



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 |
|--|---------------------------|
| COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA | 2015.2 |
| CÓDIGO | DISCIPLINA |
| PUB003 | HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO |
| CARGA HORÁRIA | SEMESTRE DE OFERTA |
| 72H | 1º |

EMENTA

De Gutenberg à Internet: os registros de linguagem. A imprensa na Era Moderna e Contemporânea. A importância do estudo da história da publicidade. Relação de fatores sociais, políticos, econômicos, históricos e culturais no desenvolvimento da comunicação no Brasil.

OBJETIVOS

Objetivo Geral

- Fazer com que o aluno seja capaz de compreender criticamente os fatos e inter-relações que marcaram a história dos meios de comunicação, confrontando-os com a história da humanidade.

Objetivos Específicos

- Destacar a importância de uma visão histórica e crítica da comunicação e da sociedade;
- Apresentar a comunicação social como ciência;
- Favorecer a prática da pesquisa em comunicação social;
- Analisar o surgimento e a participação da publicidade nos meios de comunicação incipientes;
- Refletir sobre o trabalho do comunicador.

PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT, objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter conhecimento científico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 1 - O campo conceitual da comunicação
 - 1.1 Definições – o processo geral de emissão, transmissão e recepção das mensagens
 - 1.2 As ciências da comunicação e os paradigmas teórico-metodológicos
- 2 - Origem e evolução da Comunicação e da Informação
 - 2.1 - Formas de comunicação social no mundo pré-clássico e clássico.
 - 2.2 - A informação na Idade Média
 - 2.3 - Organização e teoria na informação dos estados modernos: o jornal e o tempo
 - 2.4 - A origem do sistema de comunicação contemporânea.
 - 2.5 - Da fotografia ao cinema
 - 2.6 - O rádio ao alcance das massas
 - 2.7 - Uma história da propaganda
 - 2.8 - A televisão, a reeducação do olhar e a videocultura
- 3 - A comunicação no Brasil (pioneiros, fases, censura, política...)
- 4 - Os novos meios de comunicação e a sociedade tecnológica
- 5 - A internet e a interatividade possível

METODOLOGIA

A disciplina será ministrada através de:

- Aulas expositivas teórico/participadas.
- Seminários, palestras e debates.
- Leituras, resenhas, análises, sínteses e fichamentos de textos
- Apresentação em slides/datashow
- Exposições e discussões em sessões de vídeos

AVALIAÇÃO

- 1ª Unidade – Exercícios de leitura (fichamentos, resenhas, sínteses, análises) e avaliação escrita individual.
- 2ª Unidade – Exercícios de leitura (fichamentos, resenhas, sínteses, análises); avaliação escrita individual e atividades em grupo (seminário, debate com mesa-redonda).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRIGGS, Asa; **BURKE**, Peter. **Uma História Social da Mídia: de Gutemberg à Internet**.

Trad. Maria Carmelita Pádua Dias. São Paulo: Jorge Zahar, 2004.

COSTELLA, Antonio F. **Comunicação do grito ao satélite: história dos meios de comunicação**. 5 ed. Campos do Jordão. SP: Editora Mantiqueira, 2002.

MARSHAL, Leandro. **O Jornalismo na Era da Publicidade**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

STRAUBHAAR, Joseph D. **Comunicação, mídia e tecnologia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BORDENAVE, J. E. D. **O que é Comunicação**. Primeiros Passos, São Paulo, Ed Brasiliense, 2001

BRANCO, Renato Castelo e outros - **História da Propaganda no Brasil**. T.A. Queiroz.

ARAÚJO, Ellis Regina e **SOUZA**, Elizete Cristina de. **Obras jornalísticas: uma síntese**. Brasília: Vestcon, 2007.

DORIA, Francisco Antonio. **Comunicação: dos fundamentos à internet**. Rio de Janeiro: Revan, 1999.

GIOVANNINI, G.; trad. Wilma F. R. Carvalho. **Evolução da Comunicação: do sílex ao silício**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

STEPHENS, Mitchell. **História das Comunicações. Do Tantan ao Satélite**. Rio de Janeiro, Ed. Civilização Brasileira, 1993.

BORDENAVE, J. E. D.. **Além dos Meios e Mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistemas e ciência**, São Paulo: Vozes, 1977.

PINTO, Virgílio. **Comunicação e Cultura Brasileira**. 5 edição. Ática, 1999.

PRADO, Magaly. **História do Rádio no Brasil**. São Paulo: Editora da Boa Prosa, 2012.

CÁDIMA, Francisco Rui - *História e Crítica da Comunicação*. Lisboa. Século XXI, 1996.

FOUCAULT, Michel de. *As palavras e as coisas*. São Paulo, Martins Fontes, 1977.

MATTOS, Sérgio. *Televisão no Brasil: 50 anos de história: 1950-2000*. Salvador, PAS, 2000.

MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*. Petrópolis: Editora Vozes, 5. Ed. 2010.

ORTIZ, Renato. *Moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

RAMOS, Ricardo - *História da propaganda no Brasil*, Edusp, 1972.

SODRÉ, Nelson Werneck - *História da imprensa no Brasil*. Rio. Civilização Brasileira, 2001.

FEBVRE, Lucien, Martin, Henry. *O Aparecimento do Livro*. Hucitec, 1992.

BARBERO, Jesus Martin. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

DE LUCA, TÂNIA REGINA; MARTINS, Ana Luiza. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

FERREIRA, André; MOREL, Marco; NEVES, Lucia M. B. P. das. *História e Imprensa*. DP&A Editora, 2006.

LEMOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

COLEGIADO DO CURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA