UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2022**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**1964 - TEORIAS DA COMUNICAÇÃO/PP**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **102**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Conceitos e funções das Teorias e Escolas de Comunicação.

I. Objetivos

Apresentar um panorama histórico da pesquisa em Comunicação e em Publicidade & Propaganda, com ênfase nos meios e processos massivos. Dar subsídios ao acadêmico a fim deste identificar problemáticas e modelos teóricos para a pesquisa científica em Comunicação e em Publicidade & Propaganda.

II. Programa

A constituição do campo da Comunicação e da pesquisa acadêmica em Publicidade & Propaganda. Diferença entre disciplina, interdisciplinariedade e transdisciplinariedade. Epistemologia da Comunicação. Estudo das seguintes escolas teóricas, a partir de seus principais conceitos e hipóteses: Mass Communication Research; Escola de Frankfurt; Estudos Culturais britânicos, CECMas e Escola de Toronto.

III. Metodologia de Ensino

As aulas serão expositivas e dialogadas, as quais pressupõem a leitura prévia dos textos da bibliografia para acompanhar cada discussão. Serão utilizados materiais visuais, sonoros e audiovisuais para dar suporte às aulas. Os acadêmicos serão incentivados a participarem de debates propostos pelo docente com base nos temas do programa. O curso prevê também a formação de grupos de estudos e trabalhos para a realização das atividades práticas, que terão sempre o acompanhamento do docente.

IV. Formas de Avaliação

As avaliações serão individual e coletiva, diagnóstica, continuada e processual. O curso prevê as seguintes modalidades: produção de mapas mentais, provas escritas e orais, seminários, produções multimidiáticas, todas com base nos temas do programa. Será também considerada a participação dos acadêmicos nas aulas. A recuperação de rendimento será feita através dos instrumentos acima mencionado.

V. Bibliografia

Básica

CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria Aparecida et al (org). Dicionário de Comunicação: escolas, teorias, autores. São Paulo: Contexto, 2014.

FRANÇA, Vera V. (org.). Curso básico de Teorias da Comunicação. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

LOPES, Maria Immacolata V. de. (2008). O Campo da Comunicação: sua constituição, desafios e dilemas. Revista FAMECOS, 13(30), 16-30. https://doi.org/10.15448/1980-3729.2006.30.3372

MARCONDES FILHO, Ciro (org.). Dicionário de Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Presença, 2003.

Complementar

ADORNO, Theodor. Industria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002

COHN, Gabriel. Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Editora Nacional, 1975.

FRANÇA, Vera R. V.; OLIVEIRA, Ana Karina; LIMA, Laura Antonio.Tendências das teorias da Comunicação: mapeamento de campos teóricos contemporâneos. Questões Transversais, São Leopoldo, Brasil, v. 4, n. 8, 2017. Disponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/14071. Acesso em: 1 jun. 2022.

FRANCA, V. R. V. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?. Ciberlegenda, Niterói, UFF, v. 5, 2001

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 2002.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensão do homem. São Paulo: Editora Cultrix, 1969.

RÜDIGER, Francisco. As teorias da comunicação. Porto Alegre: Penso, 2011.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 03/2022
Data: 10/06/2022