



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE LETRAS E ARTES

**Escola de Belas Artes**

Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais

**LINHA DE PESQUISA IMAGEM E CULTURA**

Disciplina: <b>CULTURA MATERIAL E ARTE ÉTNICA II</b>	Período: <b>2013.1</b>
	Código: <b>BAC 775 (TURMA M: 125)</b> <b>BAC 821 (TURMA D: 126)</b>
Nome do Curso: <b><i>O consumo sob uma perspectiva cultural</i></b>	
Professor: <b>Marcus Dohmann</b>	
EMENTA:  Abordagem de aspectos da cultura dos objetos [cultura material] a partir da investigação de manifestações referentes a um dos fenômenos mais característicos das sociedades desenvolvidas da segunda metade do século XX — o consumo.	
PROGRAMA DO CURSO:  Objetivos  Promover uma reflexão teórica em torno das propostas que associam os estudos da cultura dos objetos e do consumo às identidades pessoais e coletivas. Abordar problemáticas a partir do estudo de textos de autores que promovam discussões científicas fundamentadas sobre as aplicações dos saberes do campo disciplinar apresentado — cultura material e consumo.  Conteúdo  A disciplina promoverá a apresentação e a discussão crítica de textos relativos ao consumo entendido enquanto conjunto de práticas que se traduzem pela escolha, aquisição e a apropriação de bens e serviços por parte dos indivíduos. Esta linha de reflexão procurará estudar o consumo em um amplo e diversificado conjunto de práticas criativas e investidas de sentido, fundamentais para os processos de [re]construção identitária contemporâneos.  Abordagem da mercantilização da cultura através de uma perspectiva sociocultural dos objetos, na discussão de exemplos que envolvem os temas do consumo e do consumismo modernos.  Metodologia  Aulas teóricas com análise e debate de textos específicos, complementados por exposição visual. Avaliação através de organização de seminários sobre temas pertinentes e desenvolvimento de trabalho final (monografia).  Formas de avaliação  Serão avaliadas as apresentações no seminário, monografia e a participação no curso.	



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE LETRAS E ARTES

**Escola de Belas Artes**

Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais

**LINHA DE PESQUISA IMAGEM E CULTURA**

**BIBLIOGRAFIA:**

- APPADURAI, Arjun. A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói/RJ: EDUFF, 2008.
- BARBOSA, L (Org.); CAMPBELL, C. Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; VELOSO, L. [Org.] Consumo: cosmologias e sociabilidades. Rio de Janeiro: MAUAD, 2009.
- BAUDRILLARD, Jean. Sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 2006.
- \_\_\_\_\_. O sistema dos objetos. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria, Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BUENO, Maria Lucia; CAMARGO, Luiz Octávio L. [Org.] Cultura e consumo. estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: SENAC, 2008.
- CANCLINI, Néstor G. Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- \_\_\_\_\_. Diferentes, desiguais e desconectados. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.
- CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- DESJEUX, Dominique. O consumo. Abordagens em ciências sociais. Alagoas: UFAL, 2011.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. O mundo dos bens. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- HAUG, Wolfgang F. Crítica da estética da mercadoria. São Paulo: UNESP, 1997.
- LINDSTROM, Martin. A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- MILLER, Daniel. Teoria das compras. São Paulo: Nobel, 2007.
- \_\_\_\_\_. Material culture and mass consumption (Social archaeology). Lexington/KY/USA: Basil Blackwell, 2009.
- MORACE, Francisco. Consumo autoral: as gerações como empresas criativas. São Paulo: Estação das letras e cores, 2009.
- ROCHA, Everardo. Representações do consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- ROCHA, E. et al [Org.]. Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens. Rio de Janeiro: Mauad, 2006 b.
- VOLPI, Alexandre. A história do consumo no Brasil: do mercantilismo à era do foco no cliente. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.