

Departamento de História da Arquitetura e Estética do Projeto - AUH
CURSO DE DESIGN DA FAU USP

Disciplina obrigatória: AUH-2502 – Fundamentos Sociais do Design
Crédito aula 2 – Carga horária 30 horas
Horário: 3º feiras das 20:50 horas às 22:30 horas – 1º semestre de 2015

Professor: Marcos Braga

Plano de Aulas 2015

I - Introdução: trabalho social e conceito de Design

1. Divisão social do trabalho e estratificação social
2. Trabalho manual e trabalho intelectual: o design como projeto
3. A subsunção do trabalho ao capital: formas históricas na Europa e no Brasil. Projeto e produção no escravismo, campesinato, artesanato doméstico, manufatura, indústria.

II – Design e Sociedade Capitalista Industrial

1. O produto do trabalho como mercadoria: valor de uso, valor de troca. Fetice da mercadoria
2. Classes sociais sob o capitalismo industrial
3. Exploração e alienação do trabalho na indústria. Condições materiais da vida operária.
4. O design do processo de trabalho industrial: mecanização, taylorismo, fordismo
5. Artesanato vs indústria: a questão da qualidade da forma do produto
6. Acumulação de capital, tipo e tamanho da empresa
7. Centralização de capital e oligopolização da produção
8. Acumulação de capital e imperialismo
9. Acumulação e consumo burguês. O Kitsch. Excesso decorativos. Artr Nouveau
10. Lutas de classes do século XIX: direitos civis e democratização do Estado, direitos sociais, idéias socialistas.

III – Design e Formação da Sociedade Capitalista Pós-Industrial

1. Nações industriais em competição e guerra; Crise do liberalismo e socialismo,
2. O projeto de um novo estilo de vida sob uma nova ordem industrial e o design moderno
3. Crises de Acumulação e Welfare State,
4. Planejamento Estatal, Fordismo e Sociedade do Consumo de Massa
5. O Design promovendo o consumo e a imagem das empresas
6. A industrialização brasileira e o design: os anos 50 como ponto de inflexão
7. Crise da acumulação fordista, novo papel do Estado, acumulação financeira,
8. A produção redefinida: o trabalho flexível, terceirização, globalização da indústria, crescimento do setor terciário.
9. O consumo redefinido: elitização, massificação, exclusão.
10. O produto industrial no Brasil: para que mercado? Consumidores e cidadãos

Trabalhos dos alunos

Questões suscitadas pelo texto (por escrito, a cada início de aula)

Seminários sobre leituras indicadas.

Prova final

Visão geral das relações sociedade-design

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. 2º ed., São Paulo: Edgard Blucher, 2004, 238p.

O Conceito de Design

BOMFIM, Gustavo A. **Idéias e formas na história do design: uma investigação estética**. João Pessoa: Editora Universitária, 1998. Pg 09-21.

LIMA, Edna C. Design Gráfico, um conceito em discussão. In **Anais do P&D Design '96**. Belo Horizonte: Revista Estudos em Design. 1996. Pg 25-33.

ARGAN, Giulio Carlo. **Projeto e destino**. Tradução Marcos Bagno. São Paulo: Editora Ática, 2000, 334p.

Capitalismo e Trabalho

- BOTELHO, Adriano. **Do fordismo à produção flexível**: a produção do espaço num contexto de mudança da estratégia de acumulação do capital. São Paulo, 2000.
- BRAVERMAN, Harry. **Trabalho e capital monopolista**: a degradação do trabalho do século XX. 2. ed., Rio de Janeiro: Zahar, 1980.
- MARX, Karl. A mercadoria. In: MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política São Paulo: Abril, 1983, v.1, p.45-78
- MARX, Karl. Manufatura e grande indústria. In: MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política. São Paulo: Abril, 1983.
- SINGER, Paul Israel. **Uma utopia militante**: repensando o socialismo. Petrópolis: Editora Vozes, 1998. 182p.

Altos e Baixos do Capitalismo no Século XX

- HOBSBAWN, Eric. **Era dos extremos**: o breve século XX, 1914-1991. 2. Ed., São Paulo: Companhia das Letras, 2000. 598p.
- SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI**: no loop da montanha-russa. São Paulo: Companhia das Letras, 2004. 140p.

História das Empresas

- VALDALISO, J.M. e LOPEZ, S. **História Econômica de la Empresa**. Barcelona, Crítica, 2000

Estudo de Caso de Design no Brasil

- LEON, Ethel. O Instituto de Arte Contemporânea do Museu de Arte Moderna (MAM) de São Paulo dos anos 1950. In **Revista Designio**
- CLARO, Mauro. **Unilabor**: desenho industrial, arte moderna e autogestão operária. São Paulo: SENAC, 2004. 190p.
- PAMPLONA, Telmo Luiz. Apontamentos sobre missionários, pioneiros e produtos norte-americanos na modernização industrial brasileira. In: **Pós**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP, nº 8, p. 212-224, dez. 2000.

Caráter da Sociedade Pós-Industrial e Pós-Moderna

- ARRIGHI, Giovanni. **O longo século XX**: dinheiro, poder e as origens de nosso tempo. São Paulo: Contraponto: UNESP, 2003. 393p.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 7º ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003., 617p.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 14. ed. São Paulo: Loyola, 2005, 349p.
- JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 2004. 431p.
- KAPLAN, Ann (org.) **O mal-estar no pós-modernismo**: teorias e práticas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. 236p.

Marcas (Brand)

- FONTENELLE, Isleide Arruda. **O nome da marca**: McDonald's, fetichismo e cultura descartável. São Paulo, 2000, 313p + anexos. Tese (doutorado)
- KLEIN, Noemi. **Sem Logo: A tirania das marcas em um planeta vendido**. São Paulo: Record, 2003.

Mercadoria e Consumo

- GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 5 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005, 227p.
- HAUG, Wolfgang Fritz. **Crítica da estética da mercadoria**. São Paulo: UNESP, 1997, 210p.
- VEBLEN, Thorstein. **Teoria da Classe ociosa**. São Paulo: Abril, 1974. 456p. (Os Pensadores, v. 40)