* DISCIPLINA: **INDÚSTRIA CULTURAL E AS NOVAS MÍDIAS**

CARGA HORÁRIA: 45 horas (3 créditos)

**EMENTA:** Articulações entre o conceito de Indústria Cultural e produção artística na contemporaneidade. As Teorias da Comunicação e a redefinição do modelo comunicacional hegemônico. Relações entre consumo e cultura. Pós-modernidade, globalização e identidade cultural. Novas tecnologias de informação e comunicação. Cibercultura e convergência midiática.

**OBJETIVOS:** Inserir os alunos no debate contemporâneo sobre a redefinição das práticas de produção e consumo cultural a partir do papel desempenhado pelas novas tecnologias de informação e comunicação. Discutir e problematizar tanto as posturas eufóricas quanto as apocalípticas em relação às redes sociais, à convergência midiática e à cultura participativa.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

1. Processos de comunicação: o modelo “clássico”. Abordagens pioneiras: as teorias funcionalistas. O conceito de Indústria Cultural. Escola de Frankfurt. (10h)
2. Revisões do modelo tradicional de Comunicação: o olhar dos Estudos Culturais. Pós-modernidade, globalização, identidade e consumo. Indústria Cultural ou Cultura das Mídias? (10h)
3. Cibercultura e convergência midiática. (10h)
4. Redes sociais, comunidades virtuais, cultura participativa. (10h)
5. Apresentação e discussão das propostas de trabalhos finais. (5h)

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. Pp. 169 a 214. Disponível em <<http://nupese.fe.ufg.br/uploads/208/original_ADORNO.pdf?1349568504>>

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*. Disponível em <<http://ideafixa.com/wp-content/uploads/2008/10/texto_wbenjamim_a_arte_na_era_da_reprodutibilidade_tecnica.pdf>.>

BURGUESS, Jean & GREEN, Joseph. *Youtube e a revolução digital*. São Paulo: Aleph, 2009.

CANCLINI, N. G. *A socialização da arte* – teoria e prática na América Latina. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1984.

––––––. *Consumidores e cidadãos* – conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1996.

––––––. *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp, 1997.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

CHAUÍ, M. *Conformismo e resistência* – aspectos da cultura popular do Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1985.

\_\_\_\_\_\_.Indústria cultural e cultura de massas - In: CHAUÍ, Marilena. *Convite à Filosofia*. São Paulo, Ática, 2000. p. 422-428. Disponível em: http://www.uff.br/cienciainformacao/Disciplinas/CHAUIconvitea\_filo.pdf . Acesso: 01 Maio 2011.

COELHO, T. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1980.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Disponível em < <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/socespetaculo.pdf>>.

DIZARD Jr., Wilson. *A nova mídia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

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

GALVÃO, Alexander et al. (Orgs.). *Capitalismo cognitivo*: trabalho, redes e inovação. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.

HALL, STUART. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução Tomaz Tadeu da Silva. Guaraciara Lopes Louro – 6 ed – Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HERSCHMAN, Micael. *Indústria da música em transição*. Rio de Janeiro: Estação das Letras, 2010. Disponível em: <https://micaelherschmann.files.wordpress.com/2013/05/indc3bastria-da-mc3basica-em-transic3a7c3a3o.pdf>.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MATTELART, André & NEVEU, Érik. *Introdução aos Estudos Culturais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

PERPÉTUO, Irineu Franco & SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. (org.). *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009. Disponível em: <http://baixacultura.org/biblioteca/3-livros/3-6-o-futuro-da-musica-depois-da-morte-do-cd/>.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso*. São Paulo: Makron Books, 2001.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1987.