

	PROGRAMA DE DISCIPLINA	
	CENTRO: CFCH	
	UNIDADE: ECO	
	CURSO: PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	
DISCIPLINA: Economia Política da Informação e da Comunicação		
CÓDIGO: ECC750 / ECC854		NÍVEIS: Mestrado/Doutorado
PROFESSOR: Marcos Dantas		SIAPE N°/UFRJ: 2367682
PRÉ-REQUISITO:		
CÓDIGO DO CURSO:		PERÍODO: 2023-2
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO:		
LINHA DE PESQUISA:		
DIA: terças-feiras		HORÁRIO: 14h00-17h00

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Título do Curso: Economia Política da Informação e da Comunicação

Ementa: Informação como trabalho e como valor. Capital-informação. Redes de informação e valorização do capital. Propriedade intelectual e rendas informacionais.

Objetivos: O objetivo central do curso é aprofundar o conhecimento em Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura como campo interdisciplinar de estudo das práticas comunicacionais na sociedade contemporânea que busca compreender a relação contemporânea entre a acumulação capitalista e o espetáculo mediático. O curso examinará os processos de produção, distribuição e consumo da informação e da comunicação. Discutirá a forma mercantil da comunicação e da informação, relações com o espaço público e a democracia, políticas públicas, subjetividade e estética nas suas relações com a produção e apropriação de valor. A disciplina examinará processos de produção de informação como produção de valor e examinará algumas questões atuais da cultura, consumo e entretenimento, logo, das indústrias midiáticas

Programa:

1. Bloco 1: *O campo da Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (EPICC)*

1.1. Metodologia, história e construção do campo

Exposição da história de construção do campo, apresentação de seus principais autores, discussão de seus problemas teóricos e metodológicos

Leituras:

HESMONDHAGH, Desmond. *The Cultural Industries*, Caps. 1 e 2. Los Angeles: SAGE, 2013

HARDY, Jonathan. *Critical Political Economy of the Media*, Cap. 1. London: Routledge, 2014

MOSCO, Vincent. "La Economía Política de la Comunicación: una tradición viva", in ALBORNOZ, Luis (Comp.), *Poder, Médios, Cultura: uma mirada critica desde la Economía Política de la Comunicación*, Buenos Aires:Paidós, 2011, pp. 61-92

MARX, Karl. "Introdução", In *Grundrisse*, Cap. 1, pp. 37-64, São Paulo: Boitempo, 2011.

1.2. Informação, comunicação, trabalho, valor

Informação como bem comum. Compreensão dialética da informação e comunicação. Contradição da natureza social da informação com a natureza apropriativa do capitalismo.

Leitura:

DANTAS, Marcos. "Informação como trabalho e como valor". *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, nº 19, 2006 (p. 44-72), disponível em http://www.marcosdantas.pro.br/textos_estudos/pdf1.pdf

MARX, Karl. *O Capital*, Livro II, Seção I, Caps. 1 e 5, São Paulo: Abril, 1983/1984

MARX, Karl. "[O circuito do capital]", In *Grundrisse* pp 424-454, São Paulo: Boitempo, 2011.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*, Caps. 12 a 18 (pp. 188-289), São Paulo: Loyola, 1996.

HARVEY, David. *A produção capitalista do espaço*, Caps. 5 (pp.129-162) e 8 (pp. 219-239), São Paulo: Boitempo, 2006

2. Bloco 2: A sociedade do espetáculo e meios de comunicação

2.1. Sociedade do espetáculo

Apresentação do conceito de sociedade do espetáculo. Espectáculo e imagem na compressão do tempo de giro do capital. Contexto econômico-cultural da emergência das tecnologias digitais de informação e comunicação, e reestruturação empresarial dos meios de comunicação

Leitura:

DÉBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*, Caps. 1 e 2 (pp. 13-36), Caps. 7 e 8 (pp. 111-135). Rio de Janeiro: Contraponto, 1997

JAPPE, Anselm. *Guy Débord*, Caps. 1 (pp. 11-64) e 3 (pp. 161-204), Lisboa, PT: Antígona

MARX, Karl. "[Capital fixo e desenvolvimento das forças produtivas da sociedade]", In *Grundrisse*, pp 578-596, São Paulo: Boitempo, 2011.

2.2. Estética da mercadoria e fetichismo

Mercadoria como objeto estético. Fetichismo da mercadoria: consumo e marca (*grife*) como estágio superior da fetichização. Esvaziamento do valor de troca, hipervalorização do valor de uso.

Leitura:

EAGLETON, Terry. *A ideologia da estética*, Cap. 8 (pp. 146-171), Rio de Janeiro: Zahar, 1993

FONTENELE, Isleide. *O nome da marca*, Caps. 13 e 14 (p. 280-331), São Paulo: Boitempo, 2006,

FONTENELE, Isleide. *Cultura do consumo*, Cap. 4 (pp. 185-202), São Paulo: FGV Editora

JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo*, Cap. 8 (pp. 268-284), São Paulo: Ática, 2006.

SCHNEIDER, Marco. *A dialética do gosto*, Caps. 6 a 9, pp. 108-162, Rio de Janeiro: Circuito.

2.3. Os meios, novas tecnologias, cultura mediatizada

Reestruturação capitalista da indústria mediática. Mundialização do espetáculo e do audiovisual. Novos discursos sobre a indústria cultural. Valor, acumulação, rendas informacionais e trabalho gratuito em rede (internet).

Leitura:

BARBER, Benjamin. *Jihad vs. McMundo*, Caps. 4, 5, 6, 7, 8, 9 (pp. 55-192), 11 (pp. 207-222) e 14 (245-258), Rio de Janeiro: Record, 2003.

DANTAS, Marcos. "As rendas informacionais e a apropriação capitalista do trabalho artístico e científico". In MARQUES, R. et alli, *A informação e o conhecimento sob as lentes do marxismo*, pp. 35-60, Rio de Janeiro: Garamond, 2014

DANTAS, Marcos. "Mais-valia 2.0: produção e apropriação de valor nas redes do capital", *EpticOnline*, v. 16, n.2, 2014, disponível em <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/2167>

FUCHS, Christian. "Class and exploitation on the Internet", in SCHOLZ, Trebor (Ed.), *Digital labor: the internet as playground and factory*, pp. 211-224, London: Routledge, 2013

SIBILIA, Paula. *O show do Eu: a intimidade como espetáculo*, Caps. 1, 2, 3 (pp. 9-102) e 9 (pp. 303-314). Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008

SRNICEK, Nick (2017). *Platform Capitalism*, Cambridge: Polity Press

ZUBOFF, Shoshana (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*, London: Profiles Book.

Metodologia:

As aulas serão basicamente organizadas em torno da discussão dos textos propostos para leitura. Portanto, para a dinâmica e bom rendimento das aulas, a participação dos(as) alunos(as) será essencial, implicando *obrigatória* leitura prévia dos textos. Eventualmente, uma ou outra aula poderá ser expositiva, se necessário à compreensão das condições políticas ou históricas que presidiram as discussões proposta pelos textos.

A cada aula será *exigida* a apresentação de resenha escrita do(s) texto(s) lido(s). Esta é uma atividade *obrigatória* do curso. As resenhas deverão expor um resumo do texto, acompanhado de comentários críticos do(a) autor(a).

Como atividade final, cada aluno(a) apresentará uma monografia escrita (até 15 páginas), sobre tema de sua preferência, desenvolvido, entretanto, conforme e referenciado ao conteúdo do curso e sua bibliografia.

Avaliação:

A avaliação será conceitual, de A (excelente) a I (insuficiente). Para a avaliação, considerar-se-á:

- participação e envolvimento nas atividades em sala de aula (inclusive frequência): 20%;
- apresentação pontual de todas as resenhas: 30%;
- trabalho final: 50%

BIBLIOGRAFIA SUPLEMENTAR

Para aprofundamento do estudo proposto pelo curso, além dos textos e livros apresentados para estudo e discussão em sala de aula, sugere-se ainda a seguinte bibliografia.

BAUDRILLARD, Jean. *Para uma crítica da Economia Política do Signo*, São Paulo: Martins Fontes, s/d

BARBROOKE, Richard. *Futuros imaginários: das máquinas pensantes à aldeia global*, São Paulo: Petrópolis, 2009.

BATESON, Gregory. *Pasos hacia una ecología de la mente*, Buenos Aires, ARG: Ediciones Lohlé-Lumem, 1998 [1972]

BOLAÑO, César. *Indústria Cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

BOLAÑO, César; MASTRINI, Guilherme N.; SIERRA, Francisco. *A Latin American perspective for the political economy of communications*. Javnost - The Public. New Perspectives on Critical Communication Studies. Euricom: v. 11, n. 3, 2004. p. 47-58. Disponível em: <http://www.javnost-thepublic.org/issue/2004/3/>

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção*, São Paulo: Zouk/Edusp, 2007

_____. *A Economia das trocas simbólicas*, São Paulo: Perspectiva, 1982

DANTAS, Marcos. *Trabalho com informação: valor, acumulação, apropriação nas redes do capital*, Rio de Janeiro, RJ: CFCH/ECO-UFRJ, 2012, disponível em www.marcosdantas.pro.br

_____. *A lógica do capital-informação*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002 (2ªed).

_____. “A renda informacional”, comunicação apresentada à XVIII Compós, São Paulo, 2008, disponível em <http://www.compos.org.br/data/biblioteca415.pdf>

EPSTEIN, Isaac. *Teoria da Informação*, São Paulo: Atica, 1986

HARDT, Michael e NEGRI, Antonio. *Império*, Rio de Janeiro: Record, 2004, 6ª Ed.

HESS, C., OSTROM, E. *Understanding knowledge as a Commons*, Cambridge, MASS, EUA: The MIT Press, 2011.

MACIEL, Maria Lúcia e ALBAGLI, Sarita (Orgs.). *Informação, conhecimento e poder: mudança tecnológica e inovação social*, Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura, hegemonia*, Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2009

McCHESNEY; Robert; SCHILLER, Dan. “The Political Economy of International Communications: Foundations for the Emerging Global Debate over Media Ownership and Regulation”. Trabalho apresentado ao Unrisd – United Nations Research Institute for Social Development, Project on Information Technologies and Social Development. Online: abr. 2002, disponível em: <http://www.robertmcchesney.com/articles.html>.

MIÈGE, Bernard. “Las articulaciones nuevas (y variables) entre lo económico y lo comunicacional (esbozos)”. *EPTIC - Revista Eletrônica Internacional de Economía de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*. v. 1, n. 1, jan. 1999. <http://www.eptic.he.com.br>. p. 67-71. (arquivo Eptic I-1.pdf)

MORAES, Dênis de. *Mutações do visível: da comunicação em massa para a comunicação em rede*, Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010.

MURDOCK, Graham. “Redrawing the map of the communications industries: concentration and ownership in the era of privatization”. In FERGUSON, Marjorie (ed). *Public Communication: the new imperatives*. Londres: Sage, 1990.

NOLL, A. Michael. “New Media - Old Paradigms”. Citi Conference, 1997. Disponível em: <http://www.vii.org/papers/noll.htm>

SEL, Susana. *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*, Buenos Aires: CLACSO, 2010

SCHOLZ, Trebor (Ed.), *Digital labor: the internet as playground and factory*, London, RU: Routledge, 2013

SFEZ, Lucien. *Crítica da comunicação*, São Paulo, SP: Loyola, 1994

SMYTHE, Dallas W. "Communications: Blindspot of Western Marxism". *Canadian Journal of Political and Social Theory*. Winnipeg, Manitoba, Canadá: v. 1, n. 3, 1977. p. 1-27. Disponível em: <<http://www.ctheory.net/library/journal.asp?journalid=3>>.

TREMBLAY, Gaetan. "The Information Society: From Fordism to Gatecism". *Canadian Journal of Communication*. v. 20, n. 4, 1995, disponível em: <http://www.cjc-online.ca/BackIssues/20.4/tremblay.html>.