



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	
<p>Ementa:</p> <p>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.</p> <p>Conteúdo Programático:</p> <p>Cultura, identidade e Comunicação</p> <p>O conceito de cultura, sua importância, abrangência e limites</p> <p>A cultura e significado</p> <p>Cultura Global e Local</p> <p>Cultura Híbrida</p> <p>O espaço urbano e a identidade das tribos urbanas multiculturalismo</p> <p>Cultura e Consumo Contemporâneo</p> <p>Cultura e Publicidade</p> <p>Conceito de identidade</p> <p>Identidade e cultura e Pós-modernidade</p> <p>Diversidade Cultural</p> <p>Identidade e Representatividade</p>			



Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Apresentação do programa da disciplina	
2	Conceito de Cultura	GEERTZ, Clifford. <i>A interpretação das culturas</i> . Rio de Janeiro : LTC, 2014
3	Construção da Identidade Nacional	ORTIZ, Renato. <i>Cultura Brasileira e identidade nacional</i> . São Paulo: Brasiliense, 2006.
4	A questão da cor	Da MATTA, Roberto. <i>O que faz o brasil, Brasil?</i> Rio de Janeiro: Rocco, 1986.
5	Cultura Global e Local	SILVA, Tomaz Tadeu da. <i>Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais</i> . Petropolis: Vozes, 2007.
6	1ª Avaliação Intermediária	
7	Devolutiva da avaliação	
8	A identidade cultural na pós modernidade	HALL, S. <i>A identidade cultural na pós-modernidade</i> . Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
9	Hibridismo Cultural	CANCLINI, Nestor G. <i>Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade</i> Sao Paulo : Edusp, 2015.
10	Construção e Desconstrução de Esteriótipos	TRINDADE, Eneus. <i>Propaganda, identidade e discurso: brasilidades midiáticas</i> . Porto Alegre: Sulina, 2012.
11	Publicidade e Representatividade	GASTALDO, Édison. <i>Publicidade e Sociedade: uma perspectiva antropológica</i> . Porto Alegre: Sulina, 2013.
12	2ª Avaliação intermediária	
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, 2003.

TRINDADE, Eneus. Propaganda, identidade e discurso: brasilidades midiáticas. Porto Alegre: Sulina, 2012.