



Universidade Federal do Ceará
Instituto de Cultura e Arte

PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre

1. Identificação		
1.1. Unidade Acadêmica: Instituto de Cultura e Arte		
1.2. Curso(s): Jornalismo		
1.3. Nome da Disciplina: Comunicação e Política		Código:
1.4. Professor(a):		
1.5. Caráter da Disciplina: () Obrigatória (x) Optativa		
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: () Semestral (x) Anual () Modular		
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64 há	CH Teórica: 64 ha	CH Prática:
2. Justificativa		
Os meios de comunicação, em especial a produção jornalística, inevitavelmente se relaciona com a política, não só na cobertura da área, mas na apresentação ou omissão de informações e ideias de determinadas posições. Através da visibilidade midiática, surgem as discussões sobre a opinião pública, seja sua existência seja seu poder pressão social. Já nos partidos, governos e agentes políticos a assessoria de comunicação e o marketing político possibilitam um posicionamento destes atores no cenário social. A disciplina segue a reflexão deste contexto.		
3. Ementa		
Modelos principais da relação entre comunicação e política. Opinião pública. Jornalismo e política. Marketing político. Panorama brasileiro.		
4. Objetivos – Geral e Específicos		
<u>Geral:</u> - Refletir sobre a relação do jornalismo e a política.		
<u>Específicos:</u> - Compreender as relações entre comunicação e política; - Discutir os conceitos de opinião pública; - Conhecer as principais definições e técnicas do marketing político.		
5. Descrição do Conteúdo/Unidades		Carga Horária

Unidade I: Relação entre comunicação e política. Opinião pública.	20 ha
Unidade II: Jornalismo e política; Panorama brasileiro.	24ha
Unidade III: Marketing político; Marketing governamental; Marketing eleitoral.	20 ha
6. Metodologia de Ensino	
Aulas expositivas; leituras e apresentação de textos selecionados; análise de casos.	
7. Atividades Discentes	
Leitura partilhada, debate de textos, discussão de casos e seminários.	
8. Avaliação	
Trabalhos dirigidos; seminários e seminários.	
9. Bibliografia Básica e Complementar	
<p><u>Básica:</u></p> <p>ALDE, Alessandra. A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.</p> <p>FIGUEIREDO, Rubens e CERVILLINI, Silvia. O que é Opinião Pública. São Paulo, Editora Brasiliense. Coleção Primeiros Passos, 1996.</p> <p>RUBIM , A. & AZEVEDO, F. (org.) Comunicação Política: Conceitos e Abordagens. Salvador: Edufba, 2004.</p> <p><u>Complementar:</u></p> <p>ALBUQUERQUE, Afonso de. Aqui você vê a verdade na Tevê – A propaganda política na televisão. Niterói, RJ, MCII/UFF, 1999.</p> <p>CHAIA, Vera Lucia Michalany. Jornalismo e política: escândalos e relações de poder na Câmara Municipal de São Paulo. São Paulo: Hacker: CAPES, 2004.</p>	