

## PLANO DE ENSINO

2022-2

### ART 5033 –Tópicos Especiais de Cinema VII: INDÚSTRIAS CRIATIVAS E ÉTICA

Carga horária semestral total: 72 horas

Carga horária teórica: - Carga horária prática: -

Dia e horário: terças-feiras, de 14h20 às 18h

Disciplina optativa.

Professor/a responsável: Ana Paula Bragaglia

Horários de atendimento:

Terças-feiras e Sextas-feiras, 12h45 às 14h; 18h15 às 19h30. Atendimentos a estudantes acontecerão na sala 709, bloco D, CCE.

Dúvidas pontuais podem ser enviadas ao e-mail: [ana.paula.bragaglia@ufsc.br](mailto:ana.paula.bragaglia@ufsc.br)

Material da disciplina restrito aos matriculados: pela Plataforma MOODLEUFSC.

INFRAESTRUTURA TÉCNICA: não se aplica.

### PROTOCOLO DE SEGURANÇA

Devido à continuidade da circulação do SARS-cov-2 e suas variantes, é obrigatório:

- uso de máscara para todos os presentes e em todos os períodos das aulas (preferencialmente N95 ou PFF2);
- higienização das mãos com álcool 70 ao entrar e sair da sala, no mínimo;
- distanciamento mínimo de 1,5m para espaços com pouca ventilação;
- a apresentação do comprovante de vacinação contra a Covid-19 (Resolução Normativa 103/2022/CGRAD);
- observação: as pessoas com contraindicação médica para a vacinação poderão realizar a matrícula inicial (na disciplina) apresentando atestado médico da contraindicação. [...] em caso de dúvidas [...], o atestado poderá ser enviado ao DAE e a uma Comissão Médica para avaliar a adequação da contraindicação (Resolução Normativa 103/2022/CGRAD).

### EMENTA

Indústrias Criativas e Economia Criativa: conceitos e tipologias. Indústrias Criativas no contexto capitalista de consumo e poder. Ética como filosofia moral: conceitos e constituintes do campo ético. Correntes Éticas relacionáveis às Indústrias Criativas. Indústrias Criativas e Ideologia: diálogos com a noção de Indústria Cultural. Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: consumo e sustentabilidade; políticas de representação; trabalho e fetichismo da mercadoria; arte e criatividade frente à lógica industrial; subjetividades contemporâneas, e outros afins.

### OBJETIVO(S)

Apresentar conceitos, cenários e reflexões sobre os contextos econômicos, políticos, culturais, psicológicos e históricos que envolvem a construção da noção de Indústrias Criativas, de modo a instigar as/os discentes a se envolverem com debates ético-sociais contemporâneos relacionados ao setor. Estimular associações especificamente com o campo do Cinema, entre

outros setores da Economia Criativa que demandem este teor de análise durante o andamento da disciplina.

### **ATIVIDADES EXTRACURRICULARES**

Qualquer estudante pode se envolver em atividades complementares do curso de Cinema, como atividades de extensão e de pesquisa. Caso possuam interesse, é possível integrar de forma voluntária parte da equipe de um dos projetos abaixo sob minha coordenação.

#### ***Projeto de Pesquisa “O papel do Cinema como ferramenta de literacia publicitária e leitura crítica da sociedade de consumo em geral em escolas de Florianópolis e região”:***

O objetivo geral é compreender como o Cinema pode ser utilizado no processo de educação crítica de alunos, professores e da população em geral quanto aos impactos sócio-ambientais-econômicos e subjetivos dos processos que formam e alimentam as sociedades de consumo contemporâneas, entre eles, a publicidade, o consumismo e as engrenagens do sistema capitalista de consumo e neoliberal. Trata-se, concretamente, de levantar e publicizar filmes de crítica às sociedades de consumo e neoliberais, bem como, compreender a fundo de que forma o Cinema pode ser utilizado como ferramenta de leitura crítica à sociedade de consumo, e, especificamente, de literacia publicitária como etapa desta formação de pensamento crítico, já que a publicidade é um dos principais instrumentos de propagação e sustentação do estilo de vida capitalista contemporâneo, bem como de valores neoliberais.

#### ***Projeto de Extensão “Contraplano: repensando o consumo através do Cinema”:***

O objetivo geral deste projeto é estimular alunos e professores de escolas públicas de Florianópolis e região a compreenderem em maior profundidade os impactos sócio-ambientais-econômicos e subjetivos, entre outros, das atividades industriais e dos comportamentos consumistas que sustentam a maior parte das sociedades atuais e/ou sensibilizarem-se e mobilizarem-se em relação a tais cenários. Em contrapartida ou como base destas reflexões, busca-se dar visibilidade a outros modos de ser e estar no mundo que não tenham como centralidade desejos e práticas consumistas naturalizadas em nosso tempo. As frentes de ação deste projeto de extensão consistem basicamente nas seguintes: a) realização de Cineclubes em escolas públicas, especialmente com alunos e professores do ensino médio, contemplando filmes que suscitam um debate crítico a respeito da centralidade do consumo na contemporaneidade; b) produção de audiovisuais por alunos, voltados à disseminação de histórias (ou estórias) em que sujeitos e comunidades não têm ou não teriam sua felicidade pautada centralmente na alimentação e/ou renovação de desejos de consumo.

### **CONTEÚDO (S) PROGRAMÁTICO (S)**

- Indústrias Criativas e Economia Criativa: conceitos e tipologias.
- Indústrias Criativas no contexto capitalista de consumo.
- Ética como filosofia moral: conceitos e constituintes do campo ético.
- Correntes Éticas e Indústrias Criativas.
- Indústrias Criativas e Ideologia: diálogos com a noção de Indústria Cultural.
- Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: consumo e sustentabilidade.
- Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: políticas de representação.
- Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: trabalho e fetichismo da mercadoria.
- Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: arte e criatividade frente à lógica industrial.
- Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: diluição das fronteiras entre Publicidade e Cinema.

### **METODOLOGIA**

O curso será ministrado através de aulas expositivas estimulando amplo debate a partir de teorias e filmes, em uma perspectiva multidisciplinar.

## AVALIAÇÃO

A avaliação do(a) aluno(a) será feita através de três notas que totalizam dez pontos.

### A) TRABALHO 1 – SEMINÁRIOS EM DUPLA DOS TEXTOS DAS AULAS (distribuição de textos-temas e datas de apresentação). **Peso: 4,0 pontos.**

Apresentação de exemplos ilustrativos fazendo as teorias dialogarem com algum objeto de estudo específico das indústrias criativas. Necessário apresentar slides na apresentação do seminário.

### B) TRABALHO 2 – Ensaio (TRABALHO ESCRITO) INDIVIDUAL OU EM DUPLA

**(entrega e apresentação em 13/12). Peso: 4,0 pontos** (3 a 5 páginas - espaço 1,5; corpo Times New Roman, margens de 3 cm, página A4, etc. - conforme modelo a ser enviado), envolvendo pelo menos 4 textos (3 da disciplina e outro pode ser livre) para dissertar sobre um objeto de estudo específico das Indústrias Criativas de livre escolha. A apresentação do trabalho entra na pontuação de participação colocada abaixo. Necessário apresentar slides na apresentação.

### C) NOTA POR FREQUÊNCIA E PARTICIPAÇÃO (entrega de atividades extra-classe, participação nos debates em sala, etc. - **2,0 pontos**).

No caso de alunos(as) em recuperação, uma prova escrita será aplicada englobando toda a matéria do semestre, incluindo textos, filmes e discussões em sala.

## ATENDIMENTO

Os(As) alunos(as) serão atendidos(as) em sala de aula e terão o acompanhamento do professor em suas tarefas externas a partir de combinação prévia. Qualquer atividade fora do horário de aula pode ser marcada, caso haja o interesse da turma e a disponibilidade do professor.

## ATIVIDADES EXTRACURRICULARES

Qualquer estudante pode se envolver em atividades complementares do curso de Cinema, como atividades de extensão e de pesquisa. Caso possuam interesse, é possível integrar de forma voluntária parte da equipe de um dos projetos abaixo sob minha coordenação:

### ***Projeto de Pesquisa “O papel do Cinema como ferramenta de literacia publicitária e leitura crítica da sociedade de consumo em geral em escolas de Florianópolis e região”:***

O objetivo geral é compreender como o Cinema pode ser utilizado no processo de educação crítica de alunos, professores e da população em geral quanto aos impactos sócio-ambientais-econômicos e subjetivos dos processos que formam e alimentam as sociedades de consumo contemporâneas, entre eles, a publicidade, o consumismo e as engrenagens do sistema capitalista de consumo e neoliberal. Trata-se, concretamente, de levantar e publicizar filmes de crítica às sociedades de consumo e neoliberais, bem como, compreender a fundo de que forma o Cinema pode ser utilizado como ferramenta de leitura crítica à sociedade de consumo, e, especificamente, de literacia publicitária como etapa desta formação de pensamento crítico, já que a publicidade é um dos principais instrumentos de propagação e sustentação do estilo de vida capitalista contemporâneo, bem como de valores neoliberais.

**Projeto de Extensão “Contraplano: repensando o consumo através do Cinema”:** O objetivo geral deste projeto é estimular alunos e professores de escolas públicas de Florianópolis e região a compreenderem em maior profundidade os impactos sócio-ambientais-econômicos e subjetivos, entre outros, das atividades industriais e dos comportamentos consumistas que sustentam a maior parte das sociedades atuais e/ou sensibilizarem-se e mobilizarem-se em relação a tais cenários. Em contrapartida ou como base destas reflexões, busca-se dar visibilidade a outros modos de ser e estar no mundo que não tenham como centralidade desejos e práticas consumistas naturalizadas em nosso tempo. As frentes de ação deste projeto de extensão consistem basicamente nas seguintes: a) realização de Cineclubes em escolas públicas, especialmente com alunos e professores do ensino médio, contemplando filmes que suscitam um debate crítico a respeito da centralidade do consumo na contemporaneidade; b) produção de audiovisuais por alunos, voltados à disseminação de histórias (ou estórias) em que sujeitos e comunidades não têm ou não teriam sua felicidade pautada centralmente na alimentação e/ou renovação de desejos de consumo.

## **CRONOGRAMA**

- 1) 23/08 **Semana de Integração Acadêmica da Graduação (18 a 24/04)**  
2) 30/08 **Apresentação do plano de ensino.**

### **Indústrias Criativas e Economia Criativa: conceitos e tipologias.**

#### Texto principal

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD Jr., Thomaz ; KIRSCHBAUM, C. ; CUNHA, M. P. E. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *RAE (Impresso)*, p. 10-18, 2009.

#### Texto complementar

MESSIAS, Fernanda Bocorny; NASCIMENTO, Elimar Pinheiro; SILVA, Caio Frederico e. A Economia Criativa na arena da sustentabilidade. *Revista do Programa Pós-Grad. Arquit. Urban. FAU/USP*. São Paulo, v. 27, n. 50, e161954, 2020.

- 3) 06/09 **Indústrias Criativas no contexto capitalista de consumo e poder: noções sobre capitalismo e as lógicas do consumo no cenário capitalista.**

#### Textos principais

HARVEY, David. O Capital reunido. In: HARVEY, David. O enigma do capital: e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2010.

CATANI, Afrânio Mendes. O Capitalismo em geral. In: CATANI, Afrânio Mendes. O que é Capitalismo? São Paulo: Brasiliense, 1982.

#### Material documental principal

GOUVÊIA, Marina Machado. Aula 1 - O Método. O Capital na quarentena: uma leitura antirracista, feminista e latinoamericanista. Escola de Serviço Social – ESS / UFRJ, 02 maio 2020.

- 4) 13/09 **Indústrias Criativas no contexto capitalista de consumo: o crescimento do setor frente à consolidação das subjetividades (pós)modernas.**

Texto principal

SÉBASTIAN, Charles; LIPOVETSKY, Gilles. Da pós-modernidade à Hipermodernidade: do gozo à angústia. In: \_\_\_\_\_. *Tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.

Texto complementar

BAUMAN, Zygmunt. Individualidade. In: BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

**5) 20/09 Indústrias Criativas no contexto capitalista de consumo: o crescimento do setor frente à consolidação da cultura do consumo.**

Texto principal

FONTENELLE, Isleide. Formas contemporâneas. In: *Cultura de consumo: Fundamentos e formas contemporâneas*. Rio de Janeiro. Editora FGV, 2017

**6) 27/09 Ética como filosofia moral: conceitos e constituintes do campo ético.**

Texto principal

VÁZQUEZ, Adolfo Sanchez. *Ética*. 30ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

**7) 04/10 Correntes Éticas e Indústrias Criativas.**

Texto principal

VÁZQUEZ, Adolfo Sanchez. *Ética e marxismo*. In: *A teoria marxista hoje. Problemas e perspectivas*. Boron, Atilio A.; Amadeo, Javier; Gonzalez, Sabrina. 2007. Disponível em: <http://biblioteca.clacso.org.ar/ar/libros/campus/marxispt/cap.%2012.doc>.

**8) 11/10 Indústrias Criativas e Ideologia: diálogos com a noção de Indústria Cultural.**

Texto principal

BUSTAMANTE, E. (2009). De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura. *Diálogos de la Comunicación*, 78, 2009. Disponível em: [www.dialogosfelafacs.net/revista/articulos-resul-ta-do.-php?-ed=78&id=112](http://www.dialogosfelafacs.net/revista/articulos-resul-ta-do.-php?-ed=78&id=112).

**9) 18/10 Dilemas éticos e Indústrias Criativas: consumo e sustentabilidade (1).**

Texto principal

HARVEY, D.. 16. A relação do capital com a natureza. *17 contradições e o fim do capitalismo*. In: \_\_\_\_\_. São Paulo: Boitempo, 2016.

Materiais documentais principais

Disponível em: <https://www.rfi.fr/br/cultura/20200116-menos-deslocamentos-e-explos%C3%B5es-mais-reciclagem-como-o-cinema-pode-ser-mais-ecol%C3%B3gic>



Disponível em: <https://conexaoplaneta.com.br/blog/os-3rs-na-producao-de-cinema-e-tv/>

Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/cidades-e-solucoes/platb/2009/04/23/hollywood-quer-provar-que-e-verde/>

Disponível em: <https://blog.ecooar.com/hollywood-cinema-com-sustentabilidade/>

Disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2006/11/061114\\_hollywoodpoluicaoofn](https://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2006/11/061114_hollywoodpoluicaoofn)

*Materiais documentais audiovisuais principais*

Palestra TED 2010 com André Trigueiro sobre Consumismo e Problemas Socio-ambientais. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=t223swPVIA&t=920s>

Matéria de telejornalismo sobre escassez de recursos naturais.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-mh-qK8z2y4>

**10) 25/10 Dilemas éticos e Indústrias Criativas: consumo e sustentabilidade (2).**

*Atividade em sala*

Assistir aos documentários abaixo e realizar debate em aula a partir, inclusive, do texto bibliográfico da aula anteriores.

*Materiais documentais audiovisuais*

The rise of lowumerisme (legendado) – Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=jk5gLBhJtA&t=587s>

The True Cost. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5-0zHqYGNlo> e

[https://www.youtube.com/watch?v=5QWewu2W80f0&list=PLhuDdND\\_r3bmQn98YKNV192f7OEimgY6y](https://www.youtube.com/watch?v=5QWewu2W80f0&list=PLhuDdND_r3bmQn98YKNV192f7OEimgY6y)

**11) 01/11 Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: políticas de representação.**

*Texto principal*

SILVA, Cleonice Elias da. Mulheres negras no audiovisual brasileiro.

*Doc On-Line*: Revista Digital De Cinema Documentario, v. 23, p. 46-61, 2018. Disponível em:

[https://www.academia.edu/42187713/Mulheres\\_negras\\_no\\_audiovisua\\_l\\_brasileiro](https://www.academia.edu/42187713/Mulheres_negras_no_audiovisua_l_brasileiro).

*Materiais documentais principais*

Disponível em: <https://oicriativas.faac.unesp.br/index.php/category/mulheres-na-economia-criativa/>

Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2018-06/e-preciso-estimular-presenca-feminina-na-industria-do-cinema>

Disponível em: <https://exame.com/casual/mulheres-na-direcao-elas-bateram-recorde-nos-sets-de-filmagem-em-2020/>

Disponível em: <https://www.geledes.org.br/bozoma-saint-john-e-a-nova-diretora-de-marketing-da-netflix/>

Disponível em: <https://www2.ufjf.br/cinema/2019/12/04/ausencia-de-diretoras-negras-no-cinema-motiva-producoes-universitarias/>

Disponível em: <https://mundonegro.inf.br/em-parceria-com-netflix-cineastas-negras-tornam-o-cinema-brasileiro-cada-vez-mais-preto-e-feminino/>

## 12) 08/11 Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: trabalho, precarização e fetichismo da mercadoria.

### Textos principais

BOLAÑO, CÉSAR RICARDO SIQUEIRA; SANTOS, V. A. . Economia da cultura, trabalho e criatividade: Uma crítica da ideologia do empreendedorismo cultural. In: Joel Felipe Guindani; Marcela Guimarães e Silva.. (Org.). *Comunicação e indústria criativa: políticas, teorias e estratégias*. 1ed. Jaguarão, RS: CLAE, 2018, v. 1, p. 47-56.

MARX, Karl. Fetichismo da mercadoria. In: \_\_\_\_\_. *O Capital: Crítica da Economia Política*, Livro 1, V. II, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A., 1989.

### Material documental principal

GOUVÊIA, Marina Machado. Aula 4 - O fetichismo da mercadoria. *Curso Lendo Capital na quarentena: uma leitura antirracista, feminista e latinoamericanista*. Escola de Serviço Social – ESS / UFRJ, 02 maio 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QpCqDYUIEfs>.

### Texto complementar

ALMEIDA, R. N. R. de. (2019). A flexibilidade por trás das câmeras: transformações na cadeia produtiva do cinema e os impactos no mercado de trabalho. *Século XXI: Revista De Ciências Sociais*, 8(3), 1085–1132.

[Feriado em 15.11]

## 13) 22/11 Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: arte e criatividade frente à lógica industrial.

### Texto principal

BURROWES, Patricia C. Sobre criatividade, tempo e pensamento em diferentes áreas das indústrias criativas. *Revista Mídia e Cotidiano*. Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC/UFF). Volume 12, Número 2, ago. 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/download/13182/8503>.

**14) 29/11 Dilemas éticos nas Indústrias Criativas: a diluição das fronteiras entre Publicidade e Cinema.**

Textos principais

MACHADO, M. ; BURROWES, Patricia ; RETT, L. . Para ler a publicidade expandida: em favor da literacia midiática para análise dos discursos das marcas. In: Compós 2017 / XXIV Encontro Anual da Compós, 2017, São Paulo. Cómpos 2017 - XXVI COMPÓS: SÃO PAULO/SP, 2017.

COVALESKI, R. L.. Cinema e Publicidade: intertextos e hibridismos. 1. ed. Rio de Janeiro RJ: Confraria do Vento, 2015. v. 1. 288p . [Capítulo a definir]

**15) 06/12 *Orientação coletiva em sala para a finalização dos ensaios.***

**16) 13/12 Entrega e Apresentação do trabalho final (15 minutos para cada um, apresentando slides).**

**17) 20/12 Semana de apresentação de TCC's (19 a 23/12) + Prova de Recuperação (a quem precisar).**

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### *Principais*

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD Jr., Thomaz ; KIRSCHBAUM, C. ; CUNHA, M. P. E. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE** (Impresso),, p. 10-18, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/kvm4rNbFpXGNmfDSknxVBSP/>.

BENJAMIN, Walter [et al]. **Benjamin e a obra de arte**: técnica, imagem, percepção. Rio de Janeiro: contraponto, 2012.

BOLAÑO, CÉSAR RICARDO SIQUEIRA; SANTOS, V. A. . Economia da cultura, trabalho e criatividade: Uma crítica da ideologia do empreendedorismo cultural. In: Joel Felipe Guindani; Marcela Guimarães e Silva.. (Org.). **Comunicação e indústria criativa**: políticas, teorias e estratégias. 1ed.Jaguarão, RS: CLAEAC, 2018, v. 1, p. 47-56.

GOUVÊIA, Marina Machado. **Curso Lendo Capital na quarentena**: uma leitura antirracista, feminista e latinoamericanista. Escola de Serviço Social – ESS / UFRJ, 02 maio 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QpCqDYUIEfs>.

BUSTAMANTE, E. De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación. Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura. **Diálogos de la Comunicación**, 78, 2009. Disponível em: [www.dialogosfelafacs.net/revista/articulos-resul-tado.-php?-ed=78&id=112](http://www.dialogosfelafacs.net/revista/articulos-resul-tado.-php?-ed=78&id=112).

MACHADO, M. ; BURROWES, Patricia ; RETT, L. . Para ler a publicidade expandida: em favor da literacia midiática para análise dos discursos das marcas. In: **Compós 2017 / XXIV Encontro Anual da Compós**, 2017, São Paulo. Cómpos, 2017.



MARX, Karl. A mercadoria. In: MARX, Karl. **O Capital**: Crítica da Economia Política, Livro 1, V. II, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A., 1989.

MESSIAS, Fernanda Bocorny; NASCIMENTO, Elimar Pinheiro; SILVA, Caio Frederico e. A Economia Criativa na arena da sustentabilidade. *Revista do Programa Pós-Grad. Arquit. Urban. FAU/USP*. São Paulo, v. 27, n. 50, e161954, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br>.

VÁZQUEZ, Adolfo Sanchez. **Ética e marxismo**. *En publicacion: A teoria marxista hoje. Problemas e perspectivas* Boron, Atilio A.; Amadeo, Javier; Gonzalez, Sabrina. 2007. Disponível em: <http://biblioteca.clacso.org.ar/ar/libros/campus/marxispt/cap.%2012.doc>.

### Complementares

ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: \_\_\_\_; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

ALMEIDA, R. N. R. de. (2019). A flexibilidade por trás das câmeras: transformações na cadeia produtiva do cinema e os impactos no mercado de trabalho. **Século XXI: Revista De Ciências Sociais**, 8(3), 1085–1132. <https://doi.org/10.5902/2236672537539>. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/seculoxxi/article/view/37539/pdf>.

BAUMAN, Zygmunt. Individualidade. In: BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CATANI, Afrânio Mendes. O Capitalismo em geral. In: CATANI, Afrânio Mendes. **O que é Capitalismo?** São Paulo: Brasiliense, 1982.

COVALESKI, Rogério L. **Cinema e Publicidade: intertextos e hibridismos**. 1. ed. Rio de Janeiro RJ: Confraria do Vento, 2015. v. 1. 288p . [Capítulo a definir]

FONTENELLE, Isleide. **Cultura de consumo**: Fundamentos e formas contemporâneas. Rio de Janeiro. Editora FGV, 2017

HARVEY, David. O Capital reunido. In: HARVEY, David. **O enigma do capital**: e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2010.

HARVEY, David. 16. A relação do capital com a natureza. **17 contradições e o fim do capitalismo**. In: \_\_\_\_\_. São Paulo: Boitempo, 2016.

MARCONDES, Danilo. **Textos básicos de Ética**: de Platão a Foucault. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

SÉBASTIAN, Charles; LIPOVETSKY, Gilles. Da pós-modernidade à Hipermodernidade: do gozo à angústia. In: \_\_\_\_\_. **Tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

SILVA, Cleonice Elias da. Mulheres negras no audiovisual brasileiro. **Doc On-Line**: Revista digital de cinema documentario, v. 23, p. 46-61, 2018. Disponível em: [https://www.academia.edu/42187713/Mulheres\\_negras\\_no\\_audiovisual\\_brasileiro](https://www.academia.edu/42187713/Mulheres_negras_no_audiovisual_brasileiro).

VÁZQUEZ, Adolfo Sanchez. **Ética**. 30ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.