



Universidade Federal do Espírito Santo  
Centro de Artes – Departamento de Comunicação Social  
Curso de Publicidade e Propaganda

2017/01

### PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>COS 04945</b>	HISTÓRIA DOS SISTEMAS BRASILEIROS DE COMUNICAÇÃO	1º período		
Carga Horária Total <b>60h</b>	Créditos <b>04</b>	Distribuição da Carga Horária Semanal		
		Teoria	Exercício	Laboratório
Turma: <b>02</b>		<b>4h</b>	<b>0h</b>	<b>0h</b>

### EMENTA

As condições históricas do surgimento e da formação de um público leitor, do século XVI ao XVIII. O surgimento da imprensa, do rádio, da TV e do cinema e seus contextos. Os meios de comunicação no Brasil. História da imprensa e da Publicidade e Propaganda. O domínio da censura sobre a informação no Brasil: 1500-1822. A mídia e os jornalistas no processo da independência política do Brasil, na queda do Império e na campanha republicana, a irreverência dos pasquins. A imprensa e o rádio, da República Velha até o Estado Novo: a presença censória do Estado. A mídia e os jornalistas dos anos 50 aos 60: a constituição de um mercado de trabalho e a ação política e social. O movimento de 64: as opções ideológicas da categoria. O período de 68 aos anos 80: as censuras e as resistências ao arbítrio. A formação do jornalista e do publicitário no Brasil: das redações e associações às escolas e aos sindicatos. A mídia e os perfis profissionais contemporâneos.

### OBJETIVOS

#### Geral:

Estudar e visualizar historicamente as fases de estruturação e institucionalização dos sistemas de comunicação no Brasil.

#### Específicos:

- Analisar as relações entre Estado, sociedade e as atividades da área de comunicação social.
- Compreender e visualizar os períodos históricos que marcam as grandes transformações.
- Refletir sobre a importância do profissional de comunicação e sua participação nos grandes momentos da vida política brasileira.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### **Unidade 1 – História social e política, resistências e avanços da implantação dos meios de comunicação no Brasil.**

Aspectos históricos e evolutivos do hábito de leitura: do século XVI ao XVIII. A gênese dos meios de comunicação: contextos e desenvolvimento da difusão. Aspectos sócio-antropológicos e político-econômicos da implantação da imprensa no Brasil. Os meios de comunicação no Brasil: o jornal, o rádio, a televisão e a atividade publicitária. Estado e censura no Brasil: os reflexos políticos e suas influências sobre os meios de comunicação. Os pasquins da independência e os jornais republicanos. A República, as mudanças nas empresas jornalísticas e o surgimento da radiodifusão. O jornal e o rádio sob a censura do Estado Novo.

### **Unidade 2 - Estruturação e institucionalização dos sistemas de comunicação brasileiros.**

As transformações na mídia a partir dos anos 50 e o surgimento da televisão. A mídia e a censura durante o regime militar. Ideologia e alternativas culturais ao regime militar: jornal, rádio, televisão, cinema e teatro. A intervenção do Estado e seus reflexos na área das comunicações. Organização e formação dos profissionais de comunicação a partir dos anos 70. Os sistemas de comunicação e a economia globalizada. As grandes fusões corporativas e seus reflexos sobre o mercado de comunicação.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABREU, Alzira Alves de et al. *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.

FONSECA, Silvia Carla Pereira de Brito, CORRÊA, Maria Leticia (orgs). *200 anos de imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009.

PINHO, J. B. (org). *Trajetória e questões contemporâneas da publicidade brasileira*. São Paulo: Intercom, 1995.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FEDERICO, Maria Elvira B. *História da comunicação: rádio e televisão no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982.

GOMES, Pedro G., PIVA, M. Cruz. *Políticas de comunicação*. São Paulo: UCBC, 1988.

HOLANDA, Sérgio B. *Raízes do Brasil*. 2ª ed., Rio de Janeiro: José Olympio, 1969.

PINTO, Virgílio Noya. *Comunicação e cultura brasileira*. São Paulo: Ática, 1995.

RAMOS, Ricardo. *Do reclame à comunicação de massa: pequena história da propaganda no Brasil*. 3ª ed., São Paulo: Atual, 1985.

## CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Exposição e contextualização de texto em Grupos de Trabalho (GT) – Três pontos (3,0)

Apresentação de Seminários – Três pontos (3,0)

Elaboração de *paper* – Quatro pontos (4,0)

(30/03) Aula 1 – Semana Calórica

(06/04) Aula 2 –Atividade de recepção. Introdução ao conteúdo.

(13/04) Aula 3 – **História social e política, resistências e avanços da implantação dos meios de comunicação no Brasil.** Texto: THOMPSON, John B. Comunicação e contexto social. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.* Petrópolis: Vozes, 1998, p. 19-46. (<http://docslide.com.br/documents/56641451-thompson-a-midia-e-a-modernidade-uma-teoria-social-da-midia.html>)

(20/04) Aula 4 – **História social e política, resistências e avanços da implantação dos meios de comunicação no Brasil.** Texto: THOMPSON, John B. Comunicação e contexto social. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.* Petrópolis: Vozes, 1998. 73-116.

(27/04) Aula 5 – **História social e política, resistências e avanços da implantação dos meios de comunicação no Brasil.** Texto: SODRÉ, Nelson Werneck. A imprensa colonial. *História da imprensa no Brasil.* São Paulo: Martins Fontes, 1983, p. 09-42. (<http://docslide.com.br/download/link/sodre-nelson-nerneck-historia-da-imprensa-no-brasil>)

Divisão de temas para exposição: GT 1 = “O pecado do livro”, GT 2 = “O sacrilégio da imprensa”, GT 3 = “A imprensa áulica” e GT 4 = “As condições materiais”.

O que se lê?, o que se ouve?, o que se vê?, que acontecimentos políticos e sociais 4cdmarcaram a época?

(04/05) Aula 6 – **História social e política, resistências e avanços da implantação dos meios de comunicação no Brasil.** Texto: SODRÉ, Nelson Werneck. A imprensa da independência. *História da imprensa no Brasil.* São Paulo: Martins Fontes, 1983, p. 43-82.

Divisão de temas para exposição: GT 1 = “As condições políticas”, GT 2 = “A independência e a liberdade”, GT 3 = “A perseguição à imprensa (60-69)” e GT 4 = “A perseguição à imprensa (69-82)”.

O que se lê?, o que se ouve?, o que se vê?, que acontecimentos políticos e sociais marcaram a época?

(11/05) Aula 7 – Orientação Paper

(18/05) Aula 8 – **História social e política, resistências e avanços da implantação dos meios de comunicação no Brasil.** Texto: SODRÉ, Nelson Werneck. O pasquim. *História da imprensa no Brasil.* São Paulo: Martins Fontes, 1983, p. 83-180.

Divisão de temas para exposição: GT 1 = “A luta pela liberdade” + “O avanço liberal”, GT 2 = “O sete de abril” + “A luta política”, GT 3 = “O regresso conservador” + “A imprensa praieira” e GT 4 = “Características do pasquim” + “Agonia do liberalismo” .

O que se lê?, o que se ouve?, o que se vê?, que acontecimentos políticos e sociais marcaram a época?

(25/05) Aula 9 – **História social e política, resistências e avanços da implantação dos meios de comunicação no Brasil.** Texto: SODRÉ, Nelson Werneck. A grande imprensa. *História da imprensa no Brasil.* São Paulo: Martins Fontes, 1983, p. 251-390.

Divisão de temas para exposição: GT 1 = “Esboço” + “A empresa”, GT 2 = “Imprensa e literatura” + “Imprensa proletária”, GT 3 = “Imprensa política” e GT 4 = “A imprensa burguesa” .

O que se lê?, o que se ouve?, o que se vê?, que acontecimentos políticos e sociais marcaram a época?

(01/06) Aula 10 – Orientação Paper

(08/06) Aula 11 – **Estruturação e institucionalização dos sistemas de comunicação brasileiros.** Texto: PINHO, J. B. Trajetória da Publicidade no Brasil: das origens à maturidade técnico-profissional. PINHO, J. B. (org). *Trajetória e questões contemporâneas da publicidade brasileira.* São Paulo: Intercom, 1995, p. 13-60. Seminário 1.

(15/06) - Feriado de Corpus Christi.

(22/06) Aula 12 – **Estruturação e institucionalização dos sistemas de comunicação brasileiros.** Texto: RIAL, Carmen Silva. Publicidade e Etnia no Brasil. PINHO, J. B. (org). *Trajetória e questões contemporâneas da publicidade brasileira*. São Paulo: Intercom, 1995, p. 129-145. Seminário 2.

(29/06) Aula 13 – **Estruturação e institucionalização dos sistemas de comunicação brasileiros.** Texto: THOMPSON, John B. A Reivenção da Publicidade. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998, p. 205-228. Seminário 3.

Entrega paper

(06/07) Aula 14 - **Estruturação e institucionalização dos sistemas de comunicação brasileiros.** Texto: THOMPSON, John B. O Eu e Experiência num Mundo Mediado. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998, p. 181-203. Seminário 4.

(13/07) Aula 15 - Apresentação do paper

(20/07) Aula 16 – Pesquisa exploratória na biblioteca

(27/07) Aula 17 - Entrega das notas e trabalhos corrigidos

PROFESSOR(A): Maiara Garcia Orlandini (orlandini.maia@gmail.com)