

DEF – Teorias críticas da comunicação: A cultura do consumo: passagens do capitalismo de produção para o capitalismo comunicacional

Professor: Prof. Dr. José Luiz Aidar Prado (cód.Orientação: 6253)

Área de Concentração: Signo e Significação nos Processos Comunicacionais

Linha de Pesquisa 3 : Dimensões políticas da Comunicação

Horário: 5ª feira, das 10 às 13 horas

Semestre: 2º/2018

Créditos: 03

Carga horária: 225 horas

EMENTA E OBJETIVOS:

A disciplina apresenta a lógica conceitual e argumentativa das principais teorias críticas que têm contribuído, desde o século XX, para o campo de estudos da Comunicação. Os fundamentos dessas teorias são discutidos conforme nucleações conexas: 1) a Escola de Frankfurt, a crítica marxista da ideologia, a apropriação contracultural dos meios de comunicação de massa; 2) as teorias críticas hermenêuticas, como a da ação comunicativa; 3) as teorias do simulacro e do excesso de signos; 4) as teorias críticas do discurso e da ideologia, abrangendo a psicanálise, o pós-marxismo e o pós-estruturalismo; 5) as teorias da multidão, envolvendo fenômenos de contracomunicação e contraglobalização; 6) as teorias críticas do virtual, do ciberespaço e das redes; e 7) as teorias da vigilância e das relações entre comunicação e campo bélico.

No transcurso histórico, em que se pressupõe a transição da modernidade para a pós-modernidade, estão previstas discussões sobre várias teorias concorrentes, em sua tentativa de definir a comunicação, situando a construção das teorias da comunicação a partir de conceitos como "cultura de massas" e "indústria cultural". Examinaremos a passagem da sociedade da produção moderna à cultura de consumo pós-moderno, em que se dá uma nova produção de sentidos e valores no marketing e na publicidade, a que podemos chamar superprodução semiótica, na cultura das mídias, com a tecnologização dos discursos, com a generalização semiotizadora do imaterial, a disseminação de marcas textuais e os deslocamentos do político para o estésico. Esse desenvolvimento teórico será acompanhado de um estudo das fases do capitalismo sistêmico e da construção de uma "sociedade de comunicação". Em particular examinaremos as características atuais do capitalismo comunicacional em termos da formação dos sujeitos, a estrutura da convocação e da

promessa, o funcionamento do supereu do gozo, o apelo do sensível do corpo, considerando um cruzamento entre teoria da comunicação e psicanálise, teorias do sujeito e teorias políticas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialéctica do esclarecimento**. RJ: Zahar, 1985.

COHN, G. (Org.). **Comunicação e indústria cultural**. SP: Nacional, 1977.

HABERMAS, J. **Teoría do agir comunicativo**. SP: Martins Fontes. v.1 e 2, 2012.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. SP: Loyola, 1992.

JAMESON, F. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. SP: Ática, 1997.

NEGRI, A. HARDT, M. **Multidão**. Rio de Janeiro; SP: Record, 2005.

RÜDIGER, F. **Comunicação e teoria crítica da sociedade: Adorno e a Escola de Frankfurt**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA

BADIOU, A. **Para uma nova teoria do sujeito**. RJ: Relume-Dumará, 2002.

BUTLER, J. **Relatar a si mesmo**. BH: Autêntica, 2015.

CANETTI, E. **Massa e Poder**. SP: Cia das Letras, 2005.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**. SP: Boitempo, 2016.

DELEUZE, G. Em que se pode reconhecer o estruturalismo. In CHÂTELET, F. **História da Filosofia**. V. 8. RJ: Zahar, 1982.

DUFOUR, D.R. **A cidade perversa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

DUNKER, C. I. L. **Reinvenção da intimidade**. Políticas do sofrimento cotidiano. SP: Ubu, 2017.

FONTENELLE, I. **Cultura do consumo**. SP: FGV editora, 2017.

FOUCAULT, M. **Nascimento da biopolítica**. SP: Martins Fontes, 2008.

FREUD, S. **Psicologia das massas e análise do eu**. SP: Cia das Letras, 2011.

LACAN, J.

LACLAU, E. **A razão populista**. SP: Três estrelas, 2013.

LE BON, G. **Psicologia das multidões**. SP: Martins Fontes, 2008.

LÉVI-STRAUSS, C. **Antropologia estrutural**. RJ: Tempo brasileiro, 1989.

MARCHARD, O. **El pensamiento político postfundacional**. Buenos Aires: Fondo, 2009.

McGOWAN, T. **Capitalism and desire**. The psychic cost of free markets. New York: Columbia University Press, 2016.

MELMAN, C. **O homem sem gravidade**. Gozar a qualquer preço. Rio de Janeiro: Cia de Freud, 2003.

ORTEGA Y GASSET, J. **La rebelión de las massas**. Madri: Alianza, 1981.

PRADO, J.L.A. Comunicação e reinvenção acontecimental da política. In: **Reinvenção comunicacional da política**. Brasília: Compós, 2016.

_____. Comunicação como espistemologia do sul: do reconhecimento à emergência do acontecimento. In: **Matrizes**. V.9, n.2, jul./dez., pp. 109-125. São Paulo: ECA-USP, 2015.

_____. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: Educ, 2013.

RANCIÈRE, J. **O desentendimento**. SP: 34, 1996.

SAFATLE, W. **O circuito dos afetos**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

SANTOS, B. S. **Reinventar a teoria crítica**. SP: Boitempo, 2007.

TARDE, G. **A opinião e as massas**. SP: Martins Fontes, 2005.

ZIZEK, S. **Menos que nada**. São Paulo: Boitempo, 2013.

_____. **Eles não sabem o que fazem**. O sublime objeto da ideologia. Rio de Janeiro: Zahar, 1992.