



PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA				
CÓDIGO		NOME		
PMK015		ANTROPOLOGIA GERAL E DO CONSUMO		
CARGA HORÁRIA				NOME DO CURSO
T	P	E	TOTAL	
072	-	-	072	Comunicação Social com Habilitação em Propaganda e Marketing
EMENTA				
<p>A circulação e a distribuição de bens como um problema social. O fenômeno do consumo na sociedade capitalista. Os templos do consumo: das lojas de departamento aos shoppings centers. Consumo e produção de sentido: personalidade e status. Perspectivas da antropologia do consumo. Mídia e consumo. Organização social e sua influência sobre a produção da existência, a divisão do trabalho e organização política; a importância dos princípios de organização social sobre as regras que orientem a produção, distribuição e consumo nas sociedades conhecidas.</p>				
OBJETIVOS				
<p>Geral- Proporcionar aos educandos um acervo de informações básicas, dando uma visão geral de Antropologia, com ênfase nos mecanismos que favorecem o consumo na sociedade capitalista. Específico- Levar os estudantes a interpretar alguns aspectos da realidade atual, a partir da ótica antropológica, analisando o consumo como fenômeno que incide na organização social e na existência como um todo, tendo uma visão crítica.</p>				
JUSTIFICATIVA				
<p>O curso objetiva ser uma introdução à Antropologia Cultural, tendo em vista estudantes que não são da área específica, mas que irão descobrir a função instrumental e complementar dessa disciplina para uma visão mais completa de Propaganda e Marketing. O curso pretende dar uma visão geral da Antropologia como ciência do homem mas enfatizando o fenômeno do consumo, que caracteriza os nossos dias, com sua incidência no nosso modus vivendi.</p>				
METODOLOGIA				
<ul style="list-style-type: none">• Aulas expositivas apoiadas nos textos indicados• Apresentação de trabalhos de grupo (nota individual)• Elaboração de relatórios diários sobre as aulas dadas• Leitura de livro, com resumo e arguição oral• Seminários sobre temas antropológicos.• Visitas aos Museus afro e de Arqueologia				
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO				
<p>Introdução: cultura: um conceito antropológico Primeira parte: o estudo científico. A antropologia e sua divisão. Principais acepções do termo cultura. Método e técnica de pesquisa antropológica. Dinâmica cultural: sincronia, endoculturação e etnocentrismo. Processo cultural: diacronia, difusão cultural. Cultura e personalidade. A evolução: o universo, a vida, a cultura. Tendências recentes Segunda parte: Temas de Antropologia Cultural (Seminários): Economia, O indígena brasileiro, As culturas negras, Consumidores, cidadãos e status: fontes de conflitos? A imposição das marcas de consumo, A criação de mitos na publicidade, A sociedade do sonho: o mundo do consumo, Os shoppings centers como templos do consumo e as feiras livres.</p>				
RECURSOS DIDÁTICOS				
Quadro, retroprojetor, vídeo e TV, jornais, visitas ao Museu Afro e de Arqueologia (Terreiro de Jesus).				
AVALIAÇÕES				
<p>Primeira: avaliação escrita (7 pontos) e entrevista sobre um livro (3 pontos) Segunda: seminários (7 pontos) e avaliação sobre os seminários (3 pontos)</p>				



BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

FREYRE, Gilberto, **Casa Grande e Senzala**.

MELLO, Luiz Gonzaga de. **Antropologia Cultural – iniciação, teorias e temas**. Petrópolis: Vozes, 1991.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura, um conceito antropológico**. Rio de Janeiro, 2000.

COMPLEMENTAR

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1995.

CHETOCHINE, Georges. **A derrota das marcas : como evitá-las?** S. Paulo: Makron Books, 1999.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. S. Paulo : Studio Nobel, 1995.

PINHEIRO, José Moura. **Mitos atuais: influências no mercado e na cultura contemporânea**. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo

RANDAZZO, Sal. **A criação de mitos na publicidade: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso**. Rio de Janeiro : Rocco, 1997.

ROCHA, Everaldo. **A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995