

1. Record Nr.	UNINA9910341847703321
Autore	Rodrigues Tiago
Titolo	Le spectacle, contrat imaginaire // Tiago Rodrigues
Pubbl/distr/stampa	Avignon, : Éditions Universitaires d'Avignon, 2019
ISBN	2-35768-072-5
Descrizione fisica	1 online resource (72 p.)
Altri autori (Persone)	AdlerLaure EthisEmmanuel MalinasDamien PyOlivier RodriguesTiago
Soggetti	Theater théâtre spectacle vivant parole contrat imaginaire entretien expression artistique souffle
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	« [...] ce sont des corps présents, physiques, visibles qui sont toujours en train d'évoquer des choses qui ne sont pas là, ce qui constitue le contrat imaginaire entre nous et le public. » Sopro, création 2017 de Tiago Rodrigues, nous amène au cœur du théâtre : la parole offerte au public le soir du spectacle. Si les mythes, les classiques, la tradition nous précèdent et nous dépassent, grâce au « contrat imaginaire » entre artistes et spectateurs la parole est libre de resurgir, ici et maintenant, sur les planches d'un plateau. Dans le devenir sans fin de l'histoire, une chose est sûre : sopro, le souffle des êtres humains, va rester à jamais...

2. Record Nr.	UNINA9910823881203321
Titolo	Design thinking approach for healthy food experiences and well-being : contributions to theory and practice // guest editors Wided Batat and Michela Addis
Pubbl/distr/stampa	[Place of publication not identified] : , : Emerald Publishing Limited, , 2021
ISBN	1-80262-918-1
Descrizione fisica	1 online resource (181 pages)
Collana	European Journal of Marketing, , 0309-0566 ; ; Volume 55, Number 9
Disciplina	613.25
Soggetti	Low-fat diet Food industry and trade
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Cover -- Guest editorial -- Designing food experiences for well-being: a framework advancing design thinking research from a customer experience perspective -- A "crescendo" model: designing food experiences for psychological well-being -- Encouraging healthier choices in supermarkets: a co-design approach -- Towards co-created food well being:culinary consumption, braggart word-of-mouth and therole of participative co-design, service provider support and C2C interactions -- Netnography and design thinking: development and illustration in the vegan food industry -- Visualizing food: photography as a design thinking tool to generate innovative food experiences that improve food well-being -- Digital technology-enabled transformative consumer responsabilisation: a case study.