

## FICHA DE NOVO COMPONENTE CURRICULAR DA PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* - UFPE

<b>NOME DO PROGRAMA:</b>	PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA	
<b>CENTRO:</b>	CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO	

<b>DADOS DO COMPONENTE</b>				
<b>NOME DO COMPONENTE:</b>	Música e Consumo			
<b>CARGA HORÁRIA:</b>	60h hs	<b>TIPO DE COMPONENTE:</b>	( x ) disciplina	( ) atividade
		<b>COMPONENTE FLEXÍVEL:</b>	( x ) sim	( ) não
<b>EMENTA:</b>	<p>A relação entre música e consumo na sociedade contemporânea, a partir de suas dimensões simbólicas, políticas e econômicas. Análise do mercado de música a partir de suas dinâmicas de produção, circulação e recepção; o impacto de plataformas digitais e de redes sociais. O consumo como instrumento de prática de cidadania cultural e de reafirmação da identidade de um povo. O papel da política cultural na regulação do mercado e da chamada economia criativa. Modelos de fomento e o impacto do consumo nas dinâmicas de trabalho do artista da música.</p>			
<b>REFERÊNCIAS:</b>	<p>ALEXANDER, Jeffrey; GIESEN, Bernhard; MAST, Jason. <i>Social Performance: Symbolic Action, Cultural Pragmatics and Ritual</i>. Londres: Cambridge University Press, 2006, 377p.</p> <p>BENHAMOU, Françoise. <i>A Economia da Cultura</i>. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007. 195p.</p> <p>BOTELHO, Isaura. <i>Dimensões da Cultura: Políticas Culturais e seus Desafios</i>. São Paulo: Edições SESC, 2016, 400p.</p> <p>CANCLINI, Néstor Garcia. <i>Consumidores e Cidadãos; conflitos multiculturais da globalização</i>. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995. 286 p.</p> <p>ORTIZ, Renato. <i>Cultura Brasileira &amp; Identidade Nacional</i>. São Paulo: Brasiliense, 1994. (85, 1a edição / 94, 5a edição / 2012, ficha / 2017, 15a reimpressão). 152p</p> <p>YÚDICE, George. <i>A Conveniência da Cultura - usos da cultura na era global</i>. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013. 651p</p>			