



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

## Plano de Ensino

<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>		Campus Goiabeiras	
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (art. nº 91):</b>			
<b>Docente Responsável:</b> Jorge Arturo Villena Medrano			
<b>Qualificação / atalho para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/6798337709225688">http://lattes.cnpq.br/6798337709225688</a>			
<b>Disciplina:</b> História dos Sistemas de Comunicação no Brasil			<b>Código:</b> COS 04945
<b>Pré-Requisito:</b>	Não possui		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos:</b> 03	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	50	10	0
<b>Ementa:</b> 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.			
<b>Objetivo principal:</b> Compreender o percurso dos sistemas comunicacionais brasileiros, seus contextos, influências, formação e transformações.			
<b>Objetivos Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Estudar e visualizar historicamente as fases de estruturação e institucionalização dos sistemas de comunicação no Brasil.</li><li>• Perceber as relações entre Estado, sociedade e as atividades da área de comunicação social.</li><li>• Compreender e visualizar os períodos históricos que marcam as grandes transformações no cenário comunicacional do país.</li><li>• Compreender a importância do profissional de comunicação e sua participação nos grandes momentos da vida política, social, cultural e econômica brasileira.</li></ul>			

## Conteúdo Programático

### Unidade 1 – Primórdios da Comunicação

Percurso da oralidade no século XVII. Origem e desenvolvimento da comunicação após a imprensa  
A tipografia Real  
Início dos sistemas de comunicação

### Unidade 2 – Advento da mídia eletrônica

Bases do Rádio e televisão.  
Censura e resistência  
Novas mídias e convergência.

### Unidade 3 – Foco na Publicidade e Propaganda

Evolução e consolidação da Propaganda  
Diferenças históricas entre a Publicidade e Propaganda.

**Metodologia:** Aulas expositivas; debates a partir de textos selecionados; apresentações de seminários; exibição de filmes.

**Recursos:** Lousa, data show, computador, textos didáticos, materiais publicitários em diferentes formatos.

### Critérios / Processo de avaliação da aprendizagem:

A nota final será atribuída por:

- **Nota 1** – Apresentação de seminários (Dois seminários por Grupo) - texto escrito e apresentação. (Valor: 5 pontos)
- **Nota 2** – Entrega de duas resenhas manuscritas (Individual) (Valor: 2 pontos)
- **Nota 3** – Análise crítica de um documentário (Valor: 1 ponto)
- **Nota 4** – Prova (Individual) (valor: 2 pontos)
- Ao final do período, os alunos que não alcançarem média 7,0 (sete) farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

### Bibliografia Básica:

ALBERT, P. e TERROU F. *História da imprensa*. São Paulo: Martins Fontes, 1990. Número de Referência: **070(091) A333h**

BARBOSA, Marialva. *História da Comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2013. Número de Referência: **659.3(091) B238h**

CARRASCOZA, João Anzanello; SANTARELLI, Christiane. *Tramas publicitárias: narrativas ilustradas de momentos marcantes da publicidade*. 1. ed. São Paulo, SP: Ática, 2009. 127 p. Número de Referência: **659.1 C313t**

COSTA, Alcir Henrique e al. *Um país no ar* (história da TV brasileira em três canais). São Paulo: Brasiliense, 1986. Número de Referência: **659.3 S593p**

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. *História da comunicação: rádio e tv no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982. Número de Referência: **659.3(091) F293h**

PINHO, J. B. (org). *Trajetória e questões contemporâneas da publicidade brasileira*. 2da Ed. São Paulo: Intercom, 1998. Número de Referência: **659 T768 2.ed**

MARCONDES, Pyr. *Uma história da propaganda brasileira: as melhores campanhas, gênios da criação, personagens*. 2. ed. -. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002. 249 p. Número de Referência: **659.1 M321h 2.ed.**

STEPHENS, Mitchell. *História das comunicações: dos tantãs aos satélites*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993. Número de Referência: **659.3(091):007 S834h**

### **Bibliografia Complementar:**

ABREU, Alzira Alves de et al. *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996. Número de chamada: **070(81) I34**

ANDRADE, Maria Margarida de; MARTINS, João Alcino Andrade (Colab.). *Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação*. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010. x, 158 p.. Número de chamada: **001.8 A553i 3.ed..**

DEL BIANCO, Nélia e MOREIRA, Sônia Virgínia. *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Brasília: UNB/ Eduerj/ Intercom, 1999. Número de chamada: **654.191 R129 659.3 E93 2.ed.**

GIOVANI, Giovanini. *Evolução na comunicação: do sílex ao silício*. 2ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987. Número de chamada: **659.3 E93 2.ed.**

MAZZEI, Victor Reis. *Jornal o diário: a censura e o papel da publicidade nos anos de chumbo (1968-1974)*. 2011. 197 f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Humanas e Naturais. Número de chamada: **T/UFES 93/99 M477j.**

MORAIS, Fernando. *Na toca dos leões: a história da W/Brasil, uma das agências de propaganda mais premiadas do mundo*. São Paulo: Planeta, 2005. 495 p. Número de chamada: **659.1 M827n.**

RAMOS, Ricardo. *Do reclame a comunicação de massa – pequena história da propaganda no Brasil*. 3ª ed., São Paulo: Atual, 1985. Número de chamada: **659 R175D 3.ed.**

### **Cronograma:**

(05/03) **Aula 1 – APRESENTAÇÃO** – apresentação do Plano de Ensino e da bibliografia básica. Introdução: O que é Comunicação? Necessidade de Comunicar. Planejamento dos Grupos.

(12/03) **Aula 2 – PRIMORDIOS DA COMUNICAÇÃO** - História das ferramentas de comunicação. Organização dos Seminários.

(19/03) **Aula 3 – DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO** - Surgimento da imprensa de Gutenberg - Práticas de Oralidade no século XVIII.

(26/03) **Aula 4 – DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO** - A Tipografia Real.

(02/04) **Aula 5 – CRESCIMENTO DA COMUNICAÇÃO** - Início dos sistemas de comunicação. Seminário 1

(09/04) **Aula 6 – ADVENTO DA MÍDIA ELETRÔNICA** – Origem do rádio. Seminário 2

(16/04) **Aula 7 – A IMAGEM** – Cinema e os albos da Televisão. Seminário 3

(23/04) **SEMANA DE RESPIRO**

(30/04) **Aula 8 – CENSURA E RESSITÊNCIA** – A comunicação como ferramenta de domínio e instrumento de emancipação. Seminário 4

(07/05) **Aula 9 – NOVAS MÍDIAS E CONVERGÊNCIA** – Como Steve Jobs mudou o mundo? (Documentário).

(14/05) **Aula 10 – NOVO CENÁRIO** – Digital, analógico e virtual. Seminário 5.

(21/05) **Aula 11 – FOCO NA PUBLICIDADE E PROPAGANDA** – Mundo, Brasil e Espírito Santo. Seminário 6.

(28/05) **Aula 12 – EVOLUÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DA PROPAGANDA** – Poder econômico, político e mediático. Seminário 7

(04/06) **Aula 13 – PUBLICIDADE OU PROPAGANDA?** - Diferencias históricas entre a Publicidade e Propaganda. Seminário 8

(18/06) **Aula 14** – Revisão dos conteúdos da disciplina.

(02/07) **Aula 15** – PROVA ESCRITA – Individual e sem consulta.

**(09/07) Aula 16 – AVALIAÇÃO FINAL** – devolutiva dos trabalhos finais da disciplina.