultural. 6. Cultura e contracultura. 7. Cara Brasileira |
| **Bibliografia** | AZEVEDO, W. **O que é Design**. São Paulo: Brasiliense.  BAITELLO JR., N. **O animal que parou os relógios**. São Paulo: Annablume.  BAUDRILLARD, J. **Para uma Crítica da Economia Política do Signo**. Rio de Janeiro: Elfos.  BERGER, J. (et al.). **Modos de Ver**. São Paulo: Martins Fontes.  CALABRESE, O. **A Idade Neobarroca**. São Paulo: Martins Fontes.  FISCHER, E. **A Necessidade da Arte**. Rio de Janeiro: Zahar. FLUSSER, V. **O mundo codificado**:  por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify. 2007.FRISCH, M. **Homo faber**. Rio de Janeiro: Guanabara. HARVEY, D. **A Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola.  HAUG, W. F. **Crítica à Estética da Mercadoria**. São Paulo: UNESP.  MARX, K. Para a Crítica da Economia Política, in: **Manuscritos Econômico-Filosóficos e Outros Textos Escolhidos**. São Paulo: Nova Cultural.  MUKARÖVSKÝ, J**. Escritos Sobre Estética e Semiótica da Arte**. Lisboa: Presença, 1993.  ONO, M. **Design e Cultura**: sintonia essencial. Curitiba, PR: UTFPR.  PEREIRA, C. **O que é Contra-Cultura**. São Paulo: Brasiliense.  SANTOS, J. F. **O que é Pós-Moderno**. São Paulo: Brasiliense.  SANTOS, J. L. **O que é Cultura**. São Paulo: Brasiliense.  SUDJIC, D. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca.  COELHO NETO. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense. |

1. Programa de ensino elaborado conforme recomendações da Resolução Nº 03/CEPE/84 [↑](#footnote-ref-1)