



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

<b>Plano de Ensino</b>			
<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. nº91):</b>			
<b>Docente Responsável:</b> Isabel Regina Augusto (isabelaugusto2005@yahoo.com.br)			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/5281893988803583">http://lattes.cnpq.br/5281893988803583</a>			
<b>Disciplina:</b> HISTÓRIA DOS SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL			<b>Código:</b> COS 04945
<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>
	50	10	
<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 Percursos 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 Diferencias 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 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

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:**

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

Aula 2 – PRIMORDIOS DA COMUNICAÇÃO - História das ferramentas de comunicação. Organização dos Seminários.

Aula 3 – DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO - Surgimento da imprensa de Gutenberg - Práticas de Oralidade no século XVIII.

Aula 4 – DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO - A Tipografia Real.

Aula 5 – CRESCIMENTO DA COMUNICAÇÃO - Início dos sistemas de comunicação. Seminário 1

Aula 6 – ADVENTO DA MÍDIA ELETRÔNICA – Origem do rádio. Seminário 2 (

Aula 7 – A IMAGEM – Cinema e os albores da Televisão. Seminário 3.

Aula 8 – CENSURA E RESSITÊNCIA – A comunicação como ferramenta de domínio e instrumento de emancipação. Seminário 4.

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

Aula 10 – NOVO CENÁRIO – Digital, analógico e virtual. Seminário 5.

Aula 11 – FOCO NA PUBLICIDADE E PROPAGANDA – Mundo, Brasil e Espírito Santo. Seminário 6.

Aula 12 – EVOLUÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DA PROPAGANDA – Poder econômico, político e mediático. Seminário 7

Aula 13 – PUBLICIDADE OU PROPAGANDA? - Diferenças históricas entre a Publicidade e Propaganda. Seminário 8

Aula 14 – Revisão dos conteúdos da disciplina.

Aula 15 – PROVA ESCRITA – Individual e sem consulta.

Aula 16 – AVALIAÇÃO FINAL..