

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PONTOS PARA SELEÇÃO PÚBLICA PARA PROFESSOR SUBSTITUTO

ÁREA: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1. Pesquisa acadêmica em Comunicação e Publicidade: investigações históricas, problematizações teórico-metodológicas e experimentações estéticas.
2. Ética e estética na pesquisa científica e social.
3. Modalidades de pesquisa, métodos e procedimentos de estudo, aprendizagem, produção e difusão de conhecimento.
4. Epistemologia e comunicação: formação histórica e transdisciplinar da comunicação como objeto e do objeto da comunicação.
5. Paradigmas e teorias clássicos da comunicação de massa: um panorama atual.
6. Novos paradigmas científicos e teorias da comunicação.
7. Sistemas totalitários, propaganda e teoria hipodérmica.
8. Escola de Frankfurt: indústria cultural, arte e meios de comunicação de massa.
9. Semiótica e semiologia: a virada linguística.
10. Desinformação: da comunicação de massa à comunicação mediada pelo computador.