

COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DA DISCIPLINA	DOCENTE
COM 342	Análise em Publicidade e Propaganda	Carla de Araújo Risso

CARGA HORÁRIA				MÓDULO			SEMESTRE VIGENTE
T	P	E	TOTAL	T	P	E	
68			68				2021.1

EMENTA

Análise de produtos midiáticos e técnicas de sedução. Teorias da motivação humana. Absorção, transmissão e retransmissão de mensagens. Desordem da informação. Marketing político e opinião pública. A prática da propaganda e o desenvolvimento de discursos de ódio. Elaboração de Campanha de propaganda.

OBJETIVOS

- Diferenciar os conceitos de “Publicidade” e de “Propaganda”
- Compreender os processos de produção publicitária e de produção de propaganda e sua implicação na transmissão de mensagens;
- Fornecer subsídios para entender os diferentes tipos de desinformação e as maneiras pelas quais essas mensagens podem causar danos à democracia.
- Promover a reflexão sobre as seis categorias de informação: notícias, opinião, entretenimento, publicidade, propaganda ou informação bruta.
- Elaborar uma campanha de propaganda;
- Incentivar a discussão e o debate com base nas produções midiáticas.

METODOLOGIA

Levando em consideração o atual contexto pandêmico, a disciplina será desenvolvida no semestre de 2021-1 por meio de atividades síncronas ou assíncronas.

As atividades síncronas são compostas por encontros semanais entre professor e estudantes pelo ambiente virtual com aulas interativas ao vivo – com exposição do conteúdo programático e debate sobre os temas apresentados.

Dentre as atividades assíncronas encontram-se a leitura de textos selecionados para o desenvolvimento da disciplina; a discussão entre os integrantes do grupo de trabalho para a elaboração e execução do trabalho proposto pela disciplina.

AVALIAÇÃO

As avaliações da disciplina serão formativas e acontecerão ao longo do semestre por meio das atividades práticas propostas pelo docente.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Histórico dos conceitos de publicidade e propaganda
- Teorias da motivação humana
- Análise de campanhas publicitárias
- Análise de campanhas de propaganda
- Democracia na era digital: desafios do ciberespaço
- Desinformação e fake news
- Discursos de ódio

BIBLIOGRAFIA**Bibliografia básica**

CARRASCOZA, Joao Anzanello. Redação publicitária: estudos sobre a retórica do consumo. 2003. São Paulo: Editora Futura, 2003.

DEMARTINI GOMES, N. Publicidade ou propaganda? É isso aí!. *Revista FAMECOS*, 8(16), 111-121. 2008.

<<https://doi.org/10.15448/1980-3729.2001.16.3142>>

Jahr Garcia, N. Propaganda: ideologia e manipulação. [recurso eletrônico] Rocket Edition, 1999.

Marcondes, Pyr. Uma História da Propaganda Brasileira. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.

Rocha e Silva, M. F. Da evolução histórica do marketing político na propaganda eleitoral no Brasil ao sucesso das campanhas presidenciais. In: Revista Internacional de Apoyo a la Inclusión, Logopedia, Sociedad y Multiculturalidad. Volumen 4, Número 1, janeiro 2018.

Bibliografia complementar:

Figueiredo, Celso. Redação publicitária: sedução pela palavra. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

Leite, Francisco; Batista, Leandro Leonardo. Publicidade antirracista [recurso eletrônico]: reflexões, caminhos e desafios / organização. – São Paulo: ECA-USP, 2019.

Projeto de Credibilidade. Manual Da Credibilidade Jornalística. PROJOR/ UNESP. 2018.

<<https://www.manualdacidadade.com.br/>>

Assinatura e Carimbo do Chefe do Departamento
Programa aprovado em reunião plenária do dia ____/____/____

Assinatura e Carimbo do Coordenador do Curso
Programa aprovado em reunião plenária do dia ____/____/____