



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input type="checkbox"/> ELETIVO	<input type="checkbox"/> OPTATIVO
---	----------------------------------	-----------------------------------

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
DIND0007	TEORIA DA COMUNICAÇÃO	30	30	3	60	2º

Pré-requisitos	nenhum	Co-Requisitos	nenhum	Requisitos C.H.	nenhum
----------------	--------	---------------	--------	-----------------	--------

EMENTA

Introdução à teoria da comunicação: uma abordagem introdutória e plural. A Comunicação enquanto fenômeno humano, social, cultural e político. Diferentes correntes de estudo da Comunicação: o Modelo Funcionalista norte-americano e sua herança positivista; a Escola de Frankfurt e o conceito de "Indústria Cultural"; os estudos centrados na forma: o estruturalismo e a ênfase nos signos; a relação comunicação e cultura nos estudos de recepção; da Teoria da Informação (ênfase nos meios) à Cibercultura.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Comunicação: uma abordagem plural e dialética 1. Comunicação: Ciência do Comportamento x Ciência Crítica 1.1 O Modelo Funcionalista: O Paradigma de Lasswell 1.2 Comunicação de Massa 1.3 A Escola de Frankfurt e o conceito de "Indústria Cultural" 1.4 Crítica e síntese: Apocalípticos e Integrados
 2. Comunicação e Linguagens 2.1 Teoria dos Signos 2.2 Estruturalismo 2.3 Meio e Mensagem 2.4 A relação mensagem/contexto
 3. Comunicação e Cultura. 3.1 Dinâmicas de Recepção. 3.2 O Paradigma das Mediações 3.3 Mensagem e Recepção 3.4 Estudos de casos
 4. Comunicação e Processos Midiáticos 4.1 Teoria da Informação 4.2 Evoluções tecnológicas e transformações culturais 4.3 Cultura de redes, ciberespaço e cibercultura 4.4 Valores, limites e desafios da "sociedade em rede".

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ORTIZ, Renato. Cultura brasileira e identidade nacional. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
 THOMPSON, J. B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petropolis: Vozes, 2002.
 VANNUCCHI, Aldo. Cultura brasileira: o que é, como se faz. [4. ed.]. São Paulo: Loyola, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ECOSTEGUY, Ana Carolina; JOHNSON, Richar; SCHULMAN, Norma. O que é, afinal, Estudos culturais? Belo Horizonte: Autêntica, 2000.
 HOLLIS, Richard. Design Gráfico: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
 MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.
 MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
 ROCHA, Everardo P. Guimarães. A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo. 4.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE A DISCIPLINA

Núcleo de Design e Comunicação

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

Bacharelado em Design

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



Emitido em 10/09/2020

EMENTA Nº 681/2020 - SECGC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 14/09/2020 10:04)

LUCAS JOSE GARCIA

COORDENADOR

1138533

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
681, ano: **2020**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **10/09/2020** e o código de verificação: **c4b63009d1**