

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS,  
COMUNICAÇÃO E ARTES - ICHCA  
**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÕES: JORNALISMO E RELAÇÕES PÚBLICAS  
(VERSÃO REVISADA E ATUALIZADA)

Maceió, novembro de 2007

Universidade Federal de Alagoas  
Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes  
Curso de Comunicação Social

EQUIPE EXECUTORA:

Antonio Francisco Ribeiro de Freitas

Ronaldo Bispo dos Santos

Amilton Gláucio de Oliveira

Leneide Austrilino Petta

Luiz Gonzaga Costa de Oliveira

Renato José Pitanga de Macedo

Jean-Charles Jacques Zozzoli

Waldeney Alcides da Silva

Magnólia Rejane dos Santos

Ruy Matos e Ferreira

Maceió, março de 2006

---

## IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

---

<b>Nome do curso:</b>	Comunicação Social
<b>Título conferido:</b>	Bacharel em Comunicação Social Habilitação em Jornalismo Habilitação em Relações Públicas
<b>Documento de autorização:</b>	Resolução CCEP - UFAL nº. 02 de 09 / 08 / 1978
<b>Portaria de reconhecimento:</b>	Portaria Ministerial nº. 327 de 07/05/1986 (DOU de 08/05/1986)
<b>Turno:</b>	Vespertino e Noturno
<b>Caraga Horária:</b>	<b>Carga horária de integralização curricular:</b> 3.180 horas Carga horária máxima por semestre: 600 horas Carga horária mínima por semestre: 280 horas  <b>2800h</b> de carga horária fixa (incluindo eletivas) <b>200h</b> de Trabalho de Conclusão de Curso <b>180h</b> de Atividades Complementares (parte flexível)
<b>Duração:</b>	<b>Duração mínima:</b> 8 (oito) semestres <b>Duração máxima:</b> 12 (doze) semestres
<b>Vagas:</b>	Jornalismo Diurno: 30 (trinta) vagas Relações Públicas Diurno: 30 (trinta) vagas Jornalismo Noturno: 20 (vinte) vagas Relações Públicas Noturno: 20 (vinte) vagas
<b>Perfil do egresso de Jornalismo:</b>	O bacharel em comunicação social, habilitação jornalismo, é sobretudo um profissional e um cidadão comprometido com a investigação e divulgação de informações relevantes para a construção de uma sociedade mais auto-crítica e consciente de seus desequilíbrios e injustiças. Treinado a refletir a polifonia inerente aos fenômenos sociais, demonstrar-se-á capaz de apresentar com clareza e objetividade as múltiplas perspectivas que constituem toda informação noticiosa. Dotado de sensibilidade para os aspectos estético-formais de suas produções e da realidade a sua volta, pautará também sua atuação pelo princípio ético, cuja responsabilidade social norteia o seu saber-fazer no mundo da vida.
<b>Perfil do egresso de Relações Públicas:</b>	O bacharel em comunicação social, habilitação relações públicas, é um profissional que se norteia pelos princípios ético-humanísticos os quais servem de substratos para ações estratégicas que possibilitam gerir a comunicação através da administração de conflitos. Suas ações se pautam pela convivência sistemática com a alteridade, que lhe serve de sentido existencial no âmbito da comunicação organizacional, pública e privada. Essas características inserem o profissional no campo da comunicação cuja compreensão teórico-prática, pauta sua vivência interdisciplinar.

---

---

**Campos de atuação  
do Jornalista:**

Redação de revistas e jornais impressos, emissoras de rádio, emissoras de televisão, agências de notícias, webjornais e assessorias de comunicação constituem o campo de atuação por excelência do jornalista. No entanto, muitas outras possibilidades se abriram ultimamente para a prática da profissão, tais como o desenvolvimento de projetos de comunicação para formas e suportes tecnológicos alternativos, para empresas públicas e privadas, ONGs, sindicatos, instituições de ensino, entre outros tantos. As TVs a cabo, as rádios comunitárias e a internet aqueceram adicionalmente o mercado de trabalho do jornalista.

---

**Campos de atuação  
do Relações  
Públicas:**

Atuação em forma de assessoria e consultoria de relações públicas, considerando para tanto uma política de comunicação institucional que (re)construa a identidade corporativa das organizações como também contemple a missão e visão das mesmas no processo legítimo de comunicação para o mercado. A gestão das relações públicas e sua conseqüente política de relacionamentos entre empresa e público de interesse sugerem algumas interfaces: serviço de atendimento ao consumidor/ouvidoria pública, ações de responsabilidade social empresarial como também a requalificação das situações de comunicação interna e externa.

---

**Colegiado ou equipe  
de elaboração:**

Prof. Dr. Ronaldo Bispo dos Santos – Vice-Diretor do ICHCA  
Prof. Dr. Antonio Francisco Ribeiro de Freitas  
Prof. Dr. Amilton Gláucio de Oliveira – Coordenador do COS  
Prof.<sup>a</sup> Msc. Leneide Austrilino Petta – Vice-Coordenadora do COS  
Prof.<sup>a</sup> Msc. Luiz Gonzaga Costa de Oliveira  
Prof.<sup>a</sup> Msc. Renato José Pitanga de Macedo  
Prof. Dr. Jean-Charles Jacques Zozzoli  
Prof.<sup>a</sup> Msc. Waldeney Alcides da Silva  
Prof. Dr. Magnólia Rejane dos Santos  
Prof. Dr. Ruy Matos e Ferreira

---

## Sumário

1. Introdução / Justificativa .....	6
2. Perfil dos Egressos .....	12
3. Habilidades / Competências / Atitudes .....	14
4. Habilitações e Ênfases .....	16
5. Conteúdos / Matriz Curricular .....	17
6. Ordenamento Curricular .....	41
7. Estágio Supervisionado .....	47
8. Trabalho de Conclusão de Curso .....	48
9. Atividades Complementares .....	49
10. Avaliação .....	50
11. Referências .....	52
12. Bibliografia de apoio .....	53
13. Anexos .....	55

## I. INTRODUÇÃO / JUSTIFICATIVA

Neste momento em que a Universidade Federal de Alagoas (UFAL) está empenhada em institucionalizar o Regime Acadêmico Semestral nos Cursos de Graduação, a partir deste ano letivo, conforme a Resolução 25/2005-CEPE, de 26 de outubro de 2005, propomos uma reflexão sobre o currículo e o ensino de comunicação para que seja contemplada uma concepção pedagógico-filosófica que estimule o fim da dicotomia teoria *versus* prática, problema sempre presente no fazer pedagógico na área.

Outro fator que nos leva a questionar sobre a necessidade de uma outra matriz pedagógica, que estimule a práxis midiática é a Resolução CNE/CES 16, de 13 de março de 2002 do Conselho Nacional de Educação. O referido documento estabelece as Diretrizes Curriculares para a área de Comunicação Social e suas habilitações, estimula o surgimento de novas propostas pedagógicas ao registrar que:

Estas Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação foram elaboradas procurando atender a dois objetivos:

a. **flexibilizar** a estruturação dos cursos, para atender a variedades de circunstâncias geográficas, político-sociais e acadêmicas, como para ajustar-se ao dinamismo da área, e para viabilizar o surgimento de propostas pedagógicas inovadoras e eficientes;

b. **estabelecer** orientações para a obtenção de padrão de qualidade na formação oferecida. (Parecer CES 492/2001, p. 13)

Assim sendo, propomos a implantação da matriz praxeológica freireana, que tem em sua gênese a práxis entendida enquanto ação-reflexão, a partir do diálogo questionador na produção do conhecimento. Essa opção pedagógica se deve ao fato de que o ato de educar não é um ato autoritário de transmissão de saber, é um ato democrático de construção de saberes com o interlocutor. Portanto, a teoria pedagógica freireana norteará a ação pedagógica que orientará o processo ensino-aprendizagem do curso de Comunicação Social da UFAL, nas habilitações em Jornalismo e Relações Públicas.

Compreendemos que as contribuições de Freire (1977) sobre educação e comunicação, permitem a constituição de uma pedagogia da comunicação participativa, libertadora, questionadora, emancipatória e de caráter transformadora. Essa proposta freireana que foi sendo tecida ao longo de sua trajetória de educador *foi abortada no Brasil*, como salienta

Meditsch (2005, p. 5 - 6), em razão dos seguintes fatores: da ditadura militar no Brasil, da Guerra Fria entre as duas grandes potências militares do século passado, da ideologização e do controle do campo da comunicação social, pelo fato dela estar situada num setor estratégico tanto político quanto ideológico.

Aliado ao fato de a comunicação social ser uma área estratégica do ponto de vista militar, o governo norte-americano interveio na formação e no currículo de comunicação em toda América Latina. E, em meados de 1960 criou o Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para a América Latina (CIESPAL), com sede em Quito, no Ecuador.

O objetivo do CIESPAL foi disseminar a ideologia funcionalista da comunicação e as teorias comunicacionais que interessavam aos ideólogos norte-americanos, na formação dos comunicólogos latino-americanos, para evitar que uma outra visão de sociedade se espalhasse na mídia e na América Latina. A intenção era impedir que a visão de mundo cubana conquistasse os povos latino-americanos. Tais conceitos aprofundaram a separação entre a teoria e a prática no ensino da comunicação:

Nesta dicotomia permanente, os 'práticos' nunca se deram conta do potencial da teoria freireana para aperfeiçoar as suas práticas, e a grande maioria nem tomou conhecimento de suas idéias, a não ser por orelhas de livro. Por sua vez, os "teóricos" que leram além das orelhas jamais se sentiram comprometidos a aplicar as idéias de Freire nas práticas midiáticas, não apenas por ignorarem solenemente estas práticas, mas também por sentirem um profundo desprezo por elas. Para estes, a prática de que falavam Marx e Freire era apenas mais um conceito a enriquecer sua bagagem teórica, ou era uma prática tão idealizada que se recusava a admitir como legítima a realidade com que 'os práticos' se relacionavam. (MEDITSCH, 2005, p. 8 - 9).

Isso gerou a dança conceitual na área de comunicação:

Desta forma, as idéias de Freire, quando levadas em conta em nossa área, foram confinadas ao 'balé de conceitos' da comunicologia e 'domesticadas' pela lógica acadêmica que seu autor sempre condenou. A sua aplicação no desenvolvimento das práticas da comunicação foi abortada em nosso campo. (MEDITSCH, 2005, p. 9).

E no caso do ensino do jornalismo Meditsch (op. cit.) afirma que houve uma ruptura da orientação teórica das escolas que mantinham uma formação clássica-humanística. Por influência do CIESPAL, essa orientação foi rejeitada sob a alegação de não-científica, motivo pelo qual foi substituída pelas disciplinas oriundas do funcionalismo norte-americano, pois:

Com o golpe militar de 1964 no Brasil, esta receita seria plenamente posta em prática na universidade brasileira. No caso do ensino do jornalismo, a tarefa ficou a cargo de um técnico formado pelo CIESPAL, Celso Kelly, autor do currículo mínimo imposto a todas as escolas do país, dentro da política de controle centralizado. (MEDITSCH, 2005, p. 6)

Nessa mesma época a pedagogia libertadora de Paulo Freire, baseada na dialogicidade, criticidade, problematização em direção à práxis, superando assim a dicotomia entre a teoria e a prática estava ganhando corpo no Brasil e na América Latina.

Com a instalação da ditadura militar no Brasil, e o seu acirramento, houve o exílio de Paulo Freire. A pedagogia da comunicação freireana, que começava a ganhar corpo nas escolas de comunicação do país, bem como a sua metodologia dialógica de ensino-aprendizagem foram sufocadas e substituídas pela onda avassaladora de outras teorias comunicacionais, *não-críticas* e *tecnicistas* vindas notadamente dos Estados Unidos.

Isso atendia aos interesses dos ideólogos da reforma universitária feita pela ditadura – pois restringia o surgimento de uma pedagogia da comunicação embasada numa teoria midiática crítica. Com o exílio de Paulo Freire, houve o aborto da matriz do pensamento freireano sobre comunicação, jornalismo e mídia no Brasil, como tão bem registra Meditsch (2005) em seus recentes estudos midiáticos.

Lembramos uma afirmação importante de Freire (1977, p. 69) “A educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados”. Ao explicitar sua proposta pedagógica menciona que:

Todo ato de pensar exige um sujeito que pensa, um objeto pensado, que mediatiza o primeiro sujeito do segundo, e a comunicação entre ambos, que se dá através de signos lingüísticos. O mundo humano é, desta forma, um mundo de comunicação. (FREIRE, 1977, p. 66)

As contribuições freireanas começaram a se fazer presentes também em 1970 no ensino da comunicação, graças à profundidade de suas reflexões e à proposta de uma ação pedagógica questionadora:

Creio ter sido um dos primeiros a trazer as idéias de Freire para o campo dos Estudos de Comunicação, ainda na década de 1970. Fora do Brasil, além da Educação, ele já era amplamente estudado em outras áreas – Filosofia, Serviço Social, Teologia, Lingüística – mas poucos haviam se dado conta do potencial teórico de suas idéias para o estudo da Comunicação e da Cultura. (LIMA, 2001, p. 288).



Registramos que durante o XX Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), evento acontecido na cidade paulista de Santos, em 1997, quando se debateu qual era a maior contribuição brasileira à área acadêmica da comunicação social na América Latina, ficou registrado que:

O professor colombiano Jesus Martín-Barbero apontou o pedagogo Paulo Freire (ao lado do antropólogo Renato Ortiz) como o autor brasileiro mais importante para o desenvolvimento do pensamento latino-americano na área. (MEDITSCH, 2005, p. 1)

O pensamento freireano no ensino da comunicação se faz cada vez mais atual. Tanto é que o 9º Encontro Nacional do Fórum de Professores de Jornalismo, a ser realizado de 28 a 30 de abril na UNIFLU, no município de Campos dos Goytacazes-RJ, traz como tema as novas tendências no ensino do jornalismo; e o conferencista especial será o pesquisador freireano Prof. Dr. Eduardo Meditsch da UFSC. E o *workshop* do evento abordará o **Método Paulo Freire e o ensino do jornalismo**, a ser proferido pelo pesquisador freireano Prof. Dr. Venício Lima da UNB.

Sabemos que a mídia não foi a preocupação nuclear na produção teórica de Freire, pois seu estudo mais direto sobre o assunto foi no campo da comunicação rural, em sua obra **Extensão ou comunicação** (1977). Mesmo assim, em seus escritos é possível detectar que a comunicação humana, o diálogo, a palavra ganham centralidade em todas as suas obras e possibilita detectar a existência de uma pedagogia da comunicação implícita no pensamento freireano.

Suas contribuições na área da comunicação foram significativas:

[ ] confirma [COGO] a percepção de MARTIN-BARBERO: a autora registra a influência de Freire em diversas vertentes de estudos e pesquisas da área de comunicação no continente: além do campo da comunicação rural, seu pensamento marcou a investigação sobre comunicação popular e alternativa, e influenciou os principais autores da área de comunicação e estudos culturais, tanto na vertente dos estudos de recepção quanto na de educação para a comunicação. (COGO, 1999, citada por MEDITSCH, 2005, p.1).

Em síntese, defendemos a matriz freireana na pedagogia da comunicação na UFAL, pois entendemos que suas reflexões são significativas para o nosso campo e podem possibilitar uma nova abordagem na ação pedagógica no processo de ensino-aprendizagem jornalístico, que ainda é marcado pela forte dicotomia entre a teoria e a prática, prejudicando a formação profissional jornalística.

## **Pedagogia midiático-dialógica**

Abordar a visão da pedagogia da comunicação freireana é lançar sementes utópicas em direção a um novo tempo, a um novo ser, a uma nova sociabilidade. Educar e comunicar são atos esperançosos, de transformação dos sujeitos para melhor. E todo ato de semear é impregnado de esperança. É a esperança que move o lavrador. O lavrador, ao cavar a terra e lançar as sementes no sulco, está plantando esperança, esperança de colher bons e melhores frutos, esperança de ter uma boa safra.

É a esperança que lhe dá forças em sua luta árdua, renhida e diária com a terra. Esse deve ser também o trabalho do(a) intelectual socialmente comprometido(a). Paulo Freire foi um semeador de esperanças também no campo da pedagogia da comunicação, por isso a sua contribuição deve ser vista, revista e reinventada. E a função do(a) educador(a) deve ser de um(a) espalhador(a) de sementes de esperança por onde caminha. A pedagogia da comunicação implícita em Freire (1977) possibilita lançar sementes para o surgimento de novas possibilidades na ação pedagógica em jornalismo.

Em suas análises, Freire (1977) trata da importância da comunicação no ato educacional. Sua contribuição para a área comunicacional é muito importante e por isso deve ser implantada no Curso de Comunicação Social da UFAL. Suas reflexões enfatizam que a formação do sujeito transformador deve necessariamente ser fruto tanto de uma comunicação libertadora quanto de uma educação dialógica. E que ambas as áreas – a comunicação e a educação – são mediadoras privilegiadas na constituição das subjetividades e do conhecimento, por isso Freire (1977, p. 78) comenta: “Educador-educando e educando-educador, no processo educativo libertador, são ambos sujeitos cognoscentes diante de objetos cognoscíveis, que os mediatizam”.

Afirma ainda sobre a necessidade da instauração de uma verdadeira relação gnosiológica:

Esta é a razão pela qual, para nós, a ‘educação como prática da liberdade’ não é a transferência ou a transmissão do saber nem da cultura; não é a extensão de conhecimentos técnicos; não é o ato de depositar informes ou fatos nos educandos; não é a ‘perpetuação dos valores de uma cultura dada’; não é o ‘esforço de adaptação do educando ao seu meio’.

Para nós, a ‘educação como prática da liberdade’ é, sobretudo e antes de tudo, uma situação verdadeiramente gnosiológica. Aquela em que o ato cognoscente não termina no objeto cognoscível, visto que se comunica a outros sujeitos, igualmente cognoscentes. (FREIRE, 1977, p. 78).

Ele propõe que todo ato comunicativo deve ser um ato educativo. Isso porque o diálogo – a comunicação – é a base elementar do processo educacional freireano. Demonstramos assim

que Freire (1977), muitas décadas atrás, já lançava as bases reflexivas para a instauração de uma pedagogia da comunicação participativa, transformadora e questionadora. Sua proposta de pedagogia comunicacional tem a práxis como fundamento e o diálogo como elemento constitutivo do conhecimento, do sujeito e da consciência.

A partir destas observações defendemos uma matriz pedagógica que vise superar a dicotomia existente entre a teoria e a prática no ensino comunicacional e na pedagogia da comunicação em geral. Julgamos que esta matriz filosófica venha a contribuir para a instauração de uma nova postura pedagógica nas escolas de comunicação pois:

A ausência desse debate tem se revelado uma constante em todos os congressos, seminários e encontros, destinados a repensar as questões da teoria, da pesquisa, dos currículos e da profissionalização no ensino da comunicação (FADUL, 1979, p. 50).

Enfim, o fator básico que nos motiva a proposição dessa nova orientação pedagógico-filosófico-curricular decorre de entendemos que, a matriz pedagógica freireana significa uma ponte fértil para a instauração de uma visão de complementaridade na relação teoria-prática no processo de ensino-aprendizagem de comunicação. Assim sendo, haverá possibilidades de superarmos a forte dicotomia ainda hoje presente na pedagogia midiática.

## 2. PERFIL DOS EGRESSOS

### **“Perfil comum**

O perfil comum do egresso corresponde a um objetivo de formação geral que deve ser atendido por todos os Cursos da área e em todas as habilitações de Comunicação, qualquer que seja sua ênfase ou especificidade. Trata-se de base que garanta a identidade do Curso como de Comunicação.

O egresso de Curso de Graduação em Comunicação, em qualquer de suas habilitações, caracteriza-se por:

1. Sua capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas;

2. Sua habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;

3. Sua visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem;

4. Utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo portanto competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

### **Perfis específicos**

Os perfis específicos resultam das habilitações diferenciadas do campo da Comunicação, que se caracteriza por uma abrangência sobre diferentes meios, linguagens e práticas profissionais e de pesquisa e, na atualidade, por envolver um acelerado dinamismo social e tecnológico.

Para assegurar o desenvolvimento histórico desta área de formação, estudos e exercício profissional, serão desenvolvidas habilitações com uma variedade de perfis específicos. Estas habilitações, definidoras dos perfis específicos, se organizam conforme as seguintes premissas:

a) é mantida a referência básica às habilitações historicamente estabelecidas: jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, radialismo, editoração, e cinema (assim como à sua denominação alternativa, cinema e vídeo);

b) podem ser criadas ênfases específicas em cada uma destas habilitações, que serão então referidas pela denominação básica, acrescida de denominação complementar que caracterize a ênfase adotada;

c) podem ser criadas novas habilitações pertinentes ao campo da Comunicação.

As habilitações referidas nos itens "b" e "c" acima serão reconhecidas como pertinentes ao campo da Comunicação na medida em que contemplem:

- a dimensão e a complexidade temática e de objeto de estudo;

- a existência de vinculações profissionais e conceituais com o campo da Comunicação;

- a delimitação de uma habilitação específica, que comporte linguagem e práticas profissionais próprias

### **Perfis específicos por habilitação**

Para as habilitações já estabelecidas, além do perfil comum relacionado no item anterior, devem ser observados os perfis a seguir explicitados:

#### **Jornalismo**

O perfil do egresso em Jornalismo se caracteriza:

1. Pela produção de informações relacionadas a fatos, circunstâncias e contextos do momento presente;
2. Pelo exercício da objetividade na apuração, interpretação, registro e divulgação dos fatos sociais;
3. Pelo exercício da tradução e disseminação de informações de modo a qualificar o senso comum;
4. Pelo exercício de relações com outras áreas sociais, culturais e econômicas com as quais o jornalismo faz interface.

#### **Relações Públicas**

O perfil do egresso em Relações Públicas se caracteriza

1. Pela administração do relacionamento das organizações com seus diversos públicos, tanto externos como internos, através de estratégias de comunicação;
2. Pela elaboração de diagnósticos, prognósticos, estratégias e políticas voltadas para o aperfeiçoamento das relações entre instituições, grupos humanos organizados, setores de atividades públicas ou privadas, e a sociedade em geral;
3. pelo trabalho na implantação de programas e instrumentos que assegurem esta interação, acompanhando, avaliando e aperfeiçoando os processos e produtos pertinentes com base nos resultados obtidos;
4. pelo trabalho junto a instituições públicas ou privadas que incluam atividades caracterizadas em termos das estratégias de comunicação segundo as quais aquelas instituições possam desenvolver interações com os interlocutores pertinentes;
5. Pelo exercício de interlocução entre as funções típicas de relações públicas e as demais funções profissionais ou empresariais existentes na área da Comunicação, e ainda com outras áreas sociais, culturais e econômicas com as quais as relações públicas exerçam interface”
6. pelo exercício de todas as demais atividades que, no estado então vigente da profissão, sejam reconhecidas pelo bom senso, pelas entidades representativas ou pela legislação pertinente, como características do profissional de Relações Públicas.

(Parecer CES 492/2001, p.17). (Parecer CES 492/2001, p.16-7)

### 3. HABILIDADES/COMPETÊNCIAS/ATITUDES

#### *“Competência e Habilidades*

Assim como os perfis dos egressos, organizados em uma parte geral comum e uma parte específica por habilitação, as competências e habilidades também comportam dois níveis, um geral para todas as profissões e formações do campo da Comunicação e um especializado por habilitação.

#### A) Gerais

As competências e habilidades gerais para os diferentes perfis são as seguintes:

1. assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;
2. usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
3. posicionar-se de modo ético-político;
4. dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
5. experimentar e inovar no uso destas linguagens;
6. refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;
7. ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

#### B) Específicas por Habilitação

Além das competências e habilidades gerais acima referidas, há que se promover o desenvolvimento de competências específicas.

#### **Jornalismo**

- registrar fatos jornalísticos, apurando, interpretando, editando e transformando-os em notícias e reportagens;
- interpretar, explicar e contextualizar informações;
- investigar informações, produzir textos e mensagens jornalísticas com clareza e correção e editá-los em espaço e período de tempo limitados;
- formular pautas e planejar coberturas jornalísticas;
- formular questões e conduzir entrevistas;
- relacionar-se com fontes de informação de qualquer natureza;
- trabalhar em equipe com profissionais da área;
- compreender e saber sistematizar e organizar os processos de produção jornalística;
- desenvolver, planejar, propor, executar e avaliar projetos na área de comunicação jornalística;
- avaliar criticamente produtos, práticas e empreendimentos jornalísticos;
- compreender os processos envolvidos na recepção de mensagens jornalísticas e seus impactos sobre os diversos setores da sociedade;
- buscar a verdade jornalística, com postura ética e compromisso com a cidadania;
- dominar a língua nacional e as estruturas narrativas e expositivas aplicáveis às mensagens jornalísticas, abrangendo-se leitura, compreensão, interpretação e redação;
- dominar a linguagem jornalística apropriada aos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação;

### **Relações Públicas**

- desenvolver pesquisas e auditorias de opinião e imagem;
- realizar diagnósticos com base em pesquisas e auditorias de opinião e imagem;
- elaborar planejamentos estratégicos de comunicação institucional;
- estabelecer programas de comunicação estratégica para criação e manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse;
- coordenar o desenvolvimento de materiais de comunicação, em diferentes meios e suportes, voltados para a realização dos objetivos estratégicos do exercício da função de Relações Públicas;
- dominar as linguagens verbais e audiovisuais para seu uso efetivo a serviço dos programas de comunicação que desenvolve;
- identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes às estratégias e processos de Relações Públicas”. (Parecer CNE 492/2001, p. 19-21)

## 4. HABILITAÇÕES E ÊNFASES

### **Jornalismo**

Ênfase: O profissional de jornalismo deverá ser apto em realizar a captação, redação, edição de fatos do cotidiano e transformá-los em gêneros jornalísticos: notícia, notas, entrevista, reportagem, artigo, comentário, editorial, coluna, e outros. Adequando-os sempre às respectivas mídias e suas especificidades lingüístico-espaciais. Além disso deverá saber lidar competentemente e eticamente com as fontes em suas tarefas cotidianas no diversos meios – rádio, jornal, televisão, Internet e outros.

Além disso a ênfase será focada também na formação para a área de assessoria de imprensa/comunicação, aliada à sua formação para ser editor, redator e repórter em webjornalismo, rádio, televisão e mídia impressa. Em razão das necessidades contemporâneas, a ênfase na formação do atual profissional de jornalismo deve contemplar necessariamente as novas tecnologias da comunicação e informação.

### **Relações Públicas**

O Profissional de Relações Públicas deverá estar apto em realizar assessoria ou consultoria em organizações públicas ou privadas, dando ênfase ao incremento de técnicas de comunicação interpessoal e de massa, norteados pelo sentido das humanidades como eixo social entre os diversos públicos estratégicos de Relações Públicas. Para tanto, deverá, planejar, pesquisar, diagnosticar e orientar seus públicos, administrando as controvérsias decorrente dos diversos interesses em conflito, pautado pelo sentido do diálogo, cuja compreensão mútua decorre do sentido da comunicação humana como eixo de inclusão.

Portanto, a ênfase será fincada na compreensão das humanidades, inserindo conhecimentos teórico-técnico-mercadológico-ético-político na formação do Profissional de Relações Públicas, ressaltando a atividade de assessor ou consultor de comunicação para elaborar planos e programas de Relações Públicas, estratégias de relações interpessoais, grupais e midiáticas por intermédio das teorias e técnicas da comunicação externa e interna (endomarketing). Além disso, será focada nas estratégias políticas (lobby), de relacionamento com a mídia e com a cultura organizacional. Também será dado o enfoque inter-relacional através das técnicas de comunicação oral, escrita e aproximativa, entre outros, com os recursos das novas tecnologias da comunicação e informação, envolvendo o vetor da interdisciplinaridade como a Publicidade e Propaganda, Marketing e Política, entre outros veios interdisciplinares.



## 5. CONTEÚDOS/MATRIZ CURRICULAR

A mudança de um sistema curricular representa a oportunidade para, além de se avaliar e propor novas formas e adequações para a operacionalização do novo currículo, de se refletir a questão de como um sistema conceitual-pedagógico, realizada num currículo, articula na ação universitária um projeto formador de um povo. Tal premissa já se fazia presente no Projeto Curricular do COS/CHLA (1996, p. 10).

Refletir essa questão significa, com propriedade, reconhecer que um currículo nunca é neutro e também nunca é completo, pois ele se insere teleologicamente num projeto educacional que define, inclusive, o pensar e o agir da universidade.

No caso de um projeto curricular, embora com objetivo educacional concreto, for concebido sem o comprometimento histórico da universidade com a sociedade, será reservado para esta o papel de simples expectadora, razão pela qual deve estar articulado integralmente com o compromisso de seus atores em instaurar o protagonismo no espaço de atuação político-educacional-emancipador do conhecimento.

Por isso, a universidade não pode e não deve condicionar sua ação como mera provedora de mão-de-obra especializada para o mercado, pois mesmo estando comprometida com a formação de recursos humanos para o mercado, ao desenvolver os potenciais teórico-técnicos dos sujeitos, cabe a ela também cumprir com as demandas ético-políticas resultantes das transformações geradas no seio social mais amplo.

Temos em consideração que o curso de comunicação forma formadores-informadores. Por isso, a grandeza dessa tarefa não pode ser diminuída pela visão redutora do papel fundamental que comunicadores(as) exercem na modelagem do tecido simbólico contemporâneo, no amplo campo da ideologia e do poder, onde se realizam os seus projetos, onde se revelam as imagens e verdades como constructos simbólicos na sociedade da informação, do império da mídia e suas mediações.

Assim sendo, cada vez mais a realidade se conforma à imagem, os antigos sistemas simbólicos, em suas concepções e técnicas se alteram e instauram novos diálogos, outros sentidos e diferentes significações, e com eles as demandas por novos profissionais, capazes de agir frente ao novo contexto multimidiático. Agora não mais dominado apenas pelo analógico, mas invadido pelas teias dos sistemas e meios digitais dos bits e bites, que obrigam a uma reconfiguração do campo das comunicações e faz rever a formação dos comunicadores.

Os novos profissionais de comunicação devem ser capazes de agir no novo contexto digital, tecnológico-informatizado e multimidiático. São obrigados a articular novas formas de discursos por meio do hipertexto, da hipermídia, interagir na rede mundial da Internet e operar com diversas ferramentas em várias plataformas digitais de redação, edição e de tratamento de áudio e vídeo. Necessitam dominar ainda, com competência efetiva as linguagens, a morfologia, a sintaxe e a semântica da sociedade midiático-digital, que complementa e ultrapassa os sistemas analógicos, possibilitando a convergência das mídias em tempo real e em nível planetário.

Além de dominar novas ferramentas, novas plataformas digitais, uma vez que a comunicação e a tecnologia estão em interação constante no mundo contemporâneo, os profissionais de comunicação devem ser capazes de agir nesse novo contexto tecno-midiático-discursivo, mas, também, devem agir de forma ética, humana e sensível a partir de uma práxis socio-crítica.

A partir desses referenciais ético-técnico-filosóficos o curso de comunicação social propõe suas diretrizes conceituais, ora sistematizadas neste novo currículo, visando contribuir

para a formação de um comunicador com um perfil diferenciado. Mais adequado à realidade presente, instaurador de uma outra universidade que venha possibilitar também a constituição de novas formas de sociabilidade, e capaz de qualificar ético-estético-tecnicamente os atuais e futuros discentes.

## 5.1 Fundamentação

Todo currículo contém, em sua ação fundadora, explícita ou implicitamente, uma concepção de educação situada historicamente como um projeto informador/formador de um povo, ideologicamente caracterizado. Dessa forma, ele se articula, internamente, ao plano estritamente acadêmico e a uma forma de se fazer universidade, e externamente, a um plano social mais amplo, realizando assim, uma determinada concepção didático-pedagógica politicamente definida, que orienta a própria ação dos educadores com ele envolvidos. A proposta do currículo de comunicação tem como base a pedagogia praxeológica freireana, que resgata o diálogo entre os sujeitos e o mundo de forma mais ampla, e elimina a dicotomia entre a teoria e a prática.

Nesse sentido, as formas e conteúdos dos objetos de conhecimento não serão dicotomizados, teorias e práticas interagem no ato pedagógico. Dessa forma o ato de ensinar não será visto como transmissão, e o aluno não será concebido como um depósito de conteúdos. O professor por sua vez não será o depositante do saber, característico da educação bancária. Essa ação bancária não permite uma relação dialógica, crítica entre os sujeitos no ato cognitivo, entre a teoria e a prática, entre quem ensina e quem aprende. Pois quem aprende também ensina e quem ensina também aprende – uma vez que a atividade ensino-aprendizagem é uma via de mão dupla na perspectiva freireana.

A universidade passa a ser compreendida como o próprio corpo social mais amplo, e sua especificidade, sua identidade, está na sua própria função, outorgada por sua vocação histórica de articular a indissociabilidade do ensino, da pesquisa e da extensão. E nessa interação, a universidade encontra sua dimensão maior, e os vínculos que a entrelaçam com os projetos e os destinos do social saem fortalecidos.

Os caminhos que levam a esta identidade são os da experimentação e o seu lugar, os laboratórios e/ou suas oficinas. O termo lugar aqui possui acepção ampla e pode ser representado melhor pelo de “topos” grego, como espaço de realização, de ser de identificação. Nele, o saber-fazer social confronta-se consigo mesmo, e numa proposta pedagógico-praxeológica, há interação entre teoria e prática.

A oficina, portanto, é o lugar de experimentação, lugar de reflexão, onde a prática testa a teoria e a teoria cumpre a função de abrir caminhos para novas práticas, novos conhecimentos, novas técnicas, novos métodos e outros fazeres e saberes. A universidade passa efetivamente a ser vista como o lugar da experimentação, onde a teoria e a prática, mediadas pelo professor, dialogam entre si na constituição do pensamento crítico, na construção de artefatos técnico-midiático-comunicacionais.

Nessa mobilidade interativa e, portanto, dialógica, teoria e prática se conformam, se conflitam os projetos, os conceitos e os saberes socio-históricos, permitindo, portanto, a superação tanto da teoria quanto da prática – por meio do movimento dialético, e nessa ultrapassagem possibilita o nascimento do novo saber.

A superação do velho saber pelo novo possibilita assim que a categoria do movimento constante do real, dos homens, das idéias, do conhecimento e da sociedade estejam sempre presentes no ato gnosiológico, na formação da subjetividade e na constituição dos processos mentais superiores, isto é, da cognição.

A definição da concepção pedagógica freireana da praxeologia, ou do dialogismo, definida como criticamente e socialmente engajada na produção do conhecimento, parte do concreto, da prática, em oposição ao abstrato, e com isso permite o acesso ao domínio dos saberes teóricos, pois estabelece a proposta pedagógica de ação-reflexão-ação, ao invés de priorizar a reflexão-ação-reflexão. Em decorrência dessa perspectiva pedagógica, a experimentação, a prática, é o princípio; e o laboratório/oficina o lugar de realização do saber exigido pela sociedade.

## **5.2 Em Relações Públicas**

As transformações do mercado e a filosofia mercadológica aplicada ao planejamento e ao consumo da comunicação, devem estar refletidas nas diretrizes basilares dos currículos mínimos dos cursos de comunicação social. Daí, termos optado por disciplinas que acompanhem os atuais processos de mudanças societárias, tecnológicas e midiáticas e suas interfaces, com a rapidez contemporânea que caracterizam, articulam em nosso meio e particularmente no campo da comunicação, novas vivências, transmissão e pesquisa dos saberes.

Nesse contexto aparecem novas demandas, as quais as concepções que embasam o modelo anterior respondem cada vez menos.

Conseqüentemente, a problemática universidade-mercado e suas interrelações com os diversos níveis de demandas técnico-teórica e ético-políticas do social, tornam presentemente necessária - senão obrigatória - uma reflexão sobre as transformações vivenciadas, as considerações teórico-tecnológicas que acarretam, e os processos de formação atrelados. Espera-se dessa reflexão a obtenção de resultados e sua inclusão em diretrizes que conformam uma concepção pedagógica reflexiva atualizada, fundamentadora de qualquer projeto curricular contemporâneo.

Nesse cenário o processo de operacionalização curricular deve estar sintonizado entre disciplinas, laboratórios e seminários temáticos entendidos como esferas que delimitem as possibilidades e momentos de vivências teórico-práticas. As atividades de relações públicas têm a linguagem como essência mas, não podem ficar esquecidas também as tecnologias contemporâneas, pois em tempo de globalização desencadeou-se as eras da: informação, imagem, velocidade e do desejo.

O conjunto de disciplinas serve para organizar e articular saberes interdisciplinares buscando com isso uma melhor aplicabilidade e entendimento dos conteúdos por parte do alunado.

A formação profissional dar-se-á em decorrência do composto de disciplinas/eventos e seminários temáticos desencadeados pelas disciplinas de caráter eletivas quanto obrigatória.

### **5.2.1. Considerações didático-pedagógicas sobre disciplinas e laboratórios do atual currículo**

Considerando-se a Universidade como Instituição de maior relevância na produção e avanço do conhecimento e a situação que ora se apresenta, há que se fortalecer o seu papel no sentido de contribuir para responder à demanda social e para consolidar a formação de profissionais contextualizados e comprometidos com a realidade social em que se inserem. Para tanto, na maioria das disciplinas foram acrescentados a seus conteúdos programáticos enfoques que dão conta das mudanças contemporâneas no sentido de promover uma reflexão teórico – prática, via planejamento e execução de projetos de forma articulada ou não quando necessário. O curso de comunicação define, a princípio, a experimentação como forma e o laboratório como lugar de realização do saber exigido pela sociedade. Com a intenção de compreender as demandas de mercado achamos por bem inserir novas disciplinas e laboratórios que possam suprir a carência da formação técnico profissional na cultura das relações públicas nas organizações.

1. Em Administração para Relações Públicas disciplina redimensionada do então Laboratório de Interdisciplinar I que contempla os fundamentos da administração nos modelos de gestão em assessoria ou consultoria da área.
2. Marketing I e II leva em conta a importância da marca nunca vista anteriormente, considerando a filosofia mercadológica das transformações vivenciadas pela sociedade o mercado de trabalho, assim como, as novas questões epistemológicas contemporâneas.
3. Informática aplicada às Relações Públicas terá como ênfase a inserção do aluno no universo das novas tecnologias direcionadas a às práticas de Relações Públicas.
4. Endomarketing enquanto modelo de gestão e relacionamento entre vários staffs da organização como

forma de motivação e requalificação da competência interpessoal destes.

5. Seminários de Comunicação Pública e Institucional, disciplina que foi redimensionada, contemplando formas de comunicação existentes nas empresas públicas e privadas capacitará os discentes para que sejam capazes de compreender as contradições face as diferenças comunicacionais.
6. Seminários Temáticos capacitará o aluno para compreensão das diversas práticas de mercado em Relações Públicas.

### **5.3 Em Jornalismo**

A habilitação de jornalismo quanto à nova proposta pedagógica e curricular também assume como premissa básica a indissociabilidade de teoria e prática, e por conseguinte, a interação cada vez maior entre o ensino, a pesquisa e a extensão.

A isto se junta da mesma forma a concepção de que o conhecimento se desvela fundamentalmente através da experimentação, intervenção ou penetração do agente em determinada realidade, e do processo que aí se estabelece. E se consolida no confronto consigo mesmo.

Isso implica em realçar que não há conhecimento imutável e nem verdade absoluta, pois a teoria é um conhecimento sistematizado, que se revela na prática, quando se estabelece um processo interativo, crítico, conflitivo, cognitivo e dialético. E a partir daí ocorre a reformulação e a ampliação da própria teoria e da transformação da prática.

Disto resulta uma concepção de operacionalização curricular articulada em torno das oficinas, entendidas como espaços que ensejam possibilidades e momentos de experimentações teórico-práticas. Espaços que incluem blocos de disciplinas, que não esgotam o conhecimento do setor, pois o saber é um todo não compartimentado, que se estabelece enquanto um *continuum* cognitivo. Os blocos servem para organizar saberes próximos, visando a compreensão e a aplicação mais articulada pelo alunado.

Ao estipular essa dimensão, o currículo passa a ser pensado e operacionalizado por meio de oficinas, que são núcleos de produção de teoria e de prática, que resultam em diferentes tipos de produtos/produções jornalísticas e/ou midiáticas. Essas produções poderão acontecer em duas linhas centrais: uma permanente, articulada através das disciplinas centrais, que ocorrerá pelo bloco das oficinas, e outra eventual, por meio da realização de projetos específicos com outras disciplinas ou áreas.

Por conseqüência, é desejável a existência de oficinas ao longo dos 6 semestres finais do curso, paralelamente com os processos de cooperação interdisciplinar e inter-oficinas que permitam o desenvolvimento de atividades, conteúdos e reflexões em torno de um tema central em cada período.

Ressaltamos que a efetivação de tal concepção, no entanto, exige a disponibilidade de recursos humanos e materiais. Por isso é necessário que os docentes se integrem em projetos colaborativos.

Além disso, é necessário a obtenção de recursos materiais e humanos para que tais projetos efetivamente sejam realizados, e que os equipamentos de áudio, de vídeo e o sistema computadorizado do curso tenham manutenção constante e recursos disponíveis para tal, o que hoje não ocorre.

Nesta perspectiva, a prática terá início a partir do 3º (terceiro) semestre e nas várias modalidades do jornalismo, instaurando um processo de formação teórico-prático conforme enunciado no corpo deste projeto pedagógico. A formação profissional desejada será possível em decorrência do conjunto de disciplinas/eventos e oficinas desencadeadas tanto pelas disciplinas de caráter eletivas quanto obrigatórias. E ainda por parte dos blocos que integram as oficinas jornalísticas, que foram pensadas em cinco eixos.

### **5.3.1 Oficinas jornalísticas**

**a) Gêneros Televisivos e Oficina de telejornalismo** – priorizará o ensino dos diversos gêneros midiáticos televisivos no 6º (sexto) semestre e no 7º (sétimo) semestre abordará especificamente o gênero telejornalismo, ensinando, produzindo e avaliando as produções telejornalísticas do alunado.

**b) Oficina de jornalismo impresso I e II e Planejamento Gráfico (Diagramação)** – Integra a antiga disciplina de Laboratório Integrado de Jornalismo Impresso I e priorizará no 3º (terceiro) semestre o ensino e a prática da categoria/modalidade jornalística informativa. Para isso a ênfase será sobre as técnicas da produção da notícia, produção da pauta, conceitos básicos dos gêneros informativos, a tipologia da notícia e da nota bem como a prática de tais gêneros informativos. No 4º (quarto) semestre, haverá ênfase nos gêneros jornalísticos entrevista e reportagem, ainda na modalidade/categoria informativa, resultando na elaboração de boletins informativos impressos e/ou digitais.

**c) Oficina de jornalismo impresso III, Edição em Mídia Impressa e Fotojornalismo** – Será constituída pelas antiga disciplina do sistema seriado anual Laboratório Integrado de Jornalismo Impresso 2 e a ênfase será no ensino da prática da categoria opinativa, e os gêneros jornalísticos veiculadores de opinião, investigação e interpretação: editorial, crônica, artigo, coluna, comentário, charge, fotografia, assim como a edição do jornal laboratório. Terá como objetivo a elaboração de produtos impressos de caráter opinativo, investigativo e interpretativo.

**d) Gêneros Radiofônicos e Oficina de Radiojornalismo** - Será constituída a partir da disciplina de Radiojornalismo do sistema seriado anual e a sua ênfase será no ensino da prática do gêneros midiáticos que estruturam o discurso radiofônico. O enfoque será nos gêneros: radionovela, radioteatro, radiovista e outros. Em seguida a sua ênfase será exclusivamente na prática dos gêneros radiojornalísticos tais como: radioreportagem, radiodebate, radioentrevista, radioenquête, mesa-redonda e outros.

**f) Oficina de Tecnologias Contemporâneas em Comunicação** – As possibilidades de comunicação digital e informatizada. Website, internet, blogs, orkut, fotologs, messenger. Novas formas de sociabilidade e o virtual.

**g) Oficina de mídias alternativas** – Será constituída a partir dos pressupostos da antiga disciplina Laboratório de Pequenos Meios, no então sistema seriado, e sua ênfase será sobre o ensino e a prática da comunicação social utilizando-se de outros meios/mídias e outros gêneros discursivos, não necessariamente jornalísticos. Abordará por exemplos as mídias comunitárias, populares, alternativas e suas linguagens e discursos diferenciados. Além do enfoque do uso das tecnologias contemporâneas para desencadear outras possibilidades de comunicação visando informar, orientar, educar e interagir com a opinião pública. Em síntese, visa estudar, pesquisar e produzir mensagens em diversos outros suportes que complementares aos massivos.

## **5.4 CONTEÚDOS CURRICULARES**

“Os conteúdos curriculares são diferenciados em Conteúdos Básicos e Conteúdos Específicos.

Os conteúdos básicos são aqueles relacionados tanto à parte comum do curso quanto às diferentes habilitações. Os conteúdos específicos são aqueles que cada instituição, livremente, deve eleger para organizar seu currículo pleno, tendo como referência os objetivos e os perfis comum e específicos anteriormente definidos.

### **a. Conteúdos Básicos**

Os conteúdos básicos são caracterizadores da formação geral da área, devendo atravessar a formação dos graduandos de todas as habilitações. Envolvem tanto conhecimentos teóricos como práticos, reflexões e aplicações relacionadas ao campo da Comunicação e à área configurada pela habilitação específica. Estes conhecimentos são assim categorizados: conteúdos teórico-conceituais; conteúdos analíticos e informativos sobre a atualidade; conteúdos de linguagens, técnicas e tecnologias midiáticas, conteúdos ético-políticos. (Parecer CNE 492/2001, p. 23)

Fica definido também que 20% das disciplinas poderão ser ofertadas a distância, pois a portaria do MEC nº. 4.059/2004 determina em seu artigo 1º que ‘as instituições de ensino superior introduzam as tecnologias digitais na organização pedagógica e curricular de seus cursos superiores reconhecidos’, conforme o documento MEC/SESu/UFAL sobre Construção de Material Didático para Educação a Distância (2006, p.1)

#### 5.4.1 CONTEÚDOS BÁSICOS EM JORNALISMO E RELAÇÕES PÚBLICAS

<b>DISCIPLINA:</b> TEORIA DA COMUNICAÇÃO I		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS001	80h
<b>EMENTA:</b> Introdução ao conhecimento teórico da comunicação através da compreensão / manipulação de conceitos que possibilitem organizar a questão da definição / construção dos objetos da área de estudo e dos aspectos epistemológicos, teóricos, metodológicos e institucionais aí envolvidos.		

<b>DISCIPLINA:</b> TEORIA DA COMUNICAÇÃO 2		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS007	80h
<b>EMENTA:</b> Estudo da diversidade nas perspectivas teóricas da comunicação, de modo a focar as relações entre comunicação, mídia e sociedade no contexto contemporâneo, assim como as questões da linguagem na leitura desses processos comunicacionais e midiáticos.		

<b>DISCIPLINA:</b> ANTROPOLOGIA CULTURAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS002	80h
<b>EMENTA:</b> Teorias antropológicas. Sistema de representação e sistemas simbólicos da realidade brasileira. A disciplina antropológica e o conceito de cultura. Cultura e natureza, meio ambiente e relações sociais. Processos de transição. Tipos de sociedade e formas culturais. A questão tecnológica.		

<b>DISCIPLINA:</b> SOCIOLOGIA GERAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS003	40h
<b>EMENTA:</b> As condições históricas e sócio-culturais que possibilitaram o surgimento, a formação e o desenvolvimento da Sociologia. A contribuição de Augusto Comte, Emile Durkheim, Karl Marx, Friedrich Engels e Max Weber para a compreensão dos conceitos básicos da análise sociológica e da dinâmica da sociedade capitalista contemporânea. Estudos de temas da sociologia contemporânea: Minorias, Pobreza, Violência e Ecologia.		



<b>DISCIPLINA:</b> SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS012	80h
<b>EMENTA:</b> A Comunicação como campo de reflexão e pesquisa sociológica. As correntes sociológicas e suas principais teorizações sobre a Comunicação. A Comunicação e a dinâmica da sociedade contemporânea. A Comunicação e suas interconexões com a educação, a arte e a tecnologia.		

<b>DISCIPLINA:</b> PSICOLOGIA GERAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS004	40h
<b>EMENTA:</b> Estudo das funções mentais superiores. Emergência dos processos psicológicos a partir da determinação social da organização cerebral e os processos psicológicos básicos e seus fundamentos (linguagem, pensamento, memória, percepção, aprendizagem, motivação, emoção e atenção).		

<b>DISCIPLINA:</b> PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS008	40h
<b>EMENTA:</b> A relação homem, linguagem, comunicação. A indústria cultural e o homem na sociedade de massa: comunicação que se estabelece entre afetos, saberes e informação; os acontecimentos de linguagem e a lógica de mercado; os produtos culturais de consumo: Kitsch, a pop-arte, a moda. A captura da linguagem sócio-afetiva pelos signos e símbolos comerciais. Processos psicológicos que se configuram: a empatia, o encontro, a identificação patológica, o narcisismo. A força das imagens: as imagens tiradas dos clichês. A publicidade e a percepção. A persuasão. A importância de uma ética.		

<b>DISCIPLINA:</b> PORTUGUÊS PARA COMUNICAÇÃO I		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS005	80h
<b>EMENTA:</b> Principais figuras de linguagem: a metáfora, a metonímia, a silepse, o anacoluto etc. Estrutura do parágrafo em textos diversos: na dissertação, na narração, na descrição. O tópico frasal no parágrafo. Textualidade: concatenação de parágrafos, coesão, coerência, recursos emocionais e lógicos de argumentação.		

<b>DISCIPLINA:</b> PORTUGUÊS PARA COMUNICAÇÃO 2		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS010	80h
<b>EMENTA:</b> Texto, contexto, textualidade, intertextualidade, intratextualidade, hipertextualidade. Discurso e formação discursiva. A estrutura do discurso e a constituição do significado na poesia, na prosa, no texto ficcional e não-ficcional. Dissertação, argumentação, resumo, resenha.		

<b>DISCIPLINA:</b> INTRODUÇÃO À PESQUISA BIBLIOGRÁFICA E À DOCUMENTAÇÃO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS006	40h
<b>EMENTA:</b> Natureza do conhecimento: tipologia, fontes e formas de sistematização. Importância da pesquisa bibliográfica na produção de trabalhos acadêmicos. Normas de ABNT.		

<b>DISCIPLINA:</b> HISTÓRIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS011	40h
<b>EMENTA:</b> A comunicação oral e os primeiros registros de linguagem. A imprensa no mundo, no Brasil e em Alagoas. Surgimento da imprensa, da fotografia, do cinema, do rádio e da TV no mundo e Brasil. A era digital.		

<b>DISCIPLINA:</b> INTRODUÇÃO À FILOSOFIA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS009	40h
<b>EMENTA:</b> O curso de Introdução à Filosofia visará, basicamente, propor ao aluno iniciante as questões gerais com as quais se vê envolvida a Filosofia, de modo claro e sistemático, a começar pela indagação do que é a própria Filosofia e, progressivamente, ir abordando os problemas gerais da disciplina.		

<b>DISCIPLINA:</b> FILOSOFIA CONTEMPORÂNEA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS013	40h
<b>EMENTA:</b> Apresentação crítica das principais correntes filosóficas do século XX, privilegiando-se algumas obras, filósofos e temáticas: Pragmatismo. Empirismo lógico e Filosofia Analítica, Fenomenologia. Nietzsche, Wittgenstein, Deleuze.		

<b>DISCIPLINA:</b> COMUNICAÇÃO COMPARADA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS014	40h
<b>EMENTA:</b> A Comunicação e a transformação social. Condições de produção, circulação e consumo de mensagens. Comunicação nos vários modos de produção. Análise comparativa dos sistemas de comunicação social. As políticas que determinam e condicionam o processo de informação, as diversas formas de controle da informação.		

<b>DISCIPLINA:</b> ESTÉTICA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS015	40h
<b>EMENTA:</b> Os sentidos de “estética”. A dimensão estética. Estética objetiva, subjetiva e experiência estética. Estética para que? (qual a utilidade do estético?). O conceito de gosto. Estética e filosofia da arte. O que é arte. O belo.		

<b>DISCIPLINA:</b> TEORIA POLÍTICA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS016	80h
<b>EMENTA:</b> Teorias políticas contemporâneas. Elementos para análise política; Estado, estrutura de poder e sistemas de governo. A partir da teoria clássica sobre a democracia discutir questões relevantes sobre o desenvolvimento e o estado atual da teoria democrática, enfatizando-se, entre outros pontos, problemas relacionados à democracia representativa, equilíbrio entre os poderes, estabilidade e crise dos regimes democráticos, formas de participação e perspectivas de consolidação democrática neste final de século.		

<b>DISCIPLINA:</b> ESTÉTICA DA COMUNICAÇÃO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS031	40h
<b>EMENTA:</b> Fenômenos estéticos e Cultura de Massa. Interpretações Estéticas da Indústria Cultural. A crítica dos produtos midiáticos. Análise das “linguagens” plásticas contemporâneas. Princípios estéticos aplicáveis aos meios de comunicação de massa (mídias impressas, sonora, áudio-visual, eletrônica). Reconfigurações no campo da arte e da experiência estética a partir do advento da cultura de massas. A arte e a reprodutibilidade técnica; a obra de arte como mercadoria. Transformações no circuito produção-circulação-consumo de objetos artísticos. Fronteiras entre arte de elite e cultura de massas. Cultura urbana. Crítica da Cultura de Massa. Produtos midiáticos, História da Arte e Experiência Ordinária.		

<b>DISCIPLINA:</b> ECONOMIA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS032	80h
<b>EMENTA:</b> Fundamentos básicos da ciência econômica, Os problemas econômicos fundamentais, O sistema econômico, Oferta e procura, A moeda e o sistema financeiro, Os agregados macroeconômicos, Inflação, Setor público. A economia enquanto Ciência Social. Teorias sobre produção-distribuição-troca-consumo. Desenvolvimento econômico. O processo de produção. Formação econômica do Brasil: pontos básicos. A economia brasileira na economia internacional. Papel situação dos trabalhadores na economia brasileira: trabalho e capital no Brasil.		

<b>DISCIPLINA:</b> REALIDADE SÓCIO-ECONÔMICA E POLÍTICA, BRASILEIRA E REGIONAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Formação da sociedade brasileira, em seus aspectos econômicos, políticos e culturais, com ênfase no período posterior a 1930. Situação atual e perspectivas. O papel dos meios de comunicação nas manifestações culturais e a sociedade civil.		

<b>DISCIPLINA:</b> TEORIA E MÉTODO DA PESQUISA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS033	80h
<b>EMENTA:</b> Análise do campo de pesquisa da comunicação no que concerne aos aspectos epistemológicos, teóricos, metodológicos e institucionais que envolvem a construção dos seus objetos e problemas de investigação.		

<b>DISCIPLINA:</b> DESENVOLVIMENTO ORIENTADO DE PROJETOS (TCC)		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	40h
<b>EMENTA:</b> Concepção e elaboração de um projeto de pesquisa. O trabalho de conclusão de curso. Pertinência, relevância, fundamentação, objetivos e metas. A escolha do orientador, linhas de pesquisa, áreas de atuação.		

## 5.4.2 CONTEÚDOS ESPECÍFICOS EM JORNALISMO

<b>DISCIPLINA:</b> OFICINA DE JORNALISMO IMPRESSO I		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS017	80h
<b>EMENTA:</b> Técnicas de redação jornalística, nota, notícia, jornalismo informativo, Seleção e organização de informação jornalística em textos curtos. O texto jornalístico informativo – características.		

<b>DISCIPLINA:</b> COMUNICAÇÃO E CULTURA VISUAL I (DESIGN)		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS018	40h
<b>EMENTA:</b> Teorias da imagem, noções de composição visual, sintaxe da linguagem visual, percepção visual, equilíbrio, proporção, harmonia.		

<b>DISCIPLINA:</b> OFICINA DE JORNALISMO IMPRESSO 2		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS039	80h
<b>EMENTA:</b> Ênfase nos gêneros jornalísticos entrevista e reportagem, ainda na modalidade/categoria informativa, resultando na elaboração de boletins informativos impressos e/ou digitais.		

<b>DISCIPLINA:</b> PLANEJAMENTO GRÁFICO (DIAGRAMAÇÃO)		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS034	40h
<b>EMENTA:</b> Design Gráfico, conceito e evolução. Estilo, forma, conteúdo e resposta. Design e mediação. Composição. Técnicas de produção. Planejamento e projeto.		

<b>DISCIPLINA:</b> COMUNICAÇÃO E CULTURA VISUAL 2 (FOTOGRAFIA)		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS035	40h
<b>EMENTA:</b> Estudo acerca das principais características da Imagem. Tipologias da Imagem. As diferentes formas de imagens técnicas: fotográficas, cinematográficas, holográficas, televisuais e digitais. Linguagem e Estética dos códigos visuais. Processos de produção em diferentes suportes técnicos (fotografia, vídeo e sistemas hipermídia).		

<b>DISCIPLINA:</b> ÉTICA E LEIS DA PRÁTICA INFORMACIONAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> O direito à informação. Leis que regem a imprensa. Regulamentação profissional. Ética profissional. Direitos e deveres do jornalista, sua responsabilidade social e seu papel histórico no Brasil.		

<b>DISCIPLINA:</b> OFICINA DE JORNALISMO IMPRESSO 3		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Prática da categoria opinativa e os gêneros jornalísticos veiculadores de opinião, investigação e interpretação: editorial, crônica, artigo, coluna, comentário, charge, fotografia, assim como a edição do jornal laboratório. Terá como objetivo a elaboração de produtos impressos de caráter opinativo, investigativo e interpretativo.		

<b>DISCIPLINA:</b> GÊNEROS RADIOFÔNICOS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Ensino da prática dos gêneros midiáticos que estruturam o discurso radiofônico. O enfoque será nos gêneros: radionovela, radioteatro, radiovista e outros.		

<b>DISCIPLINA:</b> EDIÇÃO EM MÍDIA IMPRESSA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Edição gráfica. Técnicas de pauta. Entrevistas, perfis e artigos. Relações intertextuais: olho, box, tabela. Infografia. Produção do jornal laboratório.		

<b>DISCIPLINA:</b> OFICINA DE RADIOJORNALISMO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Laboratório de radio jornalismo, articulador de elementos teóricos e práticos na produção, edição e realização de programas radio jornalísticos.		

<b>DISCIPLINA:</b> FOTOJORNALISMO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	40h
<b>EMENTA:</b> O repórter fotográfico, a fotografia como notícia, legendas das fotografias no jornalismo impresso, foto de jornal e foto de revista.		

<b>DISCIPLINA:</b> MÍDIAS ALTERNATIVAS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Cultura popular x cultura de elite. Comunicação popular x comunicação de elite. Informação verticalizada. Função social da comunicação no capitalismo. As possibilidades de outros modelos comunicacionais. A linguagem dos MCA x MCM. Comunicação, poder e ideologia nos MCM. Possibilidades de intervenções por intermédio de Mídias alternativas. A linguagem nas mídias alternativas.		

<b>DISCIPLINA:</b> GÊNEROS TELEVISIVOS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	40h
<b>EMENTA:</b> Gêneros televisivos no composto midiático. A televisão no processo de midiáticação da sociedade. Entretenimento como gênero global. TV e Hibridização. Gêneros: Reality Shows, talk shows, jornalísticos e de auditórios.		

<b>DISCIPLINA:</b> OFICINA DE TECNOLOGIAS CONTEMPORÂNEAS DE COMUNICAÇÃO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	120h
<b>EMENTA:</b> Comunicação e informatização: aspectos técnicos, impactos sócio-culturais. Rede de computadores, internet: novos conceitos e instrumentais de comunicação. Análise das possibilidades das infovias para o jornalismo contemporâneo. Produção de Webjornalismo.		

<b>DISCIPLINA:</b> OFICINA DE TELEJORNALISMO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	120h
<b>EMENTA:</b> O advento da TV. A linguagem da TV. A função educativa da televisão. Programação de ondas VHF e UHF. Microondas e satélites. Equipamentos de estúdio e externa – mesas de edição – gravação de som. Roteiro e script de programas. Edição de som e imagem. O programa telejornalístico. Redação e edição de texto em telejornais. Transmissões diretas e reportagens externas gravadas. Roteiro de telejornais. Videojornal e TV comunitária.		

<b>DISCIPLINA:</b> ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Assessoria de comunicação nas práticas midiáticas. Principais Atividades. Mercado de trabalho. Projeto de assessoria de comunicação. Atividades de assessoramento: entrevista coletiva, press-releases, recortes, súmulas, sinopses e análises. Mercado de Trabalho. Assessoria de Comunicação e Ética Profissional.		

<b>DISCIPLINA:</b> ADMINISTRAÇÃO E MARKETING EM COMUNICAÇÃO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Histórico da imprensa. Notícia – um produto social de valor ideológico e mercantil. Liberdade de imprensa x liberdade de empresa. Estratégias para a constituição de uma empresa de comunicação. Definição de mercado: o mercado da comunicação. Projetos alternativos e possibilidades mercadológicas na região.		

<b>DISCIPLINA:</b> PUBLICIDADE E PROPAGANDA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Fundamentos teóricos da publicidade e da propaganda com estudo de suas técnicas de produção e difusão.		



### 5.4.3 CONTEÚDOS ESPECÍFICOS EM RELAÇÕES PÚBLICAS

<b>DISCIPLINA:</b> TEORIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS019	40h
<b>EMENTA:</b> Definição operacional de RRPP. Psicossociologia das RRPP. O processo de RRPP. relação com diferentes públicos. Público interno, externo e misto. Elementos para análise técnico-política da atividade de RRPP. Administração da controvérsia pública. Relações públicas e a interdisciplinaridade. Relações públicas e modernidade.		

<b>DISCIPLINA:</b> REDAÇÃO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS020	80h
<b>EMENTA:</b> Compreensão e produção de textos de natureza jornalística e de relações públicas. A linguagem jornalística. Produção de textos específicos da linguagem jornalística. Elaboração de releases, boletins e demais instrumentos de comunicação. Assessoria de comunicação ( imprensa). Compreensão e produção de textos de técnica administrativa e científica: correspondências, mala-direta, relatórios, ensaios e monografias.		

<b>DISCIPLINA:</b> TÉCNICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS036	40h
<b>EMENTA:</b> Técnica e tecnologia social em relações públicas, Público estratégico ou de interesse, Técnicas de comunicação estratégica, dirigida e integrada. (RE) qualificação dos instrumentos de comunicação interno-externa. auditoria de opinião (de imagem, de clima organizacional, e de perfil organizacional) mediações com a comunidade do entorno, clientes, mídia, terceiro setor, etc... propaganda institucional: uma introdução usos e abusos em novas tecnologias para relações públicas e responsabilidade social empresarial relações públicas e a prática cotidiana de uma ouvidoria.		

<b>DISCIPLINA:</b> MARKETING PARA RELAÇÕES PÚBLICAS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS037	80h
<b>EMENTA:</b> Conceitos e evolução do Marketing. O ambiente de marketing. O composto de marketing. Produto. Preço. Distribuição. O Composto de Comunicação.		

<b>DISCIPLINA:</b> COMUNICAÇÃO DIRIGIDA E MULTIMEIOS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS040	40h
<b>EMENTA:</b> Compreensão e produção de conteúdo de natureza oral, escrita e áudio visual. Estudo da oratória contemporânea. Análise e execução de textos orais e audiovisuais utilizando as técnicas de comunicação dirigida oral na esfera metodológica de reuniões. Comunicação interpessoal e não-verbal (Proxêmica, Cinesica e tacêsica) no âmbito da comunicação dirigida aproximativa.		

<b>DISCIPLINA:</b> ADMINISTRAÇÃO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS038	40h
<b>EMENTA:</b> Os princípios da Administração; Processo administrativo; Administração contemporânea; Assessoria e consultorias.		

<b>DISCIPLINA:</b> MIX COMUNICACIONAL E MARCA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Marca e o título de estabelecimento: componentes, tipos, valor, identidade e personalidade; legislação; branding. O mix comunicacional ou composto comunicacional com especial atenção para: a dimensão do seu espectro e as inter-relações entre seus componentes (Comunicação Global ou complexa); a Propaganda (campanhas) nos contextos mercadológicos e institucionais; e as atuais tendências das comunicações integradas de marketing. A comunicação de marca de produto (bens/serviços/idéias) e/ou institucional, e seu gerenciamento.		

<b>DISCIPLINA:</b> ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS E CERIMONIAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	40h
<b>EMENTA:</b> Planejamento de cerimonial: principais etapas. Práticas contemporâneas. Cerimonial, protocolo e ordem de procedência no poder público e privado. Eventos: meios de comunicação dirigida aproximativa. Relações Públicas, cerimonial, e protocolo: usos e abusos.		

<b>DISCIPLINA:</b> TEORIA E PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Comportamento coletivo. Multidão. Massa. Conceituação de público e opinião pública. Natureza, formação e conteúdo da o.p: coordenação e planejamento. Pesquisa institucional. Pesquisas na área de RRPP. Planejamento e produção de pesquisa. Mensuração e avaliação de dados ou respostas.		

<b>DISCIPLINA:</b> INFORMÁTICA APLICADA ÀS RELAÇÕES PÚBLICAS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Banco de Dados, Gestão de Callcenter. Telefonia pós VOIP, planilhas linguagem PHP e ASP, processador de texto, internet (Blog, Flog, Sites). Gestão da convergência: Celular, TV digital, TV aberta e internet. Formatos inovadores (Youtube, comunidade, Orkut, MSN afins).		

<b>DISCIPLINA:</b> TEORIA E PRÁTICA DO PLANEJAMENTO EM RELAÇÕES PÚBLICAS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Estudos Organizacionais, função básica do planejamento em R.P. Métodos e técnicas de planejamento aplicadas em R.P. Prognóstico e diagnóstico. Planos, Programas e projetos de R. P. e suas administrações, orçamento. Coordenação controle e avaliação.		

<b>DISCIPLINA:</b> COMPORTAMENTO E DEFESA DO CONSUMIDOR		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	40h
<b>EMENTA:</b> O sistema nacional de defesa do consumidor. O código de defesa do consumidor (CDC). Sociedade e consumo. Institutos e entidades de defesa do consumidor. Cidadania. Direito geral. Editoria de consumo e consumidor.		

<b>DISCIPLINA:</b> COMUNICAÇÃO E COMUNIDADE		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Comunicação e mudança social, métodos e técnicas de comunicação participativa. Desenvolvimento e operacionalização pelas comunidades de seis recursos de comunicação.		

<b>DISCIPLINA:</b> CULTURA ORGANIZACIONAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Cultura: conceitos e tipologias. Cultura organizacional: conceito, universo simbólico das organizações e seus componentes. Atos administrativos e comunicacionais filosofia de negócios e modelos de gestão empresarial. D. O. – desenvolvimento organizacional, relações públicas e recursos humanos: um cruzamento inevitável projetos de empresas multinacionais, públicas e privadas, ONGs (...)		

<b>DISCIPLINA:</b> ESTRATÉGIAS DE RRPP INTERRELACIONAIS E COM A MÍDIA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	40h
<b>EMENTA:</b> Planejamento estratégico em RRPP. Comunicação inter-pessoal x Comunicação midiática. Opinião pública no contexto das mídias. Opinião pública, mídia e massificação.		

<b>DISCIPLINA:</b> ENDOMARKETING		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	40h
<b>EMENTA:</b> Organização enquanto entidade viva, endomarketing: estratégia de gestão. Endomarketing: estratégia de motivação e satisfação dos colaboradores / associados, motivação humana nas relações de trabalho. Relações interpessoais e humanização no composto organizacional. Transparência e efetividade nas comunicações. Estresse organizacional. Campanhas motivacionais / educativas; e (re) qualificação da comunicação interna.		

<b>DISCIPLINA:</b> SEMINÁRIO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA E INSTITUCIONAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Comunicação e (re)construção social da realidade. Comunicação e retórica da legitimação de governos / Poder público. Comunicação Pública e campanhas de educação popular. Comunicação e identidade institucional. Relações públicas enquanto gestão de crises. Comunicação institucional: Práticas contemporânea. Propaganda institucional: usos e abusos.		

<b>DISCIPLINA:</b> ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Assessoria de comunicação nas práticas midiáticas. Principais Atividades. Mercado de trabalho. Projeto de assessoria de comunicação. Atividades de assessoramento: entrevista coletiva, press-releases, recortes, súmulas, sinopses e análises. Mercado de Trabalho. Assessoria de Comunicação e Ética Profissional.		

<b>DISCIPLINA:</b> LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM RELAÇÕES PÚBLICAS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	40h
<b>EMENTA:</b> Instituições de Direto Público e privado; ética empresarial; legislação orçamentária e trabalhista; introdução à legislação dos meios de comunicação; Direito à informação; regulamentação profissional; ética profissional; código de ética; código do Consumidor; cidadania e qualidade.		

<b>DISCIPLINA:</b> SEMINÁRIOS TEMÁTICOS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	40h
<b>EMENTA:</b> Abordagens temáticas relacionadas às disciplinas, englobando modelos teóricos e empíricos no âmbito da comunicação contemporânea, possibilitando entrever lacunas no processo de ensino-aprendizagem durante os semestres letivos anteriores. Paralelamente, possibilitar leituras e práticas em torno de novos dispositivos técnico-comunicacionais.		

<b>DISCIPLINA:</b> PUBLICIDADE E PROPAGANDA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
	ECOS	80h
<b>EMENTA:</b> Fundamentos teóricos da publicidade e da propaganda com estudo de suas técnicas de produção e difusão.		

#### 5.4.4 CONTEÚDOS ELETIVOS

DISCIPLINA: EXPRESSÃO VOCAL		
	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA
		40h
EMENTA:		

DISCIPLINA: COMPORTAMENTO E DEFESA DO CONSUMIDOR		
	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA
		40h
EMENTA:		

DISCIPLINA: FOTOGRAFIA		
	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA
		40h
EMENTA:		

DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO VISUAL		
	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA
		40h
EMENTA:		

DISCIPLINA: FUNDAMENTOS DO CINEMA		
	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA
		80h
EMENTA:		

<b>DISCIPLINA:</b> HISTÓRIA DA ARTE		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
		40h
<b>EMENTA:</b>		

<b>DISCIPLINA:</b> FRANCÊS INSTRUMENTAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
		40h
<b>EMENTA:</b>		

<b>DISCIPLINA:</b> INGLÊS INSTRUMENTAL		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
		40h
<b>EMENTA:</b>		

<b>DISCIPLINA:</b> EMPREENDEDORISMO		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
		40h
<b>EMENTA:</b>		

<b>DISCIPLINA:</b> TÓPICOS AVANÇADOS EM CINEMA		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
		40h
<b>EMENTA:</b>		

<b>DISCIPLINA:</b> LABORATÓRIO DE HISTÓRIA EM QUADRINHOS		
	<b>CÓDIGO</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
		40h
<b>EMENTA:</b>		

DISCIPLINA: MÍDIA E ÉTICA		
	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA
		40h
EMENTA:		

DISCIPLINA: -----		
	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA
		40h
EMENTA:		

DISCIPLINA: -----		
	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA
		40h
EMENTA:		

DISCIPLINA: -----		
	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA
		40h
EMENTA:		

#### 5.4.5. CONTEÚDOS À DISTÂNCIA

Ao longo do curso, à critério do colegiado, algumas disciplinas eletivas poderão ser ministradas no modalidade à distância.



## 6. ORDENAMENTO CURRICULAR

### 6.1. Habilitação em Jornalismo

<b>1º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Teoria da Comunicação I	ECOS	80h	-
Antropologia Cultural	ECOS	80h	-
Sociologia Geral	ECOS	40h	-
Psicologia Geral	ECOS	40h	-
Português para Comunicação I	ECOS	80h	-
Introdução à Pesquisa Bibliográfica e Documentação	ECOS	40h	-
<b>TOTAL</b>		<b>360H</b>	-

<b>2º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-requisito</b>
Teoria da Comunicação 2	ECOS	80h	Teoria da Comum. I
Psicologia da Comunicação	ECOS	40h	Psicologia Geral
Introdução à Filosofia	ECOS	40h	-
Português para Comunicação 2	ECOS	80h	Português para Com. I
História dos meios de Comunicação	ECOS	40h	-
Sociologia da Comunicação	ECOS	80h	Sociologia Geral
<b>Total</b>		<b>360h</b>	

<b>3º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-requisito</b>
Filosofia Contemporânea	ECOS	40h	Introdução à Filosofia
Comunicação Comparada	ECOS	40h	-
Estética	ECOS	40h	-
Teoria Política	ECOS	80h	-
Oficina de Jornalismo Impresso I	ECOS	80h	-
Comunicação e Cultura Visual I (Design)	ECOS	40h	-
Eletiva Obrigatória I	ECOS	40h	-
<b>Total</b>		<b>360h</b>	

<b>4º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-requisito</b>
Estética da Comunicação	ECOS	40h	Estética
Economia	ECOS	80h	-
Teoria e Método da Pesquisa	ECOS	80h	-
Oficina de Jornalismo Impresso 2	ECOS	80h	Oficina de J. I. I
Planejamento Gráfico (Diagramação)	ECOS	40h	-
Comunicação e Cultura Visual 2 (Fotografia)	ECOS	40h	-
Eletiva Obrigatória 2	ECOS	40h	
Total		400h	

<b>5º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Realidade Sócio-Econômica e Política Bras. e Regional	ECOS	80h	-
Ética e Leis da Prática informacional	ECOS	80h	-
Oficina de Jornalismo Impresso 3	ECOS	80h	Oficina de J. I. I
Gêneros Radiofônicos	ECOS	80h	-
Eletiva Obrigatória 3	ECOS	40h	-
Total		360h	

<b>6º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-requisito</b>
Edição em Mídia Impressa	ECOS	80h	-
Oficina de Radiojornalismo	ECOS	80h	-
Fotojornalismo	ECOS	40h	-
Mídias Alternativas	ECOS	80h	-
Gêneros Televisivos	ECOS	40h	-
Desenvolvimento Orientado de Projetos (TCC)	ECOS	40h	-
Eletiva Obrigatória 4	ECOS	40h	-
Total		400h	

<b>7º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Cód.</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-R.</b>
Oficina de Tecnologias Contemporâneas em Comunicação	ECOS	120h	-
Oficina de Telejornalismo	ECOS	120h	-
Assessoria de Comunicação	ECOS	80h	-
Eletiva Obrigatória 5	ECOS	40h	-
Total		360h	

<b>8º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-R.</b>
Administração e Marketing em Comunicação	ECOS	80h	-
Publicidade e Propaganda	ECOS	80h	
Eletiva Obrigatória 6	ECOS	40h	-
Total		200h	

Obs.: O Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) é obrigatório e compreende a carga horária de 200 (duzentas) horas que serão contabilizadas ao final do curso logo após a sua apresentação pública diante de banca examinadora.

## 6.2 HABILITAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

<b>1º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Teoria da Comunicação I	ECOS	80h	-
Antropologia Cultural	ECOS	80h	-
Sociologia Geral	ECOS	40h	-
Psicologia Geral	ECOS	40h	-
Português para Comunicação I	ECOS	80h	-
Introdução à Pesquisa Bibliográfica e Documentação	ECOS	40h	-
<b>TOTAL</b>		<b>360H</b>	-

<b>2º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Teoria da Comunicação 2	ECOS	80h	Teoria da Com. I
Psicologia da Comunicação	ECOS	40h	Psicologia Geral
Introdução à Filosofia	ECOS	40h	-
Português para Comunicação 2	ECOS	80h	Português I
História dos meios de Comunicação	ECOS	40h	-
Sociologia da Comunicação	ECOS	80h	Sociologia Geral
<b>Total</b>		<b>360h</b>	

<b>3º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Filosofia Contemporânea	ECOS	40h	Introd. à Filosofia
Comunicação Comparada	ECOS	40h	-
Estética	ECOS	40h	-
Teoria Política	ECOS	80h	-
Teoria das Relações Públicas	ECOS	40h	-
Redação para Relações Públicas	ECOS	80h	-
Administração para Relações Públicas	ECOS	40h	-
Eletiva Obrigatória I	ECOS	40h	-
<b>Total</b>		<b>400h</b>	

<b>4º semestre</b>			
--------------------	--	--	--

<b>4º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Estética da Comunicação	ECOS	40h	Estética
Economia	ECOS	80h	-
Teoria e Método da Pesquisa	ECOS	80h	-
Técnicas de Relações Públicas	ECOS	40h	-
Marketing para Relações Públicas	ECOS	80h	-
Comunicação Dirigida e Multimeios	ECOS	40h	
Eletiva Obrigatória 2	ECOS	40h	-
Total		400h	

<b>5º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Cód.</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Realidade Sócio-Econômica e Política Bras. e Regional	ECOS	80h	-
Mix Comunicacional e Marca	ECOS	80h	-
Organização de Eventos e Cerimonial	ECOS	40h	-
Teoria e Pesquisa de Opinião Pública	ECOS	80h	-
Informática Aplicada às Relações Públicas	ECOS	80h	-
Eletiva Obrigatória 3	ECOS	40h	-
Total		400h	

<b>6º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Cód.</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Teoria e Prática do Planejamento em R P	ECOS	80h	-
Comportamento e Defesa do Consumidor	ECOS	40h	-
Comunicação e Comunidade	ECOS	80h	-
Cultura Organizacional	ECOS	80h	-
Estratégias de RRPP Inter-Relacionais e com a Mídia	ECOS	40h	-
Desenvolvimento Orientado de Projetos (TCC)	ECOS	40h	-
Eletiva Obrigatória 4	ECOS	40h	-
Total		400h	

<b>7º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Endomarketing	ECOS	40h	-
Seminário de Comunicação Pública e Institucional	ECOS	80h	-
Assessoria de Comunicação	ECOS	80h	
Legislação e Ética em RRPP	ECOS	40h	
Eletiva Obrigatória 5	ECOS	40h	-
Total		280h	

<b>8º semestre</b>			
<b>Nome da Disciplina</b>	<b>Código</b>	<b>CH</b>	<b>Pré-req.</b>
Seminários Temáticos	ECOS	80h	-
Publicidade e Propaganda	ECOS	80h	
Eletiva Obrigatória 6	ECOS	40h	-
Total		200h	

Obs.: O Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) é obrigatório e compreende a carga horária de 200 (duzentas) horas que serão contabilizadas ao final do curso logo após a sua apresentação pública diante de banca examinadora.

## 7. ESTÁGIO SUPERVISIONADO

“O Estágio orientado por objetivos de formação refere-se a estudos e práticas supervisionados em atividades externas à unidade de oferecimento do Curso. (, p. 24)

O estágio supervisionado caracteriza-se como atividade não obrigatória. Porém, tornam-se imperativas suas ações face seu estímulo teórico-empírico para a formação do futuro profissional. Paralelamente, computa-se como parte da atividade complementar, cuja carga horária total perfaz 180h, consubstanciado neste projeto pedagógico.

Seu *modus operandi* contempla as seguintes configurações:

- a) O estágio hoje está concebido pela Resolução nº 70 e pelo Parecer CES 492/2001 que postula várias ações inter-relacionais decorrentes do registro das organizações que pleiteiam estagiários por intermédio de convênio com UFAL/PROGRAD.
- b) O estágio não poderá ultrapassar às 20h semanais
- c) O aluno poderá iniciar suas atividades a partir do 3º semestre letivo
- d) As atividades do aluno serão supervisionadas no local de sua atuação por um profissional ligado à área de conhecimento do curso. Paralelamente, a instituição disporá de um supervisor que acompanhará as ações do estagiário e que será monitorado pelo coordenador de estágio do curso.

## **8. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

O Trabalho de Conclusão de Curso é obrigatório e configura-se nesse Projeto Pedagógico com uma carga horária de 200 (duzentas) horas componente da integralização curricular.

Sua realização independe de matrícula formal e deve ser iniciada a partir do sétimo semestre do curso. A partir daí, o aluno será acompanhado pelo professor-orientador, devidamente registrado em seu plano de atividades, apresentado no início do semestre.

A avaliação do aluno de comunicação social circunscreve-se pela orientação, desenvolvimento e elaboração do TCC que será analisado por intermédio, dentre outras formas, pela sua apresentação frente a uma banca examinadora composta por três docentes, inclusive o(a) orientador(a), não podendo ser inferior a nota 7,0 (sete inteiros), após sua leitura pública. O TCC deverá ser elaborado por todos os alunos do curso, não se admitindo trabalho com mais de dois participantes.

(...).



## 9. ATIVIDADES COMPLEMENTARES

“As atividades complementares realizadas sob a supervisão de um docente buscam promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e de iniciação à pesquisa e ao ensino.

Tais tipos de ação pedagógica caracterizam mecanismos de interação com o mundo do trabalho, assim como o confronto com possibilidades metodológicas visando a promoção de uma formação complexa.

Assim, além das disciplinas típicas e tradicionais da sala de aula e de práticas ditas laboratoriais, segundo o padrão de turma/docente/horas-aula semanais, podem ser previstas Atividades Complementares, com atribuição de créditos ou computação de horas para efeito de integralização do total previsto para o Curso, tais como:

- programas especiais de capacitação do estudante (tipo CAPES/PET);
- atividades de monitoria;
- outras atividades laboratoriais além das já previstas no padrão turma/horas-aula;
- atividades de extensão;
- atividades de pesquisa etc.

O que caracteriza este conjunto de atividades é a flexibilidade de carga horária semanal, com controle do tempo total de dedicação do estudante durante o semestre ou ano letivo. Esta flexibilidade horária semanal deverá permitir a:

- a) adoção de um sistema de creditação de horas baseada em decisões específicas para cada caso, projeto ou atividade específica, e em função do trabalho desenvolvido;
- b) ênfase em procedimentos de orientação e/ou supervisão pelo docente;
- c) ampliação da autonomia do estudante para organizar seus horários, objetivos e direcionamento.

O número máximo de horas dedicadas a este tipo de atividades, a serem incorporadas na integralização curricular, não pode ultrapassar 180h, acompanhando recomendação da UFAL de manter a também chamada parte flexível do curso entre 5 e 10% da carga horária fixa estabelecida.

## 10. AVALIAÇÃO

“A avaliação é periódica e se realiza em articulação com o Projeto Acadêmico do curso sob três ângulos:

- a) pertinência da estrutura do Curso, observando o fundamento de suas propostas e a adequação dos meios postos em ação para realizá-las;
  - b) aplicação dos critérios definidos pelo colegiado de curso, para a sua avaliação;
  - c) mecanismos de acompanhamento e avaliação externa e interna do próprio curso”.
- (Parecer CES 492/2001, p. 25)

De acordo com o previsto na Resolução N° 25/2005 - CEPE, de 26 de outubro de 2005:

**Art. 11** - A avaliação do rendimento escolar se dará através de:

- (a) Avaliação Bimestral (AB), em número de 02 (duas) por semestre letivo;
- (b) Prova Final (PF), quando for o caso;
- (c) Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

§ 1º – Somente poderão ser realizadas atividades de avaliação, inclusive prova final, após a divulgação antecipada de, pelo menos, 48 (quarenta e oito) horas, das notas obtidas pelo aluno em avaliações anteriores.

§ 2º - O aluno terá direito de acesso aos instrumentos e critérios de avaliação e, no prazo de 02 (dois) dias úteis após a divulgação de cada resultado, poderá solicitar revisão da correção de sua avaliação, por uma comissão de professores designada pelo Colegiado do Curso.

**Art. 12** - Será também considerado, para efeito de avaliação, o Estágio Curricular Obrigatório, quando previsto no PPC.

**Art. 13** - Cada Avaliação Bimestral (AB) deverá ser limitada, sempre que possível, aos conteúdos desenvolvidos no respectivo bimestre e será resultante de mais de 01 (um) instrumento de avaliação, tais como: provas escritas e provas práticas, além de outras opções como provas orais, seminários, experiências clínicas, estudos de caso, atividades práticas em qualquer campo utilizado no processo de aprendizagem.

§ 1º - Em cada bimestre, o aluno que tiver deixado de cumprir 01 (um) ou mais dos instrumentos de avaliação terá a sua nota, na Avaliação Bimestral (AB) respectiva, calculada considerando-se a média das avaliações programadas e efetivadas pela disciplina.

§ 2º - Em cada disciplina, o aluno que alcançar nota inferior a 7,0 (sete) em uma das 02 (duas) Avaliações Bimestrais, terá direito, no final do semestre letivo, a ser reavaliado naquela em que obteve menor pontuação, prevalecendo, neste caso, a maior nota.

**Art. 14** - A Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais será a média aritmética, apurada até centésimos, das notas das 02 (duas) Avaliações Bimestrais.

§ 1º - Será aprovado, livre de prova final, o aluno que alcançar Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais, igual ou superior a 7,00 (sete).

§ 2º - Estará automaticamente reprovado o aluno cuja Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais for inferior a 5,00 (cinco).

**Art. 15** - O aluno que obtiver Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais igual ou superior a 5,00 (cinco) e inferior a 7,00 (sete), terá direito a prestar a Prova Final (PF).

**Parágrafo Único** - A Prova Final (PF) abrangerá todo o conteúdo da disciplina ministrada e será realizada no término do semestre letivo, em época posterior às reavaliações, conforme o Calendário Acadêmico da UFAL.

**Art. 16** - Será considerado aprovado, após a realização da Prova Final (PF), em cada disciplina, o aluno que alcançar média final igual ou superior a 5,5 (cinco inteiros e cinco décimos).

**Parágrafo Único** - O cálculo para a obtenção da média final é a média ponderada da Nota Final (NF) das Avaliações Bimestrais, com peso 6 (seis), e da nota da Prova Final (PF), com peso 4 (quatro).

**Art. 17** - Terá direito a uma segunda chamada o aluno que, não tendo comparecido à Prova Final (PF), comprove impedimento legal ou motivo de doença, devendo requerê-la ao respectivo Colegiado do Curso no prazo de 48 (quarenta e oito) horas após a realização da prova.

**Parágrafo Único** - A Prova Final, em segunda chamada, realizar-se-á até 05 (cinco) dias após a realização da primeira chamada, onde prevalecerá o mesmo critério disposto no Parágrafo único do Art. 16.

**Art 18** - O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é componente curricular obrigatório em todos os Projetos Pedagógicos dos Cursos da UFAL, assumindo a seguinte conformação:

**I** - O TCC não se constitui como disciplina, não tendo, portanto, carga horária fixa semanal, sendo sua carga horária total prevista no PPC e computada para a integralização do Curso.

**II** - A matrícula no TCC se dará automaticamente a partir do período previsto no Projeto Pedagógico do Curso para a sua elaboração, não tendo número limitado de vagas, nem sendo necessária a realização de sua matrícula específica no Sistema Acadêmico.

**III** - A avaliação do TCC será realizada através de 01 (uma) única nota, dada após a entrega do trabalho definitivo, sendo considerada a nota mínima 7,0 (sete), nas condições previstas no PPC.

**IV** - Caso o aluno não consiga entregar o TCC até o final do semestre letivo em que cumprir todas as outras exigências da matriz curricular, deverá realizar matrícula- vínculo no início de cada semestre letivo subsequente, até a entrega do TCC ou quando atingir o prazo máximo para a integralização do seu curso, quando então o mesmo será desligado.

#### Avaliação Docente

Na articulação do projeto acadêmico do curso, serão avaliados, semestralmente, a metodologia e o desempenho do docente em relação ao processo de ensino-aprendizagem, que será analisado pelo Colegiado de Curso, através do cumprimento do seu plano de atividades apresentado no início do período letivo.

## II. REFERÊNCIAS

CURSO CONSTRUÇÃO DE MATERIAL DIDÁTICO PARA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NA INTERNET: uso do ambiente virtual de aprendizagem Teleduc. Maceió, 2006, mimeo.

ENCONTRO Nacional do Fórum de Professores de Jornalismo 2006 (9º). Novas tendências no ensino de jornalismo. UNIFLU, Campos dos Goytacazes, RJ. Disponível em <<http://www.fnpi.org.br>> Acesso em 04.02.2006

FADUL, Anamaria. “A ação pedagógica na escola de comunicação (notas para uma reflexão). In: *Ideologia e poder no ensino da comunicação*. José Marques de Melo, Ana Maria Fadul e Carlos Eduardo Lins e Silva (orgs.). São Paulo: Cortez & Moraes: INTERCOM, 1979.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação*. 10 ed, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

LIMA, Venício A. *Comunicação e cultura: as idéias de Paulo Freire*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

MEDITISCH, Eduardo. *Paulo Freire e o estudo da mídia: uma matriz abortada*. Disponível em: <[www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html](http://www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html)>. Acesso em 11.12.2005 às 19h21. (2005)

PARECER CNE/CES 492/2001. Conselho Nacional de Educação. Comissão de Ensino Superior. Diretrizes curriculares da área de comunicação social e suas habilitações. Publicado no Diário Oficial da União de 9/07/2001, Seção 1e, p. 50.

PROJETO DE REESTRUTURAÇÃO DO CURRÍCULO SERIADO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. Curso de Comunicação Social do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 1996, mimeo, 40p.

RESOLUÇÃO CNE/CES 16, de 13 de março de 2002. Conselho Nacional de Educação, Câmara de Educação Superior. Diário Oficial da União, Brasília, 9 de abril de 2002, Seção 1, p. 34;

RESOLUÇÃO Nº 25/2005 - CEPE, de 26 de outubro de 2005

RESOLUÇÃO 25/2005-CEPE, de 26 de outubro de 2005. Universidade Federal de Alagoas, Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, Maceió, 17 de outubro de 2005.

## 12. BIBLIOGRAFIA DE APOIO

FONSECA, André Azevedo de. O método Paulo Freire no ensino de jornalismo. Disponível em <[http://www.fnnpj.org.br/downloads/artigo\\_freire\\_ensino-jornal.doc](http://www.fnnpj.org.br/downloads/artigo_freire_ensino-jornal.doc)> Acesso em 02.02.2006

MEDITSCH, Eduardo. “Projeto Ano 10 da UFSC: novidade no ensino de Jornalismo”. XI Congresso da Intercom, Viçosa, 1988.

\_\_\_\_\_. “Possibilidades e limites do ensino de jornalismo”. XII Congresso da Intercom, Florianópolis, 1989a.

\_\_\_\_\_. “Método científico e método jornalístico”. Revista Brasileira de Comunicação (Intercom 60). São Paulo: Intercom, p. 55-61, 1989b.

\_\_\_\_\_. O conhecimento do jornalismo: elo perdido no ensino da comunicação. Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA-USP, 1990.

\_\_\_\_\_. “Journalism as a way of knowledge: pedagogical consequences”. XVIII Conference of The International Association for Mass Communication Research. São Paulo, 1992a.

\_\_\_\_\_. O conhecimento do jornalismo. Florianópolis: Ed. da Universidade Federal de Santa Catarina, 1992b.

\_\_\_\_\_. “Jornalismo como forma de conhecimento”. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, Vol XXI, 1, p. 25-38, 1998.

\_\_\_\_\_. “A filosofia marxista-cristã de Paulo Freire no estudo da mídia: uma matriz abortada”. In: MELO, J. M.; GOBBI, M.C.; KUNSCH, W. L. (orgs.). Matrizes comunicacionais latino-americanas: marxismo e cristianismo. São Bernardo do Campo: Umesp/Unesco, 2002, p. 221-238, 2002a.

\_\_\_\_\_. “A filosofia praxica de Paulo Freire e o jornalismo enquanto conhecimento”. Comunicação ao Grupo de Estudios sobre Periodismo no VI Congreso Latinoamericano de los Investigadores de la Comunicación – Santa Cruz de la Sierra, 5 a 8 de junho de 2002, CD-ROM, 2002b.

\_\_\_\_\_. A questão da prática em Paulo Freire e o Projeto Universidade Aberta do Curso de Jornalismo da UFSC. Disponível em: <<http://www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html>> Acesso em 11.12.2005 às 19h21. (2005a)

\_\_\_\_\_. Cinco problemas a superar na pesquisa em jornalismo no Brasil e na América Latina. Disponível em: <<http://www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html>> Acesso em 11.12.2005 às 19h21. (2005b)

\_\_\_\_\_. Palavra, jornalismo, mídia, poder e cidadania: uma reflexão em meio à crise de referências da nova ordem internacional. Disponível em: <

<http://www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html>>. Acesso em 11.12.2005 às 19h21. (2005c)

\_\_\_\_\_. Gêneros de discurso, conhecimento, intersubjetividade, argumentação: ferramentas para uma aproximação à fisiologia normal do jornalismo. Disponível em: <[www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html](http://www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html)>. Acesso em 11.12.2005 às 19h21. (2005d)

\_\_\_\_\_. A filosofia de Paulo Freire e as práticas cognitivas no jornalismo. Disponível em: <<http://www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html>>. Acesso em 11.12.2005 às 19h21. (2005e)

\_\_\_\_\_. O pensamento de Paulo Freire sobre jornalismo e mídia. Disponível em: <<http://www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html>>. Acesso em 11.12.2005 às 19h21. (2005f)

\_\_\_\_\_. Jornalismo: transmissão de conhecimento ou degradação do saber? Disponível em: <<http://www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html>>. Acesso em 11.12.2005 às 19h21. (2005g)

PROGRAMA NACIONAL DE ESTÍMULO À QUALIDADE DA FORMAÇÃO EM JORNALISMO. Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ. Disponível em <[http://www.fenaj.org.br/educação/programa\\_qualidade\\_ensino\\_2004.pdf](http://www.fenaj.org.br/educação/programa_qualidade_ensino_2004.pdf)> Acesso em 02.02.2006

## **13. ANEXOS**

## ANEXO I

### LABORATÓRIOS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas conta atualmente com uma estrutura laboratorial e material ampla distribuída em três salas de aulas (duas salas de aula convencionais, uma sala de recursos audiovisuais), um laboratório de áudio, um laboratório de fotografia, um laboratório de produção audiovisual, dividido em estúdio e estações de edição, um almoxarifado, uma copa, dois banheiros femininos, dois banheiros masculinos e um banheiro para deficientes, uma lanchonete, três laboratórios de informática, uma hemeroteca, uma sala de pesquisa e orientação (NEPEC), uma sala de professores, três salas administrativas (coordenação acadêmica do curso, coordenação administrativa do curso e secretaria, uma sala do Diretório Acadêmico de graduação) e duas salas reservadas para a pós-graduação *stricto sensu*, dividida em secretaria e coordenação.

Oferecendo aulas nos três turnos, o Curso coloca à disposição de seus alunos, funcionários e professores, além das salas supramencionadas e de salas de aula comuns a diversas unidades, disponíveis em blocos específicos, toda a infra-estrutura técnico-material, abaixo detalhada.

Laboratório de Áudio, equipado com mesa de áudio de 32 canais, amplificadores, computador, equalizador, estúdio de locução com microfones, isolamento acústico, etc. Esse laboratório viabiliza a produção e experimentação de linguagens e mensagens sonoras associadas às práticas profissionais.

Laboratório de Audiovisual, equipado com seis câmaras digitais, sendo três de estúdio e três móveis, 6 (seis) vts, gerador de caracteres, estação de edição não-linear (computador), técnico de edição e cameraman, tripés, canhões de luz, monitores de vídeo, mesa de edição, episcópio, televisores, vídeo-cassetes, dvd players etc. Esse laboratório tem capacidade de produção audiovisual profissional e permite ao estudante aprender na prática a registrar e recriar variados aspectos de sua futura atuação no mercado de trabalho.

Laboratório de fotografia. Dispõe de 12 máquinas digitais e outras 12 analógicas, filmes, papel fotográfico, ampliadores, tanques de revelação químicos, mesas de luz, secador de papel fotográfico e possibilita assim a documentação e manipulação de imagens.

Laboratórios de informática. Divididos em três salas diferentes, acompanhadas por um funcionário que os gerencia, ao todo disponibilizam 1 (uma) impressora, um scanner, 22 (vinte e dois) computadores com acesso à internet, bem como programas de edição textual e audiovisual. Neles, professores e estudantes podem redigir e diagramar seus textos, fazer pesquisas, bem como manipular imagens e sons.

Ressalta-se que, dentro desse quadro, uma estrutura composta de 1 sala com 11 computadores, todos com acesso à Internet está disponibilizada exclusivamente para uso acadêmico dos estudantes que a têm à sua disposição para seus estudos e pesquisas.

Hemeroteca. A hemeroteca apresenta acervo de periódicos, trabalhos de conclusão de curso e livros de comunicação que podem ser consultados pelos alunos com o intuito de pesquisa, podendo funcionar como uma biblioteca setorial. Possui ainda oito estantes, 2 flanelógrafos, mesas etc. O trabalho de catalogação e de acompanhamento é desempenhado por bolsista do curso de ciência da informação.



Sala de Recursos Audiovisuais. Conta com um espaço de recursos audiovisuais compostos por 1 retroprojektor, 1 aparelho de televisão de 29", 1 vídeo, 1 dvd player, 1 aparelho de som e 1 quadro branco.

Uma sala de pesquisa e orientação. Atualmente abrigando o Núcleo de Estudos, Pesquisas e Extensão em Comunicação e Informação (NEPEC), a sala dispõe de dois computadores, mesa, sofá, cadeiras, um assistente administrativo (técnico efetivo da Universidade) e é presentemente utilizada para proposição de projetos pelo Núcleo Interdisciplinar de Pesquisas Midiáticas - Intermídia e para orientação de trabalhos de conclusão de curso.

As salas reservadas para a pós-graduação, mais precisamente, uma sala feita duas por uma divisória, dispõe de um computador, um ramal e aparelho telefônicos, uma mesa retangular, uma mesa redonda, duas estantes e um armário.

## ANEXO 2

### PLANILHAS DO ORDENAMENTO CURRICULAR