



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> 03/02/2021			
<b>Docente Responsável:</b> Cláudio Renato Zapalá Rabelo			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/7574591975528969">http://lattes.cnpq.br/7574591975528969</a>			
<b>Disciplina:</b> TEORIAS DA COMUNICAÇÃO – PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS			<b>Código:</b> COS04828
<b>Pré-requisito:</b>			<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	60	00	00
<b>Ementa:</b> Panorama das diversas correntes teóricas da comunicação contemporâneas. As teorias latino-americanas. Os principais estudos brasileiros.			
<b>Objetivo principal:</b> problematizar a comunicação contemporânea, seus processos, tecnologias, culturas e linguagens, articulando discursos fundamentados e coerentes, com propostas de soluções para as demandas atuais. <b>Objetivos secundários:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>. Descrever as mudanças paradigmáticas em torno de perspectivas modernas e pós-modernas;</li><li>. Realizar análises semióticas em diferentes correntes teóricas e metodológicas;</li><li>. Reconhecer as aplicações das teorias contemporâneas da cibercultura, da convergência e das tecnologias digitais, frente aos novos contextos baseados em novos paradigmas de produção e consumo de bens materiais e imateriais;</li><li>. Problematizar as questões do inconsciente e da cultura no contexto da comunicação;</li><li>. Relacionar as principais teorias contemporâneas da comunicação aos problemas cotidianos.</li><li>. Conceituar as diferentes perspectivas acerca do poder e as projeções na cultura e na mídia.</li><li>. Recontextualizar as teorias clássicas em contextos contemporâneos.</li></ul>			

## Conteúdo Programático

1. Revisão e contexto contemporâneo das teorias clássicas de comunicação
2. Modernidade e pós-modernidade: conceitos, implicações na contemporaneidade.
3. Simulacros e sentidos de real
4. Discurso, poder e comunicação
5. Ideologia e sociedade
6. Semiótica americana e contexto midiático contemporâneo
7. Semiótica francesa e contexto midiático contemporâneo
8. Cibercultura;
9. Cultura da convergência
10. Comunicação das marcas – brand sense
11. Arquétipos e comunicação midiática
12. Propaganda e contextos contemporâneos
13. Branding e comunicação
14. A estratégia do oceano azul
15. Marcas e plataformas

## Metodologia:

O desenvolvimento da disciplina será norteado pelo método cotidianista de Michel de Certeau, popularizado no Brasil a partir dos grupos de pesquisa de Nilda Alves (UERJ) e Carlos Eduardo Ferraço (PPGE/UFES). Neste sentido, o planejamento curricular, além do documentado, será “vivo”, dialogado constantemente a partir das demandas educacionais, do contexto social e considerando os saberes-fazer cotidianos e os cotidianos vividos enquanto a disciplina se desenvolve. Como métodos específicos serão utilizados:

Uso da plataforma Google Classroom

Link do convite:

<https://classroom.google.com/c/MTMwOTQ1NzY4Nzcx?cjc=26tueda>

Recursos utilizados:

- . Aulas ao vivo e gravadas;
- . Blog;
- . Webinar;
- . Textos selecionados.
- . Mesas redondas;
- . Ebooks e textos digitalizados (estudo dirigido);
- . Fórum de discussão;
- . Podcast;

Recursos complementares: Pinterest, LinkedIn, Twitter, Blog

As aulas síncronas acontecerão todos as quintas feiras, 10h, preferencialmente via Google Meet ou Live com Chat no Youtube. Os links serão enviados previamente aos alunos / informados na sala de aula virtual do Google Classroom

## Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A avaliação não é aqui entendida como ferramenta de punição, tampouco de “prova de saber”, mas apenas mais uma ferramenta de ensino e exercício de aprendizagem.

1. Seminários temáticos e produção de textos: (Peso 5)
2. Participação nos debates e realização dos exercícios avaliativos: (Peso 5)

## Bibliografia básica:

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2006. 240 p. ISBN 8535221832 : 9788535221831 (broch.\_\_\_\_\_. Grátis: o futuro dos preços.

Gracioso. Novas arenas da comunicação com o mercado.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008. 380 p. ISBN 9788576570639 (broch.)

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2000. 260 p. (Coleção Trans). ISBN 9788573261264

KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul**: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2005. 241 p. ISBN 9788535215243.

MARTINUZZO, José Antonio. **Os públicos justificam os meios**: mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção. São Paulo, SP: Summus, 2014. 150 p. ISBN 9788532309563.

### **Bibliografia complementar:**

ARAÚJO, Denise Correa. Imagem (IR) Realidade: Comunicação e Cibernídia.: Sulina, 2005.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998. 395 p. (Humanitas (Ed. UFMG) ; 25). ISBN 9788570411563 (broch.).

CANCLINI, Nestor G. Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

DELEUZE, Gilles e GAUTARI, Félix. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. Vol.01.

HALL, Stuart. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

MARTINO, LUIS MAURO SÁ. Teorias das Mídias Digitais.

RABELO, Cláudio. Faixa Preta em Publicidade e Propaganda: conceitos, contextos e ferramentas em 63 lições. Vitória: GSA, 2018.

### **Cronograma:**

**Aula 1: 04/02** – Recontextualização histórica dos meios e teorias de comunicação

**Aula 2: 11/02** – Simulacros e sentidos do real.

**Aula 3: 18/02** - Modernidade e pós-modernidade: conceitos, implicações na contemporaneidade. Estruturalismo e não estruturalismo;

**Aula 4: 25/02** – A ordem do discurso

**Aula 5: 04/03** - Cibercultura e cultura da convergência

**Aula 6: 11/03** – Alteridade e diferença

**Aula 7: 18/03** – Os diferentes métodos semióticos (**Aula assíncrona**)

**Aula 8: 25/03** – Perspectivas contemporâneas da semiótica americana

**Aula 9: 01/04** – Perspectivas contemporâneas da semiótica discursiva

**Aula 10: 08/04** – Teorias e perspectivas de branding

**Aula 11: 15/04** – A teoria da cauda longa

**Aula 12: 22/04** – Debates sobre temas contemporâneos / seminários temáticos

**Aula 13: 29/04** – Debates sobre temas contemporâneos / seminários temáticos

**Aula 14: 06/05** - Arquétipos e construções narrativas.

**Aula 15: 13/05** – Problematizações sobre tecnologias digitais, teorias e tendências.