

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	DOCENTE
COMB60	Oficina de Análise de Públicos e Práticas Culturais	Sérgio Sobreira

CARGA HORÁRIA				MÓDULO			SEMESTRE VIGENTE
T	P	E	TOTAL	T	P	E	
68	68		136	X	X		2021.1

EMENTA

Públicos culturais e produção cultural. Análise de públicos e práticas culturais, observando tendências contemporâneas e perspectivas. Indicadores e procedimentos de pesquisa e de sondagem. Tipologias de públicos e práticas culturais. Formação de público, mediação e acessibilidade cultural. Consumo cultural e dimensão ambiental: interfaces e tensões. Perfis de públicos e diversidade cultural.

OBJETIVOS

- Fomentar a apreciação e análise de produtos, bens, serviços e mercados culturais
- Refletir criticamente sobre criação e realização de cultura
- Estimular a produção de instrumentais de pesquisa sobre públicos e práticas culturais

METODOLOGIA

A disciplina será desenvolvida remotamente através de atividades síncronas (videoaulas, exposições, debates, seminários) e assíncronas (estudo de textos, apreciação de vídeos etc.), como etapas que complementarão a prática de pesquisa de campo sobre consumo de cultura, a ser construída e realizada durante o semestre.

AVALIAÇÃO

Serão avaliados os processos individuais de participação em atividades da disciplina. Além disso, será desenvolvido projeto de pesquisa, realizado em equipe, cujo resultado final será igualmente mensurado como item de avaliação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Contextos de produção cultural na contemporaneidade. Públicos e mercados da cultura. Sociologia do consumo, da cultura e da arte. A noção de *habitus* e a formação do gosto. Práticas de consumo de cultura e indicadores. Públicos, não públicos e mercados culturais. Perfis de públicos e diversidade: a influência de aspectos censitários como etnia, gênero, sexualidade, idade, escolaridade e renda na composição dos públicos da cultura. O campo da cultura e a pesquisa social. Noções de estatística, pesquisa de mercado e pesquisa de opinião. Dados censitários.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia básica

- BEHAMOU, Françoise. **A Economia da Cultura**. Cotia/SP: Ateliê Editorial, 2007.
 CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.
 COULANGEON, Philippe. **Sociologia das práticas culturais**. São Paulo: ed. Sesc, 2014
 FLEURY, Laurent. **Sociologia da Cultura e das práticas culturais**. São Paulo: Senac, 2009.
 LAHIRE, Bernard. **A Cultura dos Indivíduos**. Porto Alegre: Artmed, 2006

Bibliografia complementar:

- ARAUJO, Sérgio Sobreira. **Públicos e Mercados Culturais**. In: RUBIM, Linda (org.) Organização e produção da cultura. Salvador: EDUFBA, 2005, p. 33-52.
 BERA, Matthieu e LAMY, Yvon. **Sociologia da Cultura**. São Paulo: ed. Sesc, 2012.
 GANS, Herbert J. **Cultura popular e alta cultura : uma análise e avaliação do gosto**. São Paulo : ed. Sesc, 2012.

Assinatura e Carimbo do Chefe do Departamento
Programa aprovado em reunião plenária do dia ___/___/___

Assinatura e Carimbo do Coordenador do Curso
Programa aprovado em reunião plenária do dia ___/___/___