|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Componente Curricular: Exclusivo de curso ( X ) Eixo Comum ( ) Eixo Universal ( ) | | | |
| Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO | | Núcleo Temático: CONHECIMENTOS ESSENCIAIS | |
| Nome do Componente Curricular:  IDENTIDADE E CULTURAS CONTEMPORÂNEAS | | | Código do Componente Curricular: |
| Carga horária:  2 horas aula  32h/ 38ha | ( X ) Sala de aula  ( ) Laboratório  ( ) EaD | Etapa: 4 | |
| Ementa:  Estudo da constituição da identidade cultural contemporânea em relação ao uso das linguagens, da expressão e da representação através dos meios e processos de comunicação. Introdução à Teoria Geral dos Signos e os Estudos Culturais. Análise das estratégias utilizadas pela comunicação publicitária, e da compreensão das variadas camadas de influências emocionais e culturais que agem sobre o ser humano na sociedade.  Conteúdo Programático:  Cultura, identidade e Comunicação  O conceito de cultura, sua importância, abrangência e limites  A cultura e significado  Cultura Global e Local  Cultura Híbrida  O espaço urbano e a identidade das tribos urbanas multiculturalismo  Cultura e Consumo Contemporâneo  Cultura e Publicidade  Conceito de identidade  Identidade e cultura e Pós-modernidade  Diversidade Cultural  Identidade e Representatividade | | | |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Sem** | **Tópico do conteúdo** | **Referências Bibliográficas** | | **1** | Apresentação do programa da disciplina |  | | **2** | Conceito de Cultura | GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas.*Rio de Janeiro : LTC, 2014 | | **3** | Construção da Identidade Nacional | ORTIZ, Renato. Cultura Brasileira e identidade nacional. São Paulo: Brasiliense, 2006**.** | | **4** | A questão da cor | Da MATTA. Roberto. *O que faz o brasil, Brasil*? Rio de Janeiro: Rocco, 1986. | | **5** | Cultura Global e Local | SILVA, Tomaz Tadeu da*. Identidade e diferença*: a perspectiva dos estudos culturais. Petropolis: Vozes, 2007. | | **6** | **1ª Avaliação Intermediária** |  | | **7** | Devolutiva da avaliação |  | | **8** | A identidade cultural na pós modernidade | HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. | | **9** | Hibridismo Cultural | CANCLINI, Nestor G.  *Culturas hibridas*: estratégias para entrar e sair da modernidade  Sao Paulo : Edusp, 2015**.** | | **10** | Construção e Descontrução de Esteriótipos | TRINDADE, Eneus. Propaganda, identidade e discurso: brasilidades midiáticas. Porto Alegre:Sulina, 2012. | | **11** | Publicidade e Representatividade | GASTALDO, Édison. *Publicidade e Sociedade:* uma perspectiva antropológica. Porto Alegre: Sulina, 2013. | | **12** | **2ª Avaliação intermediaria** |  | | **13** | **Devolutiva da avaliação** |  | | **14** | **Prova Substitutiva** |  | | **15** | **Prova Final** |  | | **16** |  |  | | **17** |  |  | | | | |
| *Bibliografia Básica:*  GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*.Rio de Janeiro : LTC, 2014  HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.  ORTIZ, Renato. *Cultura Brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2006.  SILVA, Tomaz Tadeu da. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petropolis: Vozes, 2007. | | | |
| *Bibliografia Complementar:*  Da MATTA. Roberto. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986.  BAUMAN, Z. *Vida para Consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.  CANCLINI, Nestor G. *Culturas híbridas*: estratégias para entrar e sair da modernidade  Sao Paulo : Edusp, 2015.  GASTALDO, Édison. *Publicidade e Sociedade*: uma perspectiva antropológica. Porto  Alegre: Sulina, 2013.  MCCRACKEN, G. *Cultura e Consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2OO3.  TRINDADE, Eneus. Propaganda, identidade e discurso: brasilidades midiáticas. Porto Alegre:Sulina, 2012. | | | |