

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL**

**Disciplina: Curso de leitura 15h – Internet, mídias e consumo: Debates atuais**

**Profa. Eliane Tânia Freitas**

**2022.2**

**Conteúdo programático:** O curso de leitura tem como objetivo cruzar os dois campos de estudos, de mídias e consumo, através das temáticas do lazer, fandom, afetividade e consumo moral. O curso é direcionado para pesquisadores que estejam pesquisando sobre esses assuntos, especificamente.

As aulas serão quinzenais. Ver calendário divulgado no Sigaa.

Avaliação: artigo escrito.

**Referências bibliográficas (iniciais; poderão ser substituídas e/ou acrescentadas outras):**

APPADURAI, Arjun. “Introdução: Mercadorias e a Política de Valor”. In: Appadurai, Arjun (Org.). *A Vida Social das Coisas*. Niterói, EDUFF, 2008 [1986]

BOOTH, Paul. *Digital fandom 2.0: new media studies*. New York, Peter Lang Publishing, Inc., 2016.

CAMPBELL, Colin. *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001 [1987].

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de Consumo e Pós-Modernismo*. São Paulo, Studio Nobel, 1995 [1990]. Caps. 2, 5-8.

LAAI, Tatiana de. A identidade de fãs de quadrinhos: entre a “vida civil” e a “vida nerd”. Tese de doutoramento em Antropologia, Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2016.

LACHONIS, Jon and JOHNSTON, Amy J. *Lost ate my life : the inside story of a fandom like no other*. Toronto, ECW Press, 2008.

LAMERICHS, Nicolle. *Productive Fandom Intermediality and Affective Reception in Fan Cultures*. Amsterdam, Amsterdam University Press, 2018.

MCMILLAN, Callum T. F. *Posthumanism in Digital Culture: Cyborgs, Gods and Fandom*. Bingley, UK, Emerald Publishing Limited, 2021.

TASCHNER, Gisela. *Cultura, Consumo e Cidadania*.