

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Nível: Mestrado Doutorado

Disciplina: **Metaprojeto**

Ano/Semestre: **2024/2**

Carga horária total: 45h

Créditos: 03

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 115395

Código da Turma: MS16002-00212

Professor(a) Dr(a): Ione Maria Ghislene Bentz

EMENTA

Compreensão do metaprojeto como nível de conhecimento, logo de sua função articuladora das práticas projetuais com o método do design estratégico e as bases epistemológicas do design. Análise dos processos metaprojetuais que permitem a crítica e a inovação das práticas projetuais, especialmente das práticas de projeto por cenários e de elaboração estratégica em ecossistemas criativos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Design: o aporte do pensamento complexo
- Método/Metodologia
- Design estratégico: processos e produtos
- Níveis de conhecimento em design
- Construção de cenários
- Relação entre design estratégico e metaprojeto
- Processo de projeto
- Design colaborativo

- Redes de projeto

OBJETIVOS

- Desenvolver competências reflexivas sobre os processos de design estratégico e suas práticas
- Considerar as dimensões ontológica e epistemológica do design
- Identificar os níveis de conhecimento em design
- Aprofundar os níveis metaprojetual e metodológico
- Articular a relação entre metaprojeto e design estratégico
- Desenvolver competências de elaboração de cenários

METODOLOGIA

- Seminários
- Exercícios individuais
- Exercícios em grupo

AVALIAÇÃO

- Participação pró-ativa e qualificada na discussão dos textos indicados;
- Participação ativa nos exercícios propostos;
- Auto-avaliação do desempenho na disciplina;
- Elaboração individual de um texto com proposição de reflexões críticas sobre as propostas metodológicas que os estudantes estejam desenvolvendo na trajetória do mestrado. O texto deverá ter no mínimo 1.500 palavras, no máximo 2.000 palavras. O texto deverá responder aos princípios da escrita científica. Data de entrega: duas semanas após a última aula da disciplina.
- Os critérios de avaliação serão:

- i) Relevância e adequação do trabalho ao design estratégico e à perspectiva da disciplina (o texto trabalha autores do design e do design estratégico? Opera uma crítica do design? Discute e/ou propõe evoluções metodológicas? Explora as potencialidades do metaprojeto para elaborar suas críticas, discussões e proposições?);
- ii) Originalidade (a partir dessa construção, o texto levanta questões pouco exploradas? Desenvolve interpretações próprias? Propõe interpretações originais?);
- iii) Qualidade Técnica (o texto desenvolve, articula e discute os conceitos tratados? Dessa forma, o autor assume um posicionamento fundamentado?);
- iv) Qualidade da Apresentação (o texto possui um objetivo claro? Está bem organizado? Suas partes estão bem relacionadas? Seus parágrafos estão bem encadeados argumentativamente? A redação é fluida? Respeita as normas de citação e referência?

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BENTZ, I.; FRANZATO, C. O metaprojeto nos níveis do design. *In: P&D DESIGN*, 12., 2016, BeloHorizonte. **Anais [...]**. São Paulo: Blucher, 2016. p. 1416-1428.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CHAUÍ, M. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

MORAES, D. de. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blücher, 2010.

GREIMAS, A. J. Níveis hierárquicos da linguagem. *In: GREIMAS, A. J. Semântica estrutural*. São Paulo: Cultrix, 1983. p. 21-26.

MANZINI, E.; JÉGOU, F. Design degli scenari. *In: BERTOLA, P.; MANZINI, E. Design multiverso: notas de fenomenologia do design*. Milano: Edizioni POLI.design, 2006. p. 189-207.

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

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

VAN ONCK, A. Metadesign. **Produto e linguagem**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 27-29, 1965.

VASSÃO, C. A. Projeto como pergunta. *In: VASSÃO, C.A. Metadesign: ferramentas, estratégias e ética para a complexidade*. São Paulo: Blucher, 2010. p. 15-40.

VERGANTI, R. **Design driven innovation: mudando as regras da competição: a inovação radical do significado do produto**. São Paulo: Editora Canal Certo, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BENTZ, I.; FRANZATO, C. The relationship between Strategic Design and Metadesign as defined by the levels of knowledge of design. **Strategic Design Research Journal**, [s. l.], v. 10, n. 2, p. 134-143, 2017.

DUNNE, A. **Hertzian tales**. Cambridge, USA: The MIT Press, 2008.

FRANZATO, C. *et al.* Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. *In:* FREIRE, K. (org.). **Design estratégico para a inovação cultural e social**. São Paulo, Kazuá, 2015. p. 157-182

FRANZATO, C. O princípio de deslocamento na base do metadesign. *In:* CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 11., 2014, Gramado. **Anais [...]**. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2014. p. 1187-1196.

FRANZATO, C. O processo de inovação dirigida pelo design: um modelo teórico. **Redige**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 50-62, 2011.

GIACCARDI, E. Metadesign as an emergent design culture. **Leonardo**, [s. l.], v. 38, n. 4, p. 342-349 2005.

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

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informática**. Lisboa: Instituto Piaget, 1992.

MANZINI, E.; JÉGOU, F. Design degli scenari. *In:* BERTOLA, P.; MANZINI, E. **Design multiverso: notas de fenomenologia do design**. Milano: Edizioni POLI.design, 2006. p. 189-207.

MORELLI, N.; TOLLESTRUP, C. New representation techniques for designing in a systemic perspective. *In:* NORDIC DESIGN RESEARCH CONFERENCE, 2007, Stockholm. **Design inquiries**. Stockholm: University of Arts, Crafts and Design, 2007. p. 35-50.

NORMANN, R.; RAMÍREZ, R. From value chain to value constellation: designing interactive strategy. **Harvard Business Review**, [s. l.], n. 71, p. 65-77, 1993.

VERGANTI, R. Design driven innovation. An Introduction. *In:* VERGANTI, R. **Design driven innovation: changing the rules of competition by radically innovating what things mean**. Boston: Harvard Business Press, 2009. p. 1-16. Porto Alegre, agosto de 2023.