

Nome e código do componente curricular: MERCADO CULTURAL, PÚBLICO E CONSUMO		Centro: CECULT	Carga horária: 68h
Modalidade Disciplina	Função: Específica	Natureza: Optativa	
Pré-requisito: Sem Pré-requisito		Módulo de alunos: 50	
<p>Ementa:</p> <p>Os mercados culturais e a produção cultural. Os públicos da cultura. Consumo cultural. Estratégias de mercado para produtos e ações culturais. Instrumentos de análise de público. Formação de público. Práticas alternativas de produção e consumo cultural.</p>			
<p><b>Bibliografia Básica:</b></p> <p>BOURDIEU, Pierre. <b>A economia das trocas simbólicas</b>. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.</p> <p>MACHADO NETO, Manoel Marcondes. <b>Marketing cultural: das práticas à teoria</b>. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2005.</p> <p>NUSSBAUMER, Gisela Marchiori. <b>O mercado da cultura em tempos (pós) modernos</b>. Santa Maria: Editora da UFSM, 2000.</p> <p><b>Bibliografia Complementar:</b></p> <p>CANCLINI, Néstor García. <b>A globalização imaginada</b>. São Paulo: Iluminuras, 2003.</p> <p>CANCLINI, Néstor García. <b>Leitores, espectadores e internautas</b>. Trad. Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.</p> <p>GOMES, Rui Telmo. In: SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (org). <b>Públicos da cultura</b>. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais, 2003.</p> <p>MOREIRA, Elena. <b>Gestión cultural: herramienta para la democratización de los consumos culturales</b>. Buenos Aires: Longseller, 2003.</p> <p><b>Bibliografia Adicional:</b></p> <p>BOTELHO, Isaura. Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública. <b>Revista Espaço e Debates</b>. São Paulo: Núcleo de Estudos Regionais e Urbanos. v.23. n.43-44. jan/dez, 2003.</p> <p>BOTELHO; Isaura; FIORE, Maurício. O uso do tempo livre e as práticas culturais na região metropolitana de São Paulo. Relatório da Primeira Etapa da Pesquisa. <b>Centro de Estudos da Metrópole – CEBRAP</b>. Abril de 2005.</p> <p>CARVALHO, Márcia M. Perfil dos Visitantes do Museu Nacional de Belas Artes. Estatística Aplicada. <b>Relatório de final de curso</b>. Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE. Rio de Janeiro. 1994.</p> <p>NUSSBAUMER, Gisele; RATTES, Plínio. <b>Equipamentos Culturais de Salvador: Públicos, Políticas e Mercados</b>. Trabalho apresentado no V ENLEPICC. Salvador: Faculdade Social da Bahia, 11 de novembro de 2005 (cd-rom).</p> <p>SILVA, Maria Cristina de Souza e. <b>Pesquisa de público em museus e instituições abertas à visitação: fundamentos e metodologia</b>. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: UFRJ, 1989.</p> <p>SOBREIRA, Sérgio. Públicos e Mercados Culturais para o Teatro Baiano. In: <b>Revista da Bahia</b>. Salvador, 32(37):74-81, primeiro semestre de 2003.</p> <p>TATSCH, Flavia Galli. <b>Gestores e mediadores: profissionais da cultura, agentes de transformação</b>. Dissertação, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2001.</p>			