


UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)

Prof.^a Dr.^a Clotilde Perez

Carga horária

 **3 aulas de 5 horas**

 **16 a 18 de novembro de 2016**

 **Local: PPGEM/UFRN**

A mediação do local: empreendedorismo, inovação e criatividade comunicacional

Ementa

A mediação é conceito-síntese nos estudos de Comunicação, uma abordagem teórica que capta a comunicação a partir de seus nexos, o que torna possível identificar e integrar os espaços de produção, produto e recepção, bem como as hibridizações mais contemporâneas onde o melting destes conceitos é vivenciado: consumidor-autor, prosumer, consumator, fã e tantos outros. Estas novas lógicas (de participação, empoderamento, colaboração, interação, circulação etc.) frutificam a partir de também novas perspectivas éticas e estéticas, fundamentais ao bem-viver atual. A partir destas premissas, o seminário abordará a evolução do conceito de criatividade, bem como sua perspectiva multidisciplinar, com ênfase ao seu fundamento no pensamento abduutivo (Peirce) e as interfaces com os conceitos de inovação e empreendedorismo.

Objetivos

1 - Apresentar a evolução do conceito de criatividade e inovação a partir de abordagem multidisciplinar: artes, filosofia, sociais, psicologia, biologia e outras;

2 - Relacionar a máxima popular “o brasileiro é criativo”, com as matrizes socioantropológicas e comunicacionais do brasileiro;

3 - Entender a criatividade a partir do desenvolvimento do pensamento abduutivo em Peirce e relacionar às condições favoráveis à criatividade;

4 - Relacionar criatividade, inovação e empreendedorismo, bem como apresentar o conceito criatividade empreendedora;

5 - Apresentar a sistematização da pesquisa Criatividade Empreendedora, a partir das matrizes: performática, linguística, social, publicitária, de produto e processual.

6 - Identificar manifestações da criatividade empreendedora na cidade de Natal, bem como discutir e analisar as mediações comunicacionais instauradas por elas.

Conteúdos

1. Sociedade contemporânea: o lugar da criatividade

2. Múltiplas abordagens da criatividade:

arte/filosofia/antropologia/psicologia/psicanálise/biologia/semiótica/invenção/loucura/excentricidade/imaginação//fantasia/percepção/descoberta/adivinhação/intuição/abdução/

3. Mediações comunicativas na cultura

Matrizes culturais/características

4. Criatividade, inovação e empreendedorismo

Aproximações e distinções

5. Criatividade empreendedora e suas manifestações

Linguística, performática, social, publicitária, processual e de produto

Referências bibliográficas

ARROW, K.J.: "Economic welfare and allocation of resources for invention". In: The rate and direction on inventive activity. Princeton University Press, Princeton, 1962.

BERGER, Warren. Inside the world of Design thinking and how it can Spark Creativity and Innovation. London: Penguin, 2009.

BERKUN, Scott. The myths of innovation. Canadá: O'Reilly Media, 2010.

BESSANT, John. Innovation. New York: DK Delhi, 2009.

BOHM, David. Sobre a criatividade. São Paulo: Unesp, 2011.

BOON, Wouter. Defining creativity. The Art and Science of great ideas. Amsterdam: BIS Publishers, 2014.

BUSTAMANTE, Enrique (org.). Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital. Barcelona: Gedisa, 2011.

CERTEAU, Michel; GIARD, Luce & MAYOL, Pierre. A invenção do cotidiano: morar, cozinhar. Petrópolis: Vozes, 1994.

CERTEAU, Michel; GIARD, Luce & MAYOL, Pierre. A invenção do cotidiano: morar, cozinhar. Petrópolis: Vozes, 1994.

COCCHIERI, Tiziana & MORAES, João Antonio de. Uma perspectiva pragmática da lógica da descoberta e da Criatividade. Cogito-Estudos. São Paulo, v.6, n1, jan-jun, 2009, pp 001-073

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Creativity, the psychology of discovery and invention. New York: Harper Collins, 1996.

DENTZ, René Armand. Percepção e generalidade em Charles Peirce. Cogito-Estudos, São Paulo: v.7, n1, 2010.

DOORLEY, Scott & WITTHOFT, Scott. Make space. How to set the stage for creative collaboration. New Jersey: John Wiley/d.school of Design at Stanford, 2012

DUAILIBI, Roberto & SIMONSEN, Harry. Criatividade & marketing. São Paulo: M.Books, 2009.

FLORIDA, Richard. A ascensão da classe criativa. Porto Alegre: LP&M, 2011.

HALLAM, Elizabeth & INGOLD, Tim. Creativity and cultural improvisation. London: Berg Publishers, 2007.

KELLEY, Tom. The faces of innovation. New York: Currency Doubleday, 2005 _____ & LITTMAN, Jonathan. The Art of Innovation. New York: Doubleday, 2001

LEMOS, Paulo. Universidades e ecossistemas de empreendedorismo. Campinas: Unicamp, 2012.

LOCKWOOD, Thomas (ed.). Design Thinking: integrating innovation, customer experience and brand value. New York: Allworth Press, 2009.

MANGUEL, Alberto. Uma história natural da Curiosidade. São Paulo: Cia das Letras, 2016.

MEIRA, Silvio. Novos Negócios Inovadores de crescimento empreendedor no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.

MORACE, Francesco. Consumo autoral. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012

NACCACHE, Andrea (org). Criatividade brasileira: gastronomia, design, moda. Barueri: Manole, 2013.

NUSSBAUM, Bruce. Creative Intelligence. Harnessing the power to create, connect, and inspire. New York: Harper, 2013.

OSTROWALDER, Alexander & PIGNEUR, Yves. Business Model Generation. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

OSTROWER, Fayga. Criatividade e Processo de Criação. Petrópolis: Vozes, 2012

_____. Acasos e criação artística. Campinas: Unicamp, 2013.

PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1977.

PLATTNER, Hasso; MEINEL, Christoph & LEIFER, Larry. *Design Thinking*. New York: Springer, 2012.

POCH, Arcadi & POCH, Daniela. *Creaticity: expresiones creativas en las ciudades contemporáneas*. Madrid: Lemo, 2013.

SANTAELLA, Lucia. *Estética de Platão à Peirce*. São Paulo: Experimento, 1994.

_____. *Comunicação e pesquisa*. São Paulo: Hacker, 2001

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação. Criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.