

7

Referências

ACCIOLY, A. **Marcas de Valor no Mercado Brasileiro**. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

ADLER, R. P.; FIRESTONE, C. M. **A conquista da atenção**: a publicidade e as novas formas de comunicação. São Paulo: Nobel, 2002.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

BARBOSA, G.; RABAÇA, C. A. **Dicionário de Comunicação**. Ed. Codecri, Rio de Janeiro, 1978.

BARROS, D. L. P. **Teoria Semiótica do Texto**. Ed. Ática. São Paulo. 2003.

BARTHES, R. **Aula**. Tradução de Leyla Perrone-Moisés. São Paulo: Cultrix, 1988.

BATEY, M. **O significado da marca**: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores. Rio de Janeiro: Best Business, 2010.

BAUDRILLARD, J. **O sistema de objetos**. São Paulo, Perspectiva, 4ª ed., 2000.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. (edits.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

BAXTER, M. **Projeto de Produto**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

BERGER, J. **Modos de ver**. São Paulo: Martins Fontes, 1972.

BERTRAND, D. **Caminhos da semiótica literária**. São Paulo: Edusc, 2002. Trad. por Grupo Casa.

BOMFIM, G. A. **Metodologia para o desenvolvimento de projetos**. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 1995.

_____. **Sobre a Possibilidade de uma teoria do Design**. In.: Anais P&D Design 1994. Rio de Janeiro: AEND-BR, 1994.

BONOMA, T. V. **Case Research in Marketing**: opportunities, problems, and process. *Journal of Marketing Research*, maio de 1985.

BÜRDEK, E. B. **História, teoria e prática do design de produtos**. Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede. A era da informação**: economia, sociedade e cultura. V. 1. 7. ed. Tradução de Roneide Vennancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CHARAUDEAU, P. **Une problématisation discursive de l'émotion**: à propos des effets de pathémisation à la télévision. In: PLANTIN, C.; DOURY, M.; *Les Émotions dans les interactions*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, 2000. p. 125-155.

CHAVES, N. **La imagen corporativa**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1990.

CHEVALIER, M.; MAZZALOVO, G. **Pró Logo**. São Paulo: Panda Books, 1998. 351 p.

CHEVITARESE, L. **As 'Razões' da Pós-modernidade**. In: *Analógos. Anais da I SAF-PUC*. RJ: Booklink, 2001.

CLAVALL, P. **O território na transição da pós-modernidade**. In: *GEOgraphia*, ano , n. 2. Rio de Janeiro: UFF, 1999, p. 26.

COELHO, L. A. L. (Org). **Design Método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.

_____. **Na superfície da mídia**. *Revista Estudos em Design*, Rio de Janeiro, vol. 9, nº 1/2, pag. 93-106, série: set/dez, 2001.

_____. **O papel narrativo do objeto cênico**. *Anais do P&D 2006*. Curitiba: Paraná, Unicenp/ UFPR, 2006.

_____. **Percebendo o método**. In: COUTO, R. M. de S; OLIVEIRA, A. J. de. *Formas do Design. Por uma metodologia interdisciplinar*. Rio de Janeiro: 2AB, 1999.

_____. **Tal objeto, tal dono**. In LOPES, Luiz Paulo Moita; BASTOS, Liliana C. (org) *Identities, recortes multi e interdisciplinares*. Campinas: Mercado das Letras, 2002, vol 1, p. 69-81.

COSTA, M. **O sublime tecnológico**. Tradução de Dion Davi. São Paulo: Experimento, 1995.

DEBRAY, R. **Curso de Midiologia** Geral. Petrópolis: Vozes, 1993.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **O que é filosofia?** Rio de Janeiro, Ed. 34, 1992, p. 262.

DINIZ, M. L. V. P.; DEGELO, S. C. **Práticas enunciativas como estratégias de interação**. In DINIZ, M. L. V. P.; PORTELA, J. C. (org). **Semiótica e mídia: textos, práticas, estratégias**. Bauru: UNESP/FAAC, 2008.

DISCINI, N. **A comunicação nos textos**. São Paulo. Ed. Contexto. 2005.

DIZARD, W. Jr. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

DORDOR, X. **Mídia/mídia alternativa**. Tradução de Fernando Santos. São Paulo: Nobel, 2007.

DUARTE, J; BARROS, A. (Org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

ECO, U. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

FIDALGO, A. **Semiótica Geral**. Covilhã: Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 1999. Disponível em www.bocc.ubi.pt

FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

FLOCH, J. M. **Sémiotique, Marketing et Communication**. Paris, puf, 1990.

_____. **Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit: pour une sémiotique plastique**. Amsterdam: Hadés-Benamins, 1985.

_____. **Visual Identities**. London: Continuum, 2000.

FORTY, A. **Objetos de Desejo: Design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANÇA, V. R. V. (Org). **Imagens do Brasil: modos de ver, modos de conviver**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

GERZEMA, J.; LEBAR, Ed. **A bolha das marcas**: a iminente crise de valor das grandes marcas mundiais e como evitá-la. Tradução de Ricardo Bastos Vieira. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade Pessoal**. Oeiras: Celta Editora, 1997.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOODE, W. J.; HATT, P. K. **Métodos em Pesquisa Social**. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1969.

GREIMAS, A. J. **De l'imperfection**. Périgueux: Pierre Fanlac, 1987.

_____. **Du Sens II**: essais sémiotiques. Paris: Seuiul, 1993.

_____. **Sobre o sentido**: ensaios semióticos. Petrópolis: Vozes, 1975.

_____. **Semântica Estrutural**. São Paulo: Cultrix/Edusp, 1973.

_____; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Sémiotique 2**: dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Paris: Hachette, 1986.

_____; FONTANILLE, J. **Semiótica das Paixões**. Ática, 1993.

HABERMAS, J. **Conhecimento e interesse**. Rio de Janeiro Zahar, 1982.

HEILBRUNN, B. **A logomarca**. Tradução de Paulo Neves. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2002.

HJELMSLEV, L. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. Tradução de José Teixeira Coelho Netto. São Paulo: Perspectiva, 1975.

HOHLFELDT, A; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

HUIZINGA, J. **Homo ludens**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

JAKOBSON, R. **Linguística e Comunicação**. Tradução de Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 2001.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KOPP, R. **Design gráfico cambiante**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.

KUHN, T. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1991.

_____. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LANDOWSKI, E. . **Aquém ou além das estratégias, a presença contagiosa**. Documentos de estudo do Centro de Pesquisas Sociossemióticas. São Paulo: Edições CPS, 2005.

_____. **Flagrantes delitos**. In Galáxia: Revista transdisciplinar de comunicação, semiótica e cultura, n. 8. São Paulo: PUC SP, 2004.

_____. **Les interactions risquées**. Limoges: Puli, 2006.

_____. **Masculino, feminino, social**. Nexos: Revista de estudos de Comunicação e Educação. São Paulo, ano 2, n. 3, ago. 1998, p. 13-44.

_____. **O olhar comprometido**. In Galáxia: Revista transdisciplinar de comunicação, semiótica e cultura, n. 9. São Paulo: PUC SP, 2001

_____. **O triângulo emocional do discurso publicitário**. In Revista Comunicação Midiática, nº 6, Ano 3. Bauru: UNESP, 2006, p. 15-30.

_____. **Para uma abordagem sociossemiótica da literatura**. In Significação: revista brasileira de semiótica, nº 11/12, p. 22-43, setembro de 1996.

_____. **Passions sans nom**. Paris: PUF, 2004.

_____. **Viagem às nascentes do sentido**. In Silva, I. A. (Org.), Corpo e Sentido. São Paulo: Unesp, 1996.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LINDSTROM, M. **Brandsense**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

LIPOVETSKY, G. **A Felicidade Paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. 294p

_____; ROUX, E. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: 2005. Companhia das Letras 195 p.

_____; CHARLES, S. **Os Tempos Hipermodernos**. 3ª edição. São Paulo: 2006. Barcarolla 129 p.

LOTMAN, I. **La Semiosfera I**. Tradução de Desiderio Navarro. Madrid: Ediciones Cátedra. 1996

LUPTON, E.; MILLER, A. **Design Writting Research**. 1ª Ed. Londres: Phaidon, 1999.

MARCONDES, P. **Uma História Da Propaganda Brasileira**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MATURANA, H.; VARELA, F. **A árvore do conhecimento**: as bases biológicas do entendimento humano. Campinas: Editorial Psy II, 1995.

McLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2005.

MELO, C. H. **Signofobia**. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. Tradução Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

_____. **Sobre a fenomenologia da linguagem**. Tradução de Marilena Chauí. In CHAUÍ, M. (Org.). Maurice Merleau-Ponty: textos selecionados (pp.129-140). São Paulo: Abril Cultural, 1984.

_____. **A dúvida de Cézanne**. Tradução de N. A. Aguiar. In CHAUÍ, Marilena. (Org.). Maurice Merleau-Ponty: textos selecionados (pp. 113-126). São Paulo: Abril Cultural, 1984.

MOZOTA, B. B. **Design management**. Paris: Éditions d'Organization, 2002.

NIEMEYER, L. **Elementos de Semiótica Aplicados ao Design**. São Paulo: 2AB, 2003.

_____. **Metodologia da Pesquisa em Design no Brasil**: possibilidades e desafios. II Seminário de Metodologia em Design. Recife: 2008.

OLIVEIRA, A. C. **Espaços-tempos (pós-)modernos ou, na moda, os modos**. In: GUINSBURG, J.; BARBOSA, A. M. **O pós-modernismo**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

_____. **Jornal e hábito de leitura na construção da identidade**. In: XIII encontro anual da associação nacional de programas de pós-graduação em comunicação, 2004, São Bernardo do Campo. Produção de sentido as mídias, 2004. Vol. 1, p. 15-30.

_____. **Nas interações corpo e moda, os simulacros**. In: XIII Colóquio do Centro de Pesquisas Sociossemióticas, 2007, São Paulo - SP. CD-Rom do XIII Caderno de textos do Centro de Pesquisas Sociossemióticas [no prelo]. São Paulo: Documentos do Centro de Pesquisa Sociossemióticas, 2007. Vol. 1, p. 1-20.

_____. (Org.). **Semiótica Plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

PEZINI, I.; CERVELI, P.. **Semiótica e consumo: espaços, identidades, experiências**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 13, p. 29-45, jun. 2007.

PIETROFORTE, A. **Semiótica Visual: os percursos do olhar**. São Paulo: Contexto, 2004.

_____. **Análise do texto visual: a construção da imagem**. São Paulo: Contexto, 2008.

PIGNATARI, D. **Semiótica & Literatura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

POPE, D. **The making of modern advertising**. Nova York: Basic Books, 1983.

RAMALHO, S. **Arte, estética do cotidiano e relações culturais**. Paris/Lille, Université des Sciences et Technologies de Lille, 2002. Pesq. de Pós-Dout.

_____. **Educação, Imagem e Significação**. Revista UNIVILLE, Julho, 2002.

_____. **Imagem também se lê**. São Paulo: Rosari, 2005.

RILKE, R. M. **Cartas a um jovem poeta**. Tradução de Paulo Rónai e Cecília Meireles. São Paulo: Globo, 2001, p. 25.

RYBCZINSKI, W. **Casa, pequena história de uma idéia**. Tradução de Betina Von Staa. Rio de Janeiro: Record, 1996.

SANTAELLA, L. **A Assinatura das Coisas: Peirce e a Literatura**. Rio de Janeiro: Imago Ed., 1992.

- _____. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
- _____. **Estudos de Peirce no COS/PUCSP**. In LAURENTIZ, S. (Org.) Caderno da 1ª Jornada do Centro de Estudos Peirceanos. São Paulo: CENEP-COS/PUC-SP, 1997.
- _____. **O que é Comunicação**. São Paulo. Brasiliense, 1985.
- _____. **A teoria geral dos signos**. São Paulo: Ática, 1995.
- _____. **O que é Semiótica**. São Pauto: Brasiliense, 1998.
- SANTOS, A. R. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 5 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- SAUSSURE, F. **Curso de Lingüística geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.
- SEMPRINI, A. **A Marca Pós-moderna**: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. Tradução de Elisabeth Leone. São Paulo: Estação das Letras, 2006.
- _____. **Lo sguardo semiotico**, Milão, Angeli, vol. I e II, 1990 e 2003.
- SOLDI, D. A. **Práticas passionais na mídia televisiva**. In DINIZ, M. L. V. P.; PORTELA, J. C. (Org.). **Semiótica e mídia**: textos, práticas, estratégias. Bauru: UNESP/FAAC, 2008.
- SOMMERMAN, A. **Inter ou Transdisciplinaridade?** Da fragmentação disciplinar ao novo diálogo entre os saberes. São Paulo: Paulus, 2008.
- TEIXEIRA, L. **Leitura de textos visuais**: princípios metodológicos. In BASTOS, N. B. (Org.). **Língua portuguesa**: lusofonia – memória e diversidade cultural. São Paulo: EDUC, 2008, p. 299-306.
- THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 6. ed. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- TRIVINHO, E. **O mal-estar da teoria**: a condição da crítica na sociedade tecnológica atual. Rio de Janeiro: Quarter, 2001.
- TUNGATE, M. **Adland**: A história da propaganda mundial. São Paulo: Cultrix, 2009.

VESTERGAARD, T.; SCHROEDER, K. **A linguagem da Propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

VIRILIO, P. **A arte do motor**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

_____. **Velocidade e Política**. São Paulo: Estação da Liberdade, 1996.

VILLAS-BOAS, A. **O que é o que nunca foi design gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB, 1997.

VOLLI, U. **Manual de semiótica**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. Tradução de Karina Janini. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

YIN, R. K. **Case Study Research: Design and Methods**. Sage Publications, EUA, 1989.

Artigos publicados em meio eletrônico

BERWANGER, Ana Claudia. **Design gráfico, identidade visual e semiótica: algumas aproximações**. Disponível em <http://www.scribd.com/doc/3507939>

CASTILHO, Kathia. **Do corpo presente à ausência do corpo: moda e marketing**. Tese de doutorado, PUC-SP, São Paulo, 2004. Disponível em <http://www.scribd.com/doc/7330921/Tese-Katia-Castilho-Moda>

FECHINE, Yvana. **Uma proposta de abordagem sensível na TV**. COMPÓS, SP: Unesp, 2006. Disponível em <http://www.unicap.br/gtpsmd/pdf06>

MORETZSOHN, Sylvia. Encruzilhadas da ética em tempos de “nova mídia”. *Brazilian Journalism Research*, Vol. 5, número 2, 2009. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=589DAC002>

SOBRAL, Adail. **Considerações epistemológicas sobre a semiótica greimasiana**. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/dl/semiotica>, Volume 5, Número 1, São Paulo, junho de 2009, p. 63–74.

Sites consultados

<http://www.abemd.org.br/>

<http://adland.tv/>

<http://www.adsoftheworld.com>

<http://www.brandsoftheworld.com>

<http://www.coloribus.com/>

<http://www.dailydawdle.com/2010/09/10-best-lives-too-short-for-wrong-job.html>

<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/imaginarium-tem-vitrine-censurada-em-shoppings>

<http://flavorwire.com/105040/10-innovative-subway-advertisements>

<http://grupomm.mmonline.com.br/home.mm>

<http://www.merriam-webster.com/dictionary/media>

<http://www.nationalgallery.org.uk>

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=589IMQ010#>

<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0EMI137208-17180,00-USO+CORRETO+DO+MARKETING+SENSORIAL+PODE+AJUDAR+A+VE+NDER+MAIS.html>

<http://www.thecoolhunter.net/article/detail/586/toronto-plastic-surgery>