UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2023**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**2079 - COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA/PP**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: 102

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Estruturalismo e pós-estruturalismo. Estudos Culturais. Lastro popular da cultura. Multiculturalismo: diversidades e questões étnico-raciais, História e Cultura Afro-brasileira e Africana. Folkcomunicação. Teorias e hipóteses emergentes da Comunicação.

I. Objetivos

Compreender aspectos e tendências da Comunicação, suas raízes e condições históricas na indústria cultural, e os efeitos das tecnologias na realidade contemporânea; refletir sobre as diferentes abordagens do multiculturalismo e seus aspectos sociais e geopolíticos; analisar e discutir os movimentos culturais a partir homogeneização cultural e do neocolonialismo.

II. Programa

Pensamento comunicacional e interdisciplinaridade. Formas e produtos da comunicação contemporânea. Estudos culturais: fundação, consolidação e impasses contemporâneos. Contemporaneidade e neocolonialismo. Verdade e pós-verdade. Atores sociais e as novas formas de participação no cenário contemporâneo. Comunicação, meio ambiente e espaço urbano. Cenários emergentes e novas experiências comunicacionais.

III. Metodologia de Ensino

Exposições, diálogos e debates a partir do conteúdo programático, da bibliografia apresentada no plano de aula, de leituras teóricas previamente dirigidas e de textos e obras complementares, intercalados com exercícios avaliativos, individuais ou em grupos, de análise e estudo de casos de anúncios/peças e campanhas publicitárias a partir das discussões da disciplina e apresentação de seminários. Considerando o caráter da disciplina, é imprescindível a leitura prévia dos textos programados e indicados para cada aula para a eficiência e qualidade das discussões e, por consequência, do aprendizado.

IV. Formas de Avaliação

A nota do primeiro semestre será obtida através da soma das seguintes atividades: duas avaliações teórico-conceituais dissertativas sobre conceitos e autores ministrados durante os respectivos bimestres, em que serão avaliadas a adequação conceitual das respostas às questões levantadas, o domínio e a coerência argumentativa, a clareza na construção das ideias, a coesão e a correção gramatical (3,0 pontos cada); e exercícios, individuais ou em grupos, de análise e estudo de casos de anúncios/peças e campanhas publicitárias a partir das discussões da disciplina (4,0 pontos). A nota do segundo semestre será obtida através da soma das seguintes atividades: uma avaliação teórico-conceitual dissertativa sobre conceitos e autores ministrados durante os respectivos bimestres, em que serão avaliadas a adequação conceitual das respostas às questões levantadas, o domínio e a coerência argumentativa, a clareza na construção das ideias, a coesão e a correção gramatical (3,0 pontos); exercícios, individuais ou em grupos, de análise e estudo de casos de anúncios/peças e campanhas publicitárias a partir das discussões da disciplina (3,0 pontos); e seminário em grupos (4,0 pontos). Para além das indicações das formas de avaliação, poderão ser solicitadas e executadas outras atividades avaliativas ao longo das aulas, o que pode implicar em novos cálculos da média dos indicadores avaliativos. Em caso de constatação de plágio e/ou irregularidades em qualquer atividade avaliativa, a nota da referida produção será zerada. Os casos de plágio serão comunicados à chefia do Departamento de Comunicação Social. Atividades entregues fora do prazo não serão aceitas, visto a realização de uma atividade de recuperação de rendimento em cada semestre, atendendo ao disposto no artigo 40 da Resolução nº 1 COU/UNICENTRO de março de 2022.

V. Bibliografia

Básica

BAUMAN, Zygmunt. Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi. Zahar: Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.
CASTRO, Ana Lúcia de (Org.). Cultura contemporânea, identidades e sociabilidades: olhares sobre corpo, mídia e novas tecnologias. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.
CEVASCO, Maria Elisa. Dez lições: sobre estudos culturais. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2008.
CHAUI, Marilena. O que é ideologia? 38. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
CHAUI, Marilena. Simulacro e poder: uma análise da mídia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.
HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.
KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. São Paulo: EDUSC, 2001.
LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. Introdução aos Estudos culturais. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.
SHIVA, Vandana. Monoculturas da mente: perspectivas da biodiversidade e da biotecnologia. São Paulo: Gaia, 2003.

Complementar

BARBOSA, Ana Mae; AMARAL, Lilian (Orgs.). Interterritorialidade: mídias, contextos e educação. São Paulo: Senac; SESC: 2008.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2023**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**2079 - COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA/PP**
Carga Horária:	**102**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

PLANO DE ENSINO

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2001.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. 14. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

CHOMSKY, Noam. Mídia: política, propaganda e manipulação. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Orgs.). Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

HALL, Stuart. Da diáspora: identidades e mediações culturais. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

HAN, Byung-Chul. Sociedade do cansaço. Petrópolis: Vozes, 2015.

KRENAK, Ailton. Ideias para adiar o fim do mundo. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

LEFEVRE, Henri. A revolução urbana. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2019.

MOREIRA, Antonio Flávio; CANDAU, Vera Maria (Orgs.). Multiculturalismo: diferenças culturais e práticas pedagógicas. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

MORIN, Edgar. Os sete saberes necessários à educação do futuro. 3. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2001.

SANTOS, Creusa Barbosa dos; BRAGA, Paulo Sérgio; COSTA, Rildo Ferreira da (Orgs.). Povos indígenas e afro-brasileiros: um estudo da diversidade no Brasil. Belém: Samauma, 2012.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 02/2023

Data: 10/05/2023