



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

PLANO DE ENSINO			
Universidade Federal do Espírito Santo (unidade): Campus Goiabeiras			
Curso: Comunicação Social - Publicidade e Propaganda			
Departamento responsável: Comunicação Social			
Data de aprovação (art.nº91): 03/02/2021			
Docente Responsável: Júlio Cesar M. Silva (jcms1506@gmail.com - 27-999464409)			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/2106823079702838			
Disciplina:		Código:	Semestre:
HISTÓRIA DOS SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL		COS 04945	2020/2 EARTE
Pré-requisito:			Carga Horária Semestral
NÃO CONSTA			60H
Créditos:	Distribuição da carga horária semestral - T.E.L. (conf. currículo)		
	Teoria	Exercícios	Laboratório
1	50	00	00

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 ESPECÍFICOS:

- Compreender o processo de evolução e de estruturação e institucionalização dos sistemas de comunicação no Brasil.
- Perceber as relações entre Estado, sociedade e as atividades da área de comunicação social.
- Compreender os períodos históricos que marcam as grandes transformações no cenário das comunicações do país.
- Compreender a importância do profissional de comunicação e sua participação nos grandes momentos da vida política, social, cultural e econômica brasileira.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Unidade I – Primórdios da Comunicação

- Origem e desenvolvimento da comunicação após a imprensa. A tipografia Real.
- Início dos sistemas de comunicação.

Unidade II – Advento da mídia eletrônica

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

Unidade III – Foco na Publicidade e Propaganda

- Evolução e consolidação da Propaganda
- Diferencias históricas entre a Publicidade e Propaganda.
- Novas tecnologias. Plataformas digitais e online. Redes sociais.

METODOLOGIA:

- A carga horária total da disciplina será dividida entre atividades síncronas – requerendo obrigatoriamente a presença remota dos alunos – e atividades assíncronas – que não requerem a presença remota.
- As atividades síncronas serão realizadas via *Google Meet* em endereço próprio.
- As atividades assíncronas serão disponibilizadas por meio da ferramenta *Google Classroom* em ambiente virtual, específico da disciplina.
- Eventualmente, quando necessário e/ou aplicável alguns materiais serão disponibilizados no Youtube em canal próprio ou mediante link de outros canais.
- As atividades síncronas terão duração entre 60 e 90 minutos, com exposição teórica.
- Trabalharemos com seminários. Um tema para cada dupla de alunos, por aula.
- A Comunicação diária professor/alunos se dará mediante aplicativo de mensagens TELEGRAM, em grupo criado para este fim e, também, por e-mail, quando necessário e/ou aplicável.
- Ao final do semestre cada aluno deve elaborar e entregar um ensaio sobre a sua experiência de aprendizado no ensino online.

CRITÉRIOS/PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM:

- A avaliação será feita mediante a participação nos seminários, em duplas e um trabalho final. O seminário vale 5 pontos. O trabalho final vale 5 pontos.

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**
- 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:

- BREU, 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**
- 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

Aula 01	Apresentação do professor e do plano de ensino da disciplina; Apresentação do programa e da metodologia e avaliação
Aula 02	Seminário 1 - 25/02 Capítulo 1 - Marialva Barbosa -Comunicação e práticas da oralidade: cenas do século XVIII,
Aula 03	Seminário 2 - 04/03 Capítulo 2 - Marialva Barbosa A chegada da tipografia no Brasil com a vinda da família Real
Aula 04	Seminário 3 - 11/03 Capítulo 3 - Marialva Barbosa Redes de comunicação: a expansão dos jornais de Norte a Sul,

Aula 05	Seminário 4 - 18/03 Capítulo 4 - Marialva Barbosa Jornais manuscritos: outras materialidades comunicacionais
Aula 06	Seminário 5 - 25/03 Capítulo 5 - Marialva Barbosa Um mundo sensorial: a construção do observador com a expansão do Público
Aula 07	Seminário 6 - 01/04 História do rádio (duas duplas no mesmo dia) A invenção do Rádio e sua introdução no Brasil Parte 1 Texto de Marialva capítulo VII - Ruídos e sons: mediações imperfeitas Parte 2 Artigo 2 do livro "90 anos de rádio no Brasil"
Aula 08	Seminário 7 - 08/04 História da Televisão – Marialva Barbosa cap.VIII
Aula 09	Seminário 8 - 15/04 A publicidade no rádio: Origem e evolução - Texto de José Gomes Júnior
Aula 10	Seminário 9 - 22/04 História da Publicidade no Brasil - Texto de Daniela Regina da Silva e Jairo Araújo Lopes
Aula 11	Seminário 10 - 29/04 Evolução da regulamentação da mídia eletrônica no Brasil – Texto de Edgar Rebouças e Mariana Martins
Aula 12	Seminário 11 - 06/05 Novas Mídias e/ou Redes Sociais - Texto ainda sem definição
Aula 13	Seminário 12 - 13/05 Privacidade nas redes - Texto ainda sem definição
Aula 14	Resumo geral da disciplina - 27/05 última aula