

## MESTRADO PROFISSIONAL EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS

### DISCIPLINA:

Políticas de Comunicação e de Cultura

### EMENTA:

Conceitos de poder, política e de políticas públicas. A relação entre modelos de democracia e sistemas de comunicação e cultura. Conceitos de política de comunicação e de política cultural. Teorias da regulação, grupos de pressão e processos de gênese e evolução de políticas. Modelos de análise de políticas públicas aplicados ao campo de políticas de comunicação e de cultura. Análise crítica da relação entre políticas públicas, leis de incentivo e estruturação de mercados. O papel do Estado e sua relação com o setor privado no fomento de políticas setoriais de comunicação e cultura em um mundo globalizado. Monopólios, oligopólios e concorrência perfeita em indústrias criativas. Diversidade, pluralidade em sistemas de comunicação. O papel dos Conselhos de Cultura e dos Conselhos de Comunicação. Estudo de casos.

### 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. BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. Paulus: São Paulo, 2007.
4. BRADFORD, G., GARY, M. e WALLACH, G (ed). The Politics of Culture: policy perspectives for individuals, institutions, and communities. New York: The New Press, 2000.
5. COLETIVO INTERVOZES. Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, Intervozes, 2009.
6. DOMINGUES-DA-SILVA, J., DE BARROS, C.. O Que Significa “Democratização da comunicação?”. Revista Política Hoje, 22, jan. 2014.
7. DOMINGUES-DA-SILVA, Juliano. A política da política de TV digital no Brasil: atores, interesses e decisão governamental. Rio de Janeiro: Multifoco, 2011.
8. DURAND, José Carlos. Política e gestão cultural: Brasil, USA e Europa. Relatório n° 13/2000 São Paulo, Escola de Administração de Empresas FGV; Núcleo de Pesquisas e Publicações série relatórios de pesquisa. 2000.
9. GREFF, Xavier. A economia artisticamente criativa; tradução Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2015.
10. JAMBEIRO, Othon. A TV no Brasil do século XX. Salvador: EDUFBA, 2002.

11. LIMA, Venício Arthur de. Regulação das comunicações: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.
12. NAPOLI, Philip M. (ed.). Media diversity and localism: meaning and metrics. New York: Routledge, 2007.
13. PIERANTI, Octávio Penna. Políticas públicas para radiodifusão e imprensa. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
14. RICE, Ronald E. Media ownership: research and regulation. Cresskill, NJ: Hampton Press, 2008.
15. RUBIM, Antonio Albino Canelas. (org.). Cultura e políticas culturais. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2011.
16. RUBIM, Antonio Albino Canelas. FERNANDES, Taiane, RUBIM, Iuri (org.). Políticas culturais, democracia e conselhos de cultura. Salvador: EDUFBA, 2010.
17. SILVA, Hadija Chalupe da. O filme nas telas: a distribuição do cinema nacional. São Paulo: Ecofalante, 2010.
18. 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. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2205>.
19. SIMIS, Anita. Estado e cinema no Brasil. São Paulo: Editora Unesp, 2015.
20. UNESCO. Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura. Brasília: UNESCO Brasil, 2003.