



Unidade Universitária: Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: COMUNICAÇÃO, MÍDIA E POLÍTICA (LF em Marketing e em Criação)		Código da Disciplina: ENEX00756
Curso: Publicidade e Propaganda	Eixo Temático: Comunicação e Cultura	
Carga horária: 25,5h	(x) Teórica () Prática	Etapa 3ª
Ementa: Estudar o sistema político brasileiro e sua relevância na construção da responsabilidade política e social para o profissional de comunicação. Análise do sistema político brasileiro, as matrizes ideológicas e suas contradições na contemporaneidade.		
Objetivos: Apresentar uma visão geral do contexto do uso da mídia na construção e manutenção do panorama político brasileiro. Fornecer subsídios para entendimento e atuação como profissional de comunicação e cidadão no processo social e político do Brasil.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Conhecer o conceito básico de política Conhecer a estrutura do processo de comunicação e relacionar com as questões políticas Analisar a relação entre os conceitos de comunicação, a sociedade e a produção publicitária. Conhecer sistema político brasileiro e os conceitos básicos de instituições políticas Estudar o sistema político, matrizes ideológicas e suas contradições na contemporaneidade	Aplicar as teorias políticas na observação dos fenômenos sociais e de comunicação. Elaborar sínteses da relação entre sociedade, ideologia, política e comunicação Manejar as teorias através das leituras dos textos e analisar os fenômenos de comunicação Construir um conhecimento crítico das relações entre a política, comunicação e a sociedade.	Perceber as diversas análises feitas sobre os objetos da comunicação. Ser consciente da relação entre as transformações sociais e as questões relacionadas à comunicação humana. Respeitar o ambiente de reflexão em sala de aula
Conteúdo Programático <ul style="list-style-type: none">• Política• Ideologia• Meios de comunicação• Sistema político brasileiro• Conceitos básicos de instituições políticas• Relevância do sistema político brasileiro na construção e na responsabilidade política e social para o profissional de comunicação• Estudo do sistema político, matrizes ideológicas e suas contradições na contemporaneidade• Persuasão e comunicação• Cidadania e mídia digital• Análise de e debate sobre comunicação, propaganda e propaganda política		



Metodologia

Serão utilizados os seguintes recursos:

- Aulas teórico-expositivas dialogadas e exemplificadas para a troca de experiências entre o professor e os alunos sobre os temas abordados
- Exercícios de aplicação dos conceitos apreendidos.
- Avaliações individuais para compreender os conceitos e fundamentos apresentados.
- Elaboração de trabalho prático, com aplicação dos instrumentos e metodologias aprendidos.

Critérios de avaliação

Critérios de avaliação

Avaliação intermediária = P1

Avaliação intermediária = P2

Avaliação final

Argumentação

Conhecimento dos conceitos

Capacidade de relacionar e debater sobre os conceitos

Bibliografia básica

ARENDT, Hannah. *A Condição Humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

AZAMBUJA, Darcy. *Introdução à Ciência Política*. Porto Alegre: Globo, 2008.

BOBBIO, Norberto. *Estado, Governo, Sociedade; por uma teoria geral da política*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

Bibliografia complementar

AVELAR, Lúcia; CINTRA, Antonio Octavio (Org.). *Sistema político brasileiro: uma introdução*. Rio de Janeiro: Konrad-Adenauer-Stiftung, São Paulo: Ed. UNESP, 2004.

BOBBIO, N. e VIROLI, M. *Diálogo em torno da República. Os grandes temas da política e da cidadania*. Rio de Janeiro: Campos, 2002.

MCLUHAN, M. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 2007.

MOTA, C. G. *Ideologia da Cultura Brasileira*. São Paulo: Ática, 1990.

QUEIROZ, A. *Propaganda Política – Estratégias, Personagens e Histórias das Mídias*. São Paulo: Manhanelli, 2012.

QUEIROZ, A. *Na Arena do Marketing Político*. Summus: São Paulo, 2004.