

MESTRADO PROFISSIONAL EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS

DISCIPLINA:

Poder e Consumo na Sociedade Contemporânea

EMENTA:

Gênese e dinâmica das relações de poder relacionadas à produção, distribuição, consumo, acesso e regulação de recursos da comunicação e da cultura em ambientes de convergência tecnológica. Análise de estratégias políticas de grupos, movimentos e organizações sociais para alcançar visibilidade midiática. Processos de interação estratégica entre os principais atores inseridos nas arenas de disputa por recursos simbólicos. A ação coletiva em tempos de redes sociais digitais. Movimentos sociais, ativismo digital e suas repercussões nos tradicionais de representação política no Brasil e no mundo. Debate teórico-conceitual previsto pelos campos da ciência política e da economia política da comunicação. Reflexão teórico-metodológica sobre a pesquisa aplicada. Estudos de caso.

BIBLIOGRAFIA:

1. BAKER, C. Edwin. Media concentration and democracy: why ownership matters. Cambridge: New York, 2007.
2. BECERRA, Martín. De la concentración a la convergencia: políticas e médios en Argentina y América Latina. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2015.
3. BLANKSON, Isaac A; MURPHY, Patrick D (ed.). Negotiating democracy: media transformations in emerging democracies. Albany: State University of New York Press, 2007.
4. BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Editora Perspectiva, 2007
5. _____. Poder simbólico. São Paulo: Bertrand Brasil, 2006.
6. BOYLE, James. Foreword: the opposite of property? Law and Contemporary problems, Volume 66, Número 1e2. p 1-32, Durham, Carolina do Norte, 2003a.
7. CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. São Paulo: Zahar, 2013.
8. DOMINGUES-DA-SILVA, J., DE BARROS, C.. O que significa “democratização da comunicação?”. Revista Política Hoje, 22, jan. 2014.
9. DOMINGUES-DA-SILVA, Juliano. A política da política de TV digital no Brasil: atores, interesses e decisão governamental. Rio de Janeiro: Multifoco, 2011.
10. HARVEY, David. Condição Pós-Moderna. 13 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
11. HINDMAN, Matthew. The myth of digital democracy. New Jersey: Princeton University Press, 2009.

12. JAMBEIRO, Othon. A TV no Brasil do século XX. Salvador: EDUFBA, 2002.
13. LEMOS, Ronaldo. From Legal Commons to Social Commons: Brazil and Cultural Industry in the 21o. Century. Centre for Brazilian Studies, Oxford, 2007.
14. LESSIG, Lawrence. Cultura Livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade. São Paulo: Trama, 2005.
15. LIMA, Venício Arthur de.. Regulação das comunicações: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.
16. LIVINGSTONE, Sonia; LUNT, Peter; MILLER, Laura. Citizens, consumers and the citizen-consumer: articulating the citizen interest in media and communications regulation. Discourse & Communication (SAGE Publications), 1:63, p. 63-89, 2007.
17. MARGETTS, Helen; JOHN, Peter; HALE, Scott; YASSERI, Taha. Political Turbulence: how social media shape collective action. Princeton: Princeton University, 2015.
18. MUGHAN, Anthony; GUNTER, Richard. Democracy and the media: a comparative perspective. Cambridge: New York, 2004.
19. NAPOLI, Philip M. (ed.). Media diversity and localism: meaning and metrics. New York: Routledge, 2007.
20. NOAM, Eli M.. Media ownership and concentration in America. Oxford: Oxford University Press, 2009.
21. PIERANTI, Octávio Penna. Políticas públicas para radiodifusão e imprensa. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
22. SILVA, J., ZAVERUCHA, J., FIGUEIREDO FILHO, D., ROCHA, E.. Mais concentração de propriedade de Mídia, menos democracia? Testando possibilidades de associação entre variáveis. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, América do Norte, 38, may. 2015.
23. SORJ, Bernardo. Poder político e meios de comunicação: da representação política ao reality show. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
24. THOMPSON, John B.. Mídia e modernidade: uma teoria social da mídia. São Paulo: Vozes, 2013.
25. UNESCO. Um mundo e muitas vozes: Comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro: FGV, 1983.