



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):**

**08/11/2021**

**Docente Responsável:**

**Júlio Cesar M. Silva**

**(jcms1506@gmail.com - 27-999464409)**

**Qualificação / link para o Currículo**

**Lattes:**

**<http://lattes.cnpq.br/2106823079702838>**

**Disciplina:**

**HISTÓRIA DOS SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL**

**Código:**

**COS 04945**

**Semestre:**

**2021/2 EARTE**

**Pré-requisito:**

**NÃO CONSTA**

**Carga Horária Semestral**

**60H**

**Créditos:**

**Distribuição da carga horária semestral - T.E.L. (conf. currículo)**

**Teoria**

**Exercícios**

**Laboratório**

**1**

**50**

**10**

**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
- Diferenças 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 o tema “Comunicação e novas tecnologias” cujos detalhes serão divulgados ao término dos seminários.

#### CRITÉRIOS/PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM:

A avaliação será feita mediante a participação nos seminários, em duplas e um trabalho final. O seminário vale até 5 pontos. A participação nas perguntas após cada seminário, até 2 pontos. O trabalho final vale até 3 pontos. A Nota final é a soma dessas três notas.

#### 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**

<b>Aula 01</b>	Apresentação do professor e do plano de ensino da disciplina; Apresentação do programa e da metodologia e avaliação
<b>Aula 02</b>	Apresentação da história geral da comunicação e sua vinculação com a tecnologia
<b>Aula 03</b>	Seminário 1 Capítulo 1 - Marialva Barbosa -Comunicação e práticas da oralidade: cenas do século XVIII,
<b>Aula 04</b>	Seminário 2 Capítulo 2 - Marialva Barbosa A chegada da tipografia no Brasil com a vinda da família Real
<b>Aula 05</b>	Seminário 3 Capítulo 3 - Marialva Barbosa Redes de comunicação: a expansão dos jornais de Norte a Sul,
<b>Aula 06</b>	Seminário 4 Capítulo 4 - Marialva Barbosa Jornais manuscritos: outras materialidades comunicacionais
<b>Aula 07</b>	Seminário 5 Capítulo 5 - Marialva Barbosa Um mundo sensorial: a construção do observador com a expansão do Público
<b>Aula 08</b>	Seminário 6 - História do rádio – Parte 1 A invenção do Rádio e sua introdução no Brasil Texto de Marialva capítulo VII - Ruídos e sons: mediações imperfeitas
<b>Aula 09</b>	Seminário 7 - História do rádio – Parte 2 Artigo 2 do livro "90 anos de rádio no Brasil"
<b>Aula 10</b>	Seminário 8 História da Televisão – Marialva Barbosa cap.VIII
<b>Aula 11</b>	Seminário 9 A publicidade no rádio: Origem e evolução - Texto de José Gomes Júnior
<b>Aula 12</b>	Seminário 10 História da Publicidade no Brasil - Texto de Daniela Regina da Silva e Jairo Araújo Lopes
<b>Aula 13</b>	Seminário 11 Evolução da regulamentação da mídia eletrônica no Brasil – Texto de Edgar Rebouças e Mariana Martins
<b>Aula 14</b>	Seminário 12 Novas Mídias e/ou Redes Sociais
<b>Aula 15</b>	Resumo geral da disciplina – apresentação dos quesitos para o ensaio. última aula