

Referências Bibliográficas

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. **Pesquisa de marketing**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

ASID. Sustainable design. **ASID**, Washington, D.C. Disponível em: <<http://www.asid.org/designknowledge/sustain/>>. Acesso em: 10 mar. 2008.

ARANTES, A. A. Cultura e territorialidade em políticas sociais. In: LAGES, V., BRAGA, C., MORELLI, G. (Ed.). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Rio de Janeiro: Relume Dumará; Brasília: Sebrae, 2004.

AZEVEDO, S. Natureza vencedora. **Casa.com.br**, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://casa.abril.uol.com.br/casaclaudia/planeta>>. Acesso em: 2 jan. 2008.

BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. 4º ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

BELZ, F. M. Marketing in the age of sustainable development. In: ANDERSEN, M. M.; TUKKER, A. (Ed.). **Perspectives on radical changes to sustainable consumption and production (SCP)**. Roskilde and Delft: RISØ and TNO, 2006.

BONFIM, G. A. Design e informação. **Design & interiores**, São Paulo, v.9, n.49, nov. 1995.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. 5º ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2001.

BRANZI, A. We are the primitives. In: MARGOLIN, V. (Ed.). **Design discourse**. Chicago: The University of Chicago Press, 1989.

CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

_____. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

_____. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 2003.

CASTRO, G. V. de. O design do futuro. **Planeta Sustentável**, São Paulo, 17 set. 2007a. Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/eventos/conteudo_251582.shtml>. Acesso em: 17 set. 2007a.

_____. **Eco-design and consumption: material culture and the meaning of the sustainable value**. In: I INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON SUSTAINABLE DESIGN, Curitiba, 4 a 6 de set. 2007b. Anais do I International Symposium on Sustainable Design.

_____. **Eco-design e consumo: cultura material e o significado do valor sócio-ambiental**. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, Rio de Janeiro, 11 a 13 de out. 2007c. Anais do 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design.

CASTRO, G. V. de. **Our house: Interior design and sustainable consumption**. In: CHANGING THE CHANGE CONFERENCE, Turim, 10 a 12 jul. 2008a.

CASTRO, G. V. de; OLIVEIRA, A. J. **Design de interiores e consumo sustentável**. In: 8º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, São Paulo, 8 a 11 out. 2008b.

CHARTER, M.; POLONSKY, M.J. (Ed.). **Greener marketing: a global perspective on green marketing practice**. Sheffield: Greenleaf, 1999.

CODDINGTON, W. **Environmental marketing: Positive strategies for reaching the green consumer**. New York: McGraw Hill, 1993.

CURRY, J. After the basics: Keeping key issues in mind makes conjoint analysis easier to apply. **Marketing Research**, vol. 9, p.6-11, Spring 1997.

DAMAZIO, V.; COELHO L.A.L. Por uma contribuição na busca da identidade do design brasileiro. In: **Anais do 5º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**, Brasília, 2002. Rio de Janeiro: AEnD-BR, 2002.

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

DENIS, R. C. et al. Em busca de uma história do produto brasileiro. In: **Anais do 5º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**, Brasília, 2002. Rio de Janeiro: AEnD-BR, 2002.

DENZIN, N.K.; LINCOLN, Y.S. **Handbook of qualitative research**. Thousand Oaks: Sage, 2000.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

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

FORTY, A. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1970**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Certificações. **Catálogo Sustentável**, São Paulo, abr. 2008. Disponível em: <<http://www.catalogosustentavel.com.br/>>. Acesso em 17 abr. 2008.

FRETEL, A. C., SIMONCELLI-BOURQUE, E., GOMES, R. **O comércio justo e o consumo ético**. Rio de Janeiro, DP&A Editora: FASE, 2003.

GERGEN, M.M.; GERGEN, K.J. Qualitative inquiry. In: DENZIN, N.K.; LINCOLN, Y.S. **Handbook of qualitative research**. Thousand Oaks: Sage, 2000.

GODOY, A.S. Introdução à pesquisa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v.35, n.2, mar-abr, 1995a.

_____. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v.35, n.3, mai-jun, 1995b.

GRÜNINGER, B.; URIARTE, A. Fair trade: uma introdução e algumas considerações. **Faces do Brasil**, São Paulo, dez. 2003. Disponível em:

<<http://www.facesdobrasil.org.br/fb/publicacoes/Fair Trade - Uma introducao e algumas consideracoes.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2008.

HALME, M. et al. **Sustainable consumer services**: Business solutions for household markets. London: Earthscan, 2005.

HAUG, W. F. **Critique of commodity aesthetics**: Appearance, sexuality & advertising. Cambridge: Polity Press, 1986.

HOCKERT, K. Innovation of eco-efficient services: Increasing the efficiency of products and services. In: CHARTER, M.; POLONSKY, M.J. (Ed.). **Greener marketing**: a global perspective on green marketing practice. Sheffield: Greenleaf, 1999.

IFI. Sustainable design, **IFI**. Singapura. Disponível em:
<<http://www.ifiworld.org/index.cfm?GPID=38>>. Acesso em: 10 mar. 2008.

INSTITUTO AKATU E INSTITUTO ETHOS. **Pesquisa 2006 e 2007 - RSE - Percepção do Consumidor Brasileiro**. São Paulo: Instituto Akatu e Instituto Ethos, 2008.

INSTITUTO ETHOS E SEBRAE. **Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas passo a passo**. Instituto Ethos e Sebrae, São Paulo, out. 2003. Disponível em:

<http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2008.

KAZAZIAN, T (Org.). **Design e desenvolvimento sustentável**: haverá a idade das coisas leves. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Principles of marketing**. New Jersey: Pearson, 2004.

LÖBACH, B. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. Rio de Janeiro: Edgard Blücher, 2001.

MALDONADO, T. The idea of comfort. In: MARGOLIN, V.; BUCHANAN, R. (ed.). **The idea of design**. Cambridge, London: MIT Press, 1995.

MALHOTRA, N. K.; BIRKS, D. F. **Marketing research**: An applied orientation. New Jersey: Prentice Hall College Div., 1995.

MANZINI, E. **Design, inovação social e desenvolvimento sustentável**. Curso e workshop apresentados na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 27 a 31 de ago., 5 e 6 de set. 2007.

MANZINI, E; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Edusp, 2002.

MCCARTHY, E.J. **Basic marketing**: A managerial approach. Homewood: Irwin, 1960.

MCCRACKEN, G. **Cultura & consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MERONI, A (Ed.). **Creative communities: People inventing sustainable ways of living**, Milão: Polidesign, 2007.

NIEMEYER, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

- ONU. **Our Common Future**. Genebra: ONU, 1987.
- OTTMAN, J.A. **Green marketing: Opportunity for innovation**. 2ª edição. NTC Lincolnwood: Business Books, 1998.
- PAPANEEK, V. **Design for the real world: Human ecology and social change**. Frogmore, St. Albans: Paladin, 1974.
- PEATTIE, K. **Green marketing**. London: Pitman, 1992.
- _____. **Environmental marketing management: Meeting the green challenge**. London: Pitman, 1995.
- POLONSKY, M; MINTU-WINSATT, A.T. (Ed.). **Environmental marketing: Strategies, practice, theory, and research**. New York, London: Haworth, 1995.
- PRAHALAD, C.K. **The fortune at the bottom of the pyramid: Eradicating poverty through profits**. Upper Saddle River: Pearson Education, 2005.
- QUARANTE, D. **Éléments de design industriel**. Paris: Polytechnica, 1994.
- RIBEIRO, B. G. **O artesanato tradicional e seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Funarte, 1983.
- ROCHA, E. **Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- _____. Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v.1, n.1, jul./dez. 2000.
- SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente**. São Paulo: Studio Nobel, 1993.
- SEBRAE. **Pesquisa mundial de comércio justo**. Brasília: Sebrae, 2007.
- THACKARA, J. **Designing in a complex world**. Cambridge: MIT Press, 2006.
- TRENDWATCHING. Eco-iconic, Eco-embedded & Eco-boosters. **Trendwatching**, Amsterdã, mai./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.trendwatching.com/briefing>>. Acesso em 28 mai. 2008.
- VEBLEN, T. **A Alemanha imperial e a Revolução Industrial: a teoria da classe ociosa**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.
- WBCSD. **Eco-efficient leadership for improved economic and environmental performance**. Genebra: WBCSD, 1996.
- WEINER, G. **Arquitetura popular brasileira**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- WERNICK, A. **Promotional culture: advertising, ideology and symbolic expression**. Londres: Sage, 1991.

Anexo 1 – Análise Conjunta e Roteiro da Entrevista

Prezado(a) Sr(a).

Como aluna de mestrado do Departamento de Artes & Design da PUC-Rio, estou fazendo uma pesquisa sobre compra de objetos decorativos e móveis, para identificar o comportamento do consumidor diante dessa questão. Os questionários respondidos são anônimos. Posteriormente, a avaliação dessa pesquisa estará disponível em dissertação de mestrado, para quem tiver interesse. Considerando que você é uma pessoa ocupada, gostaria de agradecer desde já sua atenção e seu apoio.

Parte I

1. Considere que você está comprando um móvel ou objeto decorativo para sua casa. Para cada opção de compra, você deverá analisar as 4 características a seguir:

1) Material:

- **Reciclado, renovável ou reciclável**
material que foi reaproveitado de um outro produto, feito com recursos renováveis ou que pode ser reaproveitado em produtos novos.
- **Novo ou não-reaproveitável**
material virgem ou que não pode ser reaproveitado em produtos novos.

2) Estilo:

- **Rústico**
utiliza fibras naturais, madeira bruta, relação direta com a natureza.
- **Contemporâneo**
segue tendências atuais, é moderno e urbano.

3) Modo de Produção:

- **Artesanal**
aquele que foi criado manualmente por artesãos de diversas regiões do Brasil.

- **Artesanal com design assinado**
aquele que foi criado manualmente por artesãos de diversas regiões do Brasil, com orientação de um designer.
- **Industrial**
aquele que foi fabricado industrialmente.
- **Industrial com design assinado**
aquele que foi fabricado industrialmente, com assinatura de um designer.

4) Preço:

- **Baixo (\$)**
em oferta, em promoção.
- **Médio (\$\$)**
preço médio de mercado.
- **Alto (\$\$\$)**
acima da média de mercado.
- **Muito alto (\$\$\$\$)**
muito acima da média de mercado.

Agora, numere as seguintes opções de compra, por ordem de preferência
(1 = de maior preferência, 16 = de menor preferência):

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Reciclado, renovável ou reciclável
Rústico
Artesanal
Preço: \$\$\$

A ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Novo ou não-reaproveitável
Contemporâneo
Artesanal com design assinado
Preço: \$\$\$

B ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Reciclado, renovável ou reciclável
Rústico
Industrial
Preço: \$\$\$

C ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Novo ou não-reaproveitável
Contemporâneo
Industrial com Design assinado
Preço: \$\$\$

D ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Reciclado, renovável ou reciclável
Contemporâneo
Artesanal
Preço: \$\$\$\$

E ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Novo ou não-reaproveitável
Rústico
Artesanal com design assinado
Preço: \$\$\$\$

F ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Reciclado, renovável ou reciclável
Contemporâneo
Industrial
Preço: \$\$\$\$

G ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Novo ou não-reaproveitável
Rústico
Industrial com design assinado
Preço: \$\$\$\$

H ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Novo ou não-reaproveitável
Rústico
Artesanal
Preço: \$

I ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Reciclado, renovável ou reciclável
Contemporâneo
Artesanal com design assinado
Preço: \$

J ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Novo ou não-reaproveitável
Rústico
Industrial
Preço: \$

K ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Reciclado, renovável ou reciclável
Contemporâneo
Industrial com design assinado
Preço: \$

L ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Novo ou não-reaproveitável
Contemporâneo
Artesanal
Preço: \$\$

M ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Reciclado, renovável ou reciclável
Rústico
Artesanal com design assinado
Preço: \$\$

N ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Novo ou não-reaproveitável
Contemporâneo
Industrial
Preço: \$\$

O ()

<i>Móvel ou objeto decorativo</i>
Reciclado, renovável ou reciclável
Rústico
Industrial com design assinado
Preço: \$\$

P ()

Parte II

2. O que você valoriza quando compra um móvel ou objeto decorativo?

3. Você costuma consultar selos ou etiquetas que explicam como um móvel ou objeto decorativo foi fabricado?

() Não sei () Não () Sim. Que tipo de selo ou etiqueta?

4. Na sua opinião, o profissional de design (o designer) tem alguma participação na criação de móveis ou objetos decorativos?

() Não sei () Não () Sim. Explique, por favor, qual seria essa participação:

5. O que você entende por produtos ecológicos?

6. O que você entende por produtos socialmente responsáveis?

7. Você considera que suas escolhas, na hora de comprar, podem ajudar a preservar o planeta?

() Não sei () Não () Sim. Por quê?

8. Você considera que suas escolhas, na hora de comprar, podem ajudar pessoas?

() Não sei () Não () Sim. Por quê?

9. Indique, nessa loja, um móvel ou objeto decorativo que você considere socialmente responsável e ecologicamente correto. Explique seus motivos para essa escolha.

10. Você levou em conta características ecológicas e socialmente responsáveis ao numerar as suas escolhas na primeira parte desta pesquisa?

() Não sei () Não () Sim. Qual (is)?

11. Você vê alguma relação entre o estilo rústico e um móvel ou objeto decorativo ecologicamente correto?

Não sei Não Sim. Qual seria essa relação?

12. Você vê alguma relação entre o modo de produção artesanal e um móvel ou objeto decorativo socialmente responsável?

Não sei Não Sim. Qual seria essa relação?

Parte III

Perfil do respondente:

13. Sexo:

Masculino Feminino

14. Idade:

abaixo de 18 anos entre 18 e 25 anos entre 26 e 35 anos
 entre 36 anos e 45 anos entre 46 anos e 54 anos acima de 55 anos

15. Faixa salarial mensal da família:

abaixo de R\$ 1.000,00 entre R\$ 1.001,00 e R\$ 3.000,00
 entre R\$ 3.001,00 e R\$ 6.000,00 entre R\$ 6.001,00 e R\$ 9.000,00
 entre R\$ 9.001,00 e R\$ 12.000,00 acima de R\$ 12.000,00

16. Nível de instrução:

Primário / fundamental incompleto Primário / fundamental completo
 Secundário / médio incompleto Secundário / médio completo
 Superior incompleto Superior completo
 Pós-graduado incompleto Pós-graduado completo

17. Qual é a sua área profissional? Por favor, especifique sua função ou seu cargo.

18. Você se considera cliente da loja?

Sim Não

19. Com que frequência você adquire um móvel ou objeto decorativo para casa?

Todo mês De dois em dois meses
 De três em três meses De seis em seis meses
 Uma vez por ano Outro:

20. Você costuma ler alguma revista de decoração ou design? Não Sim. Qual (is)?

Anexo 2 – Tela da Pesquisa On-line / Loja Elementos da Terra

Pesquisa -

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.pesquisadesign.org/elementosdaterra.htm> Ir Links

9. Indique, abaixo, um móvel ou objeto decorativo que você considere socialmente responsável e ecologicamente correto.

<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	
<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	

Explique seus motivos para essa escolha.

página 3 de 5

Anexo 3 – Tela da Pesquisa On-line / Showroom Fernando Jaeger

Pesquisa -

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.pesquisadesign.org/fernandojaeger.htm> Ir Links

9. Indique, abaixo, um móvel ou objeto decorativo que você considere socialmente responsável e ecologicamente correto.

<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	
<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	

Explique seus motivos para essa escolha.

página 3 de 5

Anexo 4 –Tela da Pesquisa On-line / Loja Daqui Design

Pesquisa -

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.pesquisadesign.org/daqui.htm> Ir Links

9. Indique, abaixo, um móvel ou objeto decorativo que você considere socialmente responsável e ecologicamente correto.

<input type="radio"/> 	<input type="radio"/> 	<input type="radio"/> 
<input type="radio"/> 	<input type="radio"/> 	<input type="radio"/> 

Explique seus motivos para essa escolha.

Continuar

página 3 de 5