



Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 - Ponto Central CEP 44.032-620
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia
Site: www.fat.edu.br E-mail: fat@fat.edu.br
CGC: 01.149.432/0001-21

PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	ANO LETIVO
Jornalismo	2013.1
CÓDIGO	DISCIPLINA
JOR025	Políticas de Comunicação
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
36	5º

EMENTA

Condições de produção, circulação e consumo de mensagens. Monopólios públicos e oligopólios privados. Formas de controle da informação. Formulação de políticas de comunicação: instituições, legislação, sistemas de financiamento. O papel do Estado, organismos públicos e privados.

OBJETIVOS

A disciplina tem por objetivo familiarizar os discentes com as políticas que envolvem a atividade das comunicações no Brasil, especialmente, e no mundo, de modo mais geral, através de leituras de textos específicos e análise destes fenômenos nos próprios meios de comunicação. Igualmente pretende sugerir reflexões sobre as formas como a sociedade 'consome' e lida com as informações na forma como são disseminadas no contexto sociocultural brasileiro.

PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social da FAT com habilitação em Jornalismo objetiva formar profissionais habilitados e capacitados para exercer atividades profissionais de jornalismo nas diversas mídias, que atuem no mercado de trabalho com criatividade, responsabilidade, ética, reflexão e empreendedorismo, associando criatividade, ciência e habilidades técnicas à prática jornalística. Profissionais capazes de identificar e solucionar problemas pertinentes ao seu meio profissional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

O programa do curso será dividido em três linhas:

Linha Um: Discussão sobre a conformação dos meios de comunicação brasileiros, monopólios e oligopólios, privatização dos meios;

Linha Dois: Análise dos contextos sociais diante das políticas de comunicação modernas, audiência, consumidores, agentes da comunicação. Os cenários nacional e regional;

Linha Três: A comunicação na Era da Globalização e os desdobramentos das políticas de comunicação modernas no cenário brasileiro.

METODOLOGIA

Aulas expositivas, discussão de conteúdos teóricos e exposição participada, atividades em grupo e individuais, leituras, debates, elaboração e apresentação de textos pelos alunos.

AVALIAÇÃO

Avaliação escrita individual e trabalhos individuais e em grupo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A Melhor TV do Mundo: O Modelo Britânico de Televisão**. 2 ed. São Paulo: Summus, 1997.

MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octávio Pena; SARAIVA, Enrique. **Democracia e Regulação dos Meios de Comunicação**. São Paulo: FGV, 2008.

RAMOS, Murilo Cesar. **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERZZON, Lara Crivelaro. **Comunicação, Política e Sociedade**. São Paulo: Alinea, 2005.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em Descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. 6 ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MARQUES, Angela; MATOS, Heloiza. **Comunicação e Política**. São Paulo: Summus, 2011.

OLIVIERI, Cristiane. **Cultura Neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura**. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

Professor responsável pela disciplina:	Coordenador (a) do Colegiado do Curso
Prof. Andréa Souza	Profa. Ma. Marly dos Santos Caldas

Direção Acadêmica	Direção Geral
Prof. Dr. José Maria Dias Filho	Prof. Antonio Walter Moraes Lima