

MESTRADO PROFISSIONAL EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS

DISCIPLINA:

Arte, Cultura e Tecnologia

EMENTA:

As linguagens artísticas em articulação com as tecnologias da informação e da comunicação (TICs) em ambientes transmidiáticos. Arte moderna, cultura de massas e cultura popular. Os hibridismos culturais. Cultura pós-moderna, cibercultura e contracultura. Arte interativa e arte generativa. Individualidades e coletividades na produção e difusão de produtos artístico-culturais. Aspectos sociais, políticos, econômicos e estéticos da arte moderna e contemporânea. Arte engajada e ativismo político em plataformas transmidiáticas. Os processos sociais da produção de sentido, difusão e recepção de produtos simbólicos. Estudo de casos e prototipação.

BIBLIOGRAFIA:

1. ADORNO, Theodor W. A Indústria Cultural. In: Cohn (Org.), Theodor W. Adorno, Trad. de Amélia Cohn. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1986.
2. AGAMBEM, Giorgio. O que é o contemporâneo? E outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.
3. ARANTES, Priscila. @rte e mídia: perspectiva da estética digital. São Paulo: SENAC São Paulo, 2005.
4. BECKER, Howard S. Art Worlds. Berkeley/Los Angeles: University of California Press, 1984.
5. CHARTIER, Roger. A aventura do livro: do leitor ao navegador. São Paulo: UNESP, 1998.
6. CONNOR, Steven. Cultura pós-moderna. Introdução às teorias do contemporâneo. São Paulo: Loyola, 2000.
7. DOMINGUES, Diana (org.). Arte, ciência e tecnologia: passado, presente e desafios. São Paulo: Editora UNESP, 2009.
8. DURÃO, Fábio Akcelrud; ZUIN, Antonio; VAZ, Alexandre Fernandez. A indústria cultural hoje. São Paulo: Boitempo, 2008.
9. ECO, Umberto. A definição da arte. São Paulo: Perspectiva, 2008.
10. FEATHERSTONE, M. Cultura de Consumo e Pós-Modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
11. FIGUEIRÔA, Alexandre; FECHINE, Yvana (ed.). Guel Arraes, um inventor noaudiovisual brasileiro. Recife: Companhia Editora de Pernambuco, 2008.
12. GAWLINSKI, Mark. Interactive television production. Oxford, England: Focal Press, 2003.

13. GEERTZ, C. A. *Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.
14. HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
15. MANOVICH, Lev. *The language of new media*. Cambridge: Ed. MIT Press, 2001.
16. MÉDOLA, A. S. L. D.; REDONDO, L.V.A.. (2009). Interatividade e pervasividade na produção da ficção televisiva brasileira no mercado digital. *MATRIZES: Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*. Ano 3, v. 1 (ago./dez. 2009). São Paulo: ECA-USP/Paulus.
17. RUSH, Michael. *Novas Mídias na Arte Contemporânea*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
18. SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Editora Paulus, 2003.
19. SCOLARI, Carlos. *Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo*. *Diálogos de la Comunicación*, 77, 2008.
20. SHAPIRO, Roberta. *Que é Artificação, Sociedade e Estado*. Brasília, v. 22, n.1, jan./abr., 2007.