

PROGRAMA DE DISCIPLINA

Disciplina: Teorias e técnicas de Comunicação

Código da Disciplina: DGN 719

Curso: Design Gráfico/Design de Interiores

Semestre de oferta da disciplina: 3º

Faculdade responsável: Design

Programa em vigência a partir de: 2016/1

Número de créditos: 02

Carga Horária total: 30

Horas aula: 36

EMENTA:

Definição e conceitos de comunicação. Estudo das principais teorias de comunicação de massa. Sociedade e Cultura de massa e indústria cultural. Comunicação como processo de interlocução das organizações com indivíduos e sociedade. A comunicação organizacional e suas vertentes institucional, mercadológica, interna e administrativa. O planejamento de comunicação.

OBJETIVO GERAL:

Proporcionar aos discentes um conjunto de habilidades baseadas na atividade básica de comunicação, que despertem suas faculdades cognitivas de percepção, crítica e análise dos fenômenos comunicacionais e da complexidade dos mesmos na contemporaneidade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Compreender o conceito de comunicação e suas variadas vertentes históricas;
- Estudar e compreender as principais teorias da comunicação;
- Estimular os discentes para o exercício de uma argumentação sólida, que vá ao encontro dos pressupostos epistemológicos da comunicação e sua relação com o design, a cultura e a estética.

CONTEÚDO:

I – O CAMPO DA COMUNICAÇÃO

1.1 Delimitação do conceito de comunicação

1.2 O contexto sócio histórico e científico dos primeiros estudos de comunicação

1.2 O processo de comunicação

II – OS ESTUDOS NORTE-AMERICANOS – *Mass Communication Research* (1910-1960)

2.1 A sociedade massas e a Teoria Hipodérmica

2.2 Teoria da persuasão

2.3 Teoria dos efeitos limitados

2.4 A Teoria Funcionalista

III - OS ESTUDOS EUROPEUS: A Escola de Frankfurt (1920-1950)

3.1 A Indústria Cultural

3.2 A obra de arte em tempos de reprodutibilidade técnica.

IV - COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

4.1 Os conceitos de comunicação organizacional, institucional, mercadológica, interna e administrativa

4.2 O planejamento de comunicação

V - A TEORIA SEMIÓTICA APLICADA AO DESIGN E À COMUNICAÇÃO

5.1 Semiótica, design e comunicação

ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM:

Os conteúdos serão trabalhados, privilegiando:

- levantamento do conhecimento prévio dos estudantes
- motivação com leituras, charges, situações problemas ou peques nos vídeos
- Exposição oral / dialogada
- Discussões, debates e questionamentos
- Leituras e estudos dirigidos
- Atividades escritas individuais e em grupos
- Apresentações por parte dos alunos de: plenárias, painéis, mini aulas etc.

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

O processo de avaliação da construção de conhecimentos a partir da observação e análise de:

- Frequência e pontualidade por parte do aluno
- Participação construtiva e compromisso com a dinâmica e o processo educativo proposto pela

disciplina

- Discussão fundamentada individual e em equipe
- Trabalhos sistematizados – produções individuais, coletivas e apresentações em sala de aula: fichamentos, resenhas e painéis sobre leituras complementares realizadas.

REFERÊNCIAS BÁSICAS:

- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica**. São Paulo: All Print Editora, 2005.
- GOMES, Pedro Gilberto. **Tópicos de Teoria da Comunicação**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1997.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. & FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- KUNSCH, Margarida K. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. SP, Summus, 2003.
- LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES:

- ADORNO, T. **Indústria cultural e sociedade**. Trad. Juba Elisabeth Levy [et al.]. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- CAVALCANTE, M. et al. Signos do design de interiores: interfaces entre uso, consumo e arte. 2010. **Revista Signos do Consumo**, vol. 2, n. 1, 2010, p. 108-127.
- MORAES, D. de (org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- NIEMEYER, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. São Paulo: 2AB, 2010.

Aprovado pelo Conselho da Faculdade em: ____/____/____.

Assinatura e carimbo da Direção da Faculdade