

SHA - CÂMARA DE CIÊNCIAS SOCIAIS, HUMANAS, LETRAS E ARTES (PÔSTER)

NOME: LUMA CANDIAN GRIZONE

TÍTULO: ESTUDO DOS NOVOS HÁBITOS DE CONSUMO DA CLASSE C-MOBILIÁRIO

AUTORES: LUMA CANDIAN GRIZONE

ORIENTADOR: GISLAINE OLIVEIRA MARANGON

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): FAPEMIG

PALAVRA CHAVE: Consumidor, pesquisa, mobiliário

RESUMO

Introdução (metodologia):

A escolha do tema deu-se pela sua atualidade. No momento em que se encontra a sociedade brasileira de consumidores, é essencial saber as reais necessidades de cada classe, em especial a Classe C. Dados atuais demonstram que a Classe C, é a classe média brasileira e de grande potencial de compra.

A pesquisa tem como objetivo atentar pra esse perfil de consumidor, identificando suas características, necessidades e desejos. Buscando informações necessárias ao desenvolvimento de um perfil e consequentemente, de projetos que atendam a esse consumidor.

Metodologia

Através da análise e documentação, perceber as características de perfil do consumidor de Classe C, a partir das suas reais necessidades e desejos no momento da compra de um bem, como mobiliário.

Pesquisa in loco com os consumidores, observação dos hábitos de consumo.

Considerações parciais

O projeto de pesquisa se encontra em fase de finalização da pesquisa e comparação de dados obtidos de fontes variadas, além da revisão bibliográfica.

Como resultado o projeto propõe elaboração de artigo científico com dados da pesquisa, e desenvolvimento de uma metodologia de desenvolvimento de novos produtos, ou serviços, utilizando de ferramentas multidisciplinares.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: Conflitos Multiculturais da Globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

CARDOSO, R. Uma introdução à história do Design, São Paulo, Editora Edgard Blucher Ltda., 2004.

DENIS, R. C. Design, cultural material e fetichismo dos objetos. In: LEITE, J. S. et al (ed.). Arcos: design, cultura material e visualidade. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1998.

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

KAZAZIAN, T (org.). Design e desenvolvimento sustentável: Haverá a idade das coisas leves. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005

HESKETT, John. Desenho industrial. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998. 2. ed.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

KRUCKEN, Lia. Competências para o design na sociedade contemporânea. In: Design e transversalidade. Belo Horizonte: Santa Clara: Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design, UEMG, 2008. (Cadernos de Estudos Avançado em Design, Caderno 2, v. 1 – jul.2008).

COELHO, Luiz Antonio L. (org.). Conceitos-chave em design. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio – Novas Idéias, 2008.

SOROKIN, P. O que é uma classe social? In: VELHO, O.; PALMEIRA, M.; BERTELLI, A. R. (org.) Estrutura de classes e estratificação social. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

CHAUVEL, M. A. Representações e lógicas de ação do consumidor insatisfeito. Rio de Janeiro, 1999.246p. Rese (Doutorado em Administração) Instituto de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, COPPEAD, UFRJ.