UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2024**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**5155 - TEORIAS DA COMUNICACAO**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **102**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

A comunicação como problema no contexto das ciências humanas e sociais. Epistemologia da comunicação. A relação entre disciplina, interdisciplinariedade e transdisciplinariedade. Tendências teóricas para o estudo da comunicação de massa.

I. Objetivos

Apresentar um panorama histórico das teorias da Comunicação;
Proporcionar a compreensão da função dos meios de comunicação de massa e sua utilização na sociedade;
Dar subsídios ao acadêmico a fim deste identificar problemáticas e modelos teóricos para a pesquisa científica em Comunicação e em Publicidade & Propaganda.

II. Programa

1 COMUNICAÇÃO COMO OBJETO DE ESTUDO COMPLEXO;
1.2 Emergência da comunicação na pesquisa social;
1.3 Comunicação de massa;
2 FORMAÇÃO DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO A PARTIR DA INTERDISCIPLINARIEDADE
3 A ABORDAGEM DAS ESCOLAS AMERICANAS;
3.1 Teoria da Informação (Claude Shannon e Warren Weaver);
3.1.1 O processo da comunicação: fonte, receptor, meio, código, ruído, mensagem, etc.;
3.2 Funcionalismo (Lasswell, Lazarsfeld e Merton);
3.2.1 A teoria da agulha hipodérmica;
3.2.2 Two step flow of communication;
3.3 Culturalismo (Escola de Palo Alto);
3.3.1 A representação do eu;
3.4 Escola de Chicago;
4 A ESCOLA DE FRANKFURT;
4.1 Indústria cultural (Adorno e Horkheimer);
4.2 Walter Benjamin e o caráter aurático da obra de arte;
4.4 O agir comunicativo e a esfera pública – Habermas;
5 O PENSAMENTO DE MARSHALL MCLUHAN;
5.1 O meio é a mensagem
5.2 Aldeia Global
6. CULTURA DA CONVERGÊNCIA

III. Metodologia de Ensino

Aula expositiva e dialogada; discussões e debates; seminários, estudos de caso, exercícios práticos individuais ou em equipe; aplicações das reflexões teóricas em projetos práticos, vídeos e produtos científicos. Poderá haver a interação do conteúdo programático da disciplina na horizontalidade e na verticalidade. Serão utilizadas plataformas digitais de apoio como Google Classroom e/ou Moodle.

IV. Formas de Avaliação

A partir de trabalhos práticos e teóricos (individuais e/ou em grupo), seminários e provas descritivas e/ou práticas. Não serão aceitos trabalhos que extrapolem a data de entrega.
A disciplina terá três atividades avaliativas por semestre, sendo a distribuição de notas divididas do seguinte modo: A1=30
, A2=30
, A3=40
. Os discentes poderão realizar atividades de recuperação de rendimento ao longo do progresso da disciplina e/ou no final de cada semestre.
As entregas de atividades poderão ser realizadas nas plataformas do Moodle e/ou Google Classroom.

V. Bibliografia

Básica

FRANÇA, Vera Veiga; HOLHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz Carlos. Teorias da comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências. São Paulo: Vozes.
HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2010.
LONDERO, Rodolfo Rorato. Introdução às teorias da publicidade. Guarapuava: Unicentro, 2022.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2024**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**5155 - TEORIAS DA COMUNICACAO**
Carga Horária:	**102**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

PLANO DE ENSINO

MATTELART, Armand e Michèle. História das teorias da comunicação. 2.ed. São Paulo: Loyola, 1999.
PENA, Felipe. 1000 perguntas em Teoria da Comunicação. Rio de Janeiro: Thomson / IOB, 2005.

Complementar

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2009.
GARCÍA CANCLINI, Néstor. Leitores, espectadores e internautas. São Paulo: Iluminuras, 2008.
JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009
LIMA, Venício A de. Mídia: Crise política e poder no Brasil. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.
MARTINO, Luis Mauro Sá. Teoria da comunicação: Ideias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2009.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 06/2024
Data: 03/04/2024