

**Faculdade Anísio Teixeira de  
Feira de Santana**

*Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.*

*Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 - Ponto Central CEP 44.032-620*

*Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia*

*Site: www.fat.edu.br E-mail: fat@fat.edu.br*

*CGC: 01.149.432/0001-21*

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>CURSO</b>	<b>ANO LETIVO</b>
Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	2015.2
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>
<b>PUB008</b>	Teoria da Comunicação
<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>SEMESTRE DE OFERTA</b>
<b>72h</b>	2º

### EMENTA

O que é Teoria? O processo de comunicação e seus elementos. Escolas Teóricas no campo da Comunicação Social. Contribuições interdisciplinares para uma reflexão em torno da comunicação midiática. Teoria Crítica. Teoria Culturoológica. Efeitos Sociais da Comunicação. Estudos Culturais.

### OBJETIVOS

Promover um conhecimento crítico das teorias e teóricos do campo da Comunicação;  
Promover um debate e análises comparativas acerca das escolas teóricas no campo da Comunicação;  
Dialogar com pensadores latino-americanos inseridos no campo da comunicação social;  
Pensar a Comunicação em um contexto teórico macro, propondo atualizações sobre as temáticas trabalhadas e relações entre a teoria estudada e a prática da profissão de jornalista e publicitário;  
Analisar novas abordagens teóricas nos quadros propostos, como forma de compreender os problemas e avanços da sociedade moderna;  
Compreender a cibecultura como um desdobramento teórico contemporâneo – um desdobramento da sociedade contemporânea.

### PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT, objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter conhecimento científico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### Unidade 1

- O que é teoria?
- A Pesquisa em Comunicação Social;
- Primeiros modelos teóricos no campo da comunicação;
- Principais escolas teóricas;
- Indústria Cultural;
- Cultura de massa;
- Estudos da Recepção e Teoria da Mediação.

### Unidade 2

- Pensamento comunicacional na América Latina e a Teoria dos Estudos Culturais;
- Nova abordagem aos estudos culturais;
- Cibercultura e Sociedade em rede;
- Abordagens transversais entre os temas atuais e as escolas teóricas estudadas;

## METODOLOGIA

A disciplina será ministrada através de aulas expositivas, com conteúdos teóricos e práticos, leituras orientadas (módulo da disciplina), análises interpretativas, atividades práticas em sala e atividades interdisciplinares.

Recursos Necessários:

Quadro, Datashow, Tv e DVD.

## AVALIAÇÃO

O processo de avaliação será contínuo, através de análise de desempenho do estudante, por meio de alguns instrumentos de apoio para o acompanhamento da aprendizagem, tais como: discussões, atividades avaliativas em sala, vídeos, relatórios de leitura e avaliações individuais.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARTINO, Luis Maura Sá. Teoria da Comunicação. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.  
WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Edição Brasileira. Lisboa: Editorial Presença, 1999.  
HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. 10 ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERLO, David Kenneth. Processo da comunicação: introdução à teoria e à prática. 9.ed.

São Paulo: Martins Fontes, 1999.

COELHO, Teixeira. O que é Indústria Cultural. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

FILHO, Clóvis de Barros; MARTINO, Luís Mauro Sá. O Habitus na Comunicação. São Paulo: Paulus, 2003.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura, um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

MATTELART, Armand. MATTELART, Michèle. História das teorias da comunicação. 8 ed.

São Paulo: Loyola, 2005. 5 Exemplares.

McLUHAN, Marshall. Meios de comunicação como extensão do homem. 10. ed. São Paulo:

Cultrix, 1999.

<b>Professor responsável pela disciplina:</b>	<b>Coordenador (a) do Colegiado do Curso</b>
Profa. Ma. Daniela Costa Ribeiro	Profa. Ma. Marly dos Santos Caldas
<b>Direção Acadêmica</b>	<b>Direção Geral</b>
Prof. Dr. José Maria Dias Filho	Prof. Antonio Walter Moraes Lima