



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE - ICA
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Identificação			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte - ICA			
1.2. Curso: Publicidade e Propaganda			
1.3. Disciplina: Teorias da Comunicação I	1.4. Código: ICA 1382	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória/semi- estral	1.6. Carga Horária: 64h/a (4 créditos)
1.7. Pré-requisito: Introdução à Comunicação			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências: Teorias da Comunicação I - ICA2111			
1.10. Professore(s): Liana Amaral			

2. Justificativa

A disciplina Teorias da Comunicação I é ofertada no terceiro semestre do curso e é de fundamental importância na formação do estudante de Publicidade e Propaganda, uma vez que apresenta ao aluno os aspectos históricos da formação do objeto e do campo de estudo. Além disso, a disciplina traz as teorias clássicas no estudo da comunicação, introduzindo a reflexão teórica sobre o processo comunicativo, constituindo-se base para as discussões e reflexões a serem desenvolvidas no decorrer do curso.

3. Ementa

O objeto da Comunicação Social. Formação histórica e transdisciplinar do objeto. Paradigmas e teorias clássicas da comunicação de massa.

4. Objetivos – Geral e Específicos

Apresentar aos alunos os princípios da atividade científica, as principais questões relativas ao conhecimento científico e os paradigmas clássicos da Comunicação, conduzindo-os à reflexão sobre o papel dos meios de comunicação de massa na sociedade, suas estratégias e as leituras dos receptores destes meios.

5. Bibliografia

5.1. Bibliografia Básica

- CHAUI, Marilena. (1995) Convite à Filosofia. São Paulo: Ática.
- HOHFELDT, Antônio, MARTINO, Luiz C. & FRANÇA, Vera Veiga (org.). (2002). Teorias da Comunicação – conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Editora Vozes.
- LOPES, Maria I. V. (1990) Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola.
- MATTELART, Armand e Michèle. (1999). História das teorias da Comunicação. São Paulo: Loyola.
- MATTELART, André; NEVEU, Érik. (2004). Introdução aos Estudos Culturais. São Paulo: Parábola.
- POLISTCHUCK, Ilana e TRINTA, Aluizio R. (2003) Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social. Rio: Elsevier.

SOUSA, M.W. (1995). Sujeito, o Lado Oculto do Receptor. São Paulo. Brasiliense
THOMPSON, J.B. (1995). Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes.
WOLF, M. (1994). Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença.

5.2. Bibliografia Complementar

CONH, Gabriel, (1978). Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: T.A. Queiroz
DE FLEUR, M. (1993). Teorias da Comunicação de Massa. Rio: Zahar.
LIMA, L. Costa (2000). Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra