Universidade Federal do Rio de Janeiro
CFCH
Escola de Comunicação

Projeto de Reforma Curricular

dos Cursos de Graduação em Comunicação Social

2001

1. Apresentação

Após dezesseis anos de vigência do Currículo Mínimo em seus cursos de graduação, a Escola de Comunicação (ECO) da UFRJ propõe uma outra estrutura curricular a partir de um novo projeto pedagógico.

Quanto às circunstâncias legais, a reformulação curricular dos cursos atende, externamente, à nova LDB e às Diretrizes Curriculares para a Área de Comunicação e suas Habilitações. Internamente, merece destaque a resolução CEG/CEPG 01/99 que, ao adequar a UFRJ à nova LDB, insta a reformas curriculares nos cursos de graduação.

Em relação às alterações proporcionadas pela nova LDB, a nova estrutura curricular da ECO considera especialmente a substituição do Currículo Mínimo Obrigatório pelas Diretrizes Curriculares, o que permite às Instituições de Ensino Superior maior autonomia na definição de seu projeto pedagógico e, conseqüentemente, a possibilidade de reduzir o número de disciplinas obrigatórias até o limite de cinqüenta por cento da carga horária total necessária à integralização dos cursos. Quanto à resolução CEG/CEPG 1/99, o novo projeto pedagógico destaca a redefinição dos tipos de disciplinas, especialmente a inovação das disciplinas de orientação, com a maior integração que permitem entre Ensino, Pesquisa e Extensão.

Sinteticamente, a nova estrutura curricular traz cinco diferenças maiores em relação ao Currículo Mínimo ora vigente: (a) **entrada única**, (b) **ciclo comum**, (c) **integração entre teoria e prática**, (d) **ampliação do número de disciplinas complementares** e (e) **redução do número de pré-requisitos**.

(a) Entrada Única - É adotada a entrada única para o Curso de Comunicação Social, sem divisão de habilitações no concurso vestibular. É mantido o ingresso total oferecido até então, somando cento e uma vagas por semestre, mas a opção de habilitação é adiada para o término de terceiro período curricular. A princípio, são então oferecidas por habilitação as mesmas vagas semestrais que antes eram distribuídas pelo vestibular: trinta e seis para Jornalismo, vinte e cinco para Publicidade e Propaganda, vinte para Produção Editorial e vinte para Radialismo. O que sustenta a modificação na forma de entrada é a convicção, há muito sustentada pela ECO e reconhecida pelas Diretrizes Curriculares da Área, de que há uma forte interpenetração de conteúdos e práticas entre

as diferentes habilitações: *"a área de Comunicação, embora estruturada a partir de diversas especialidades e profissões, apresenta uma forte organicidade, com interpenetração de suas perspectivas teóricas e de suas questões referentes a problemas concretos no espaço social"*. Pragmaticamente, cabe constatar que já havia, no currículo anterior, um grande número de disciplinas comuns. De fato, vinte e seis disciplinas eram comuns a pelo menos três habilitações, num total de mil cento e oitenta e cinco horas-aula (cerca de quarenta por cento da carga horária total). Não há novidade, portanto, na constatação da interseção de conteúdos programáticos necessários às quatro formações profissionais. Esse tem sido, e continuará sendo, o entendimento das principais escolas de Comunicação do Brasil. Em termos pedagógicos, o objetivo maior da entrada única é permitir ao aluno uma escolha de habilitação mais madura e informada. A opção na fase do vestibular, precoce, impunha ao estudante decisão muitas vezes incontornável *a posteriori*, quando talvez a própria vivência na ECO já houvesse sugerido escolha diversa.

(b) Ciclo Comum - O novo projeto pedagógico cria o Ciclo Comum às habilitações em Comunicação nos três primeiros semestres de curso. "Ciclo Comum" não eqüivale, aqui, nem a "Ciclo Teórico", nem a "Ciclo Geral de Comunicação". Desde o primeiro ano do curso, os alunos se deparam seja com disciplinas que apresentam as linguagens dos diferentes meios, seja com disciplinas laboratoriais, onde se iniciam na produção de mensagens e seus requisitos. Algumas dessas disciplinas, inclusive, são já estreitamente ligadas às diferentes habilitações, expediente que torna possível a escolha bem informada.

(c) Integração entre teoria e prática - A nova estrutura curricular rompe com a separação entre teoria e prática presente nas concepções tradicionais de currículo. Usualmente, a separação entre teoria e prática repetia a divisão temporal entre "básico" e "profissional", com as disciplinas teóricas predominando no início do curso e as práticas no final. Essa visão linear e progressiva da formação implicava uma dupla reclamação da parte dos alunos: de um lado, a sensação de que demoravam a "começar na profissão", ou a "ver aquilo que escolheram no vestibular", acarretando um grande número de desistências nos primeiros períodos; de outro lado, a sensação, na metade final do curso, de que se deixava de pensar genérica e criticamente sobre os meios de comunicação e seu papel na cultura. Ao garantir a presença de disciplinas de linguagem e

laboratoriais desde o início, assim como disciplinas teórico-críticas até os últimos períodos do curso, a nova estrutura curricular pretende corrigir essa distorção.

(d) Ampliação do Número de Disciplinas Complementares - No currículo até então em vigor, de um total de cinqüenta e duas disciplinas apenas duas eram complementares, ou seja, **menos de cinco por cento** do total da carga horária. Na nova proposta, **cerca de vinte e cinco a trinta por cento** da carga horária total são constituídos por disciplinas de escolha condicionada e livre. O maior número de eletivas permite a individualização da formação, a criação de ênfases – por exemplo, o interesse do aluno por Telejornalismo (sub-área de Jornalismo) terá correspondência nas disciplinas que escolhe – e uma maior flexibilidade e atualização dos conteúdos ensinados.

(e) Redução no Número de Pré-Requisitos - Pode-se considerar que o sistema de pré-requisitos foi um modo de manter a forma seriada quando houve a introdução no Brasil do sistema de créditos. O currículo vigente na Escola, seja pelo elevado número de obrigatórias, seja pelo grande número de pré e co-requisitos, não dá nenhuma autonomia aos alunos na definição de seu curso e de sua carga de trabalho semestral. Mais do que isso, torna rígida a oferta de turmas e quase impossível o ajuste de horários aos alunos que tenham deixado de cumprir alguma disciplina no devido período. Propõe-se então a redução ao mínimo do número de pré-requisitos, viabilizando a maior participação do estudante em estágios, pesquisas e atividades de extensão.

A nova estrutura curricular contém uma aposta na transdisciplinaridade. Embora o ciclo comum tenha reduzido o número de disciplinas obrigatórias ministradas por outras unidades, essa redução é mais do que compensada pela inclusão de disciplinas de outras unidades entre as Complementares de Escolha Condicionada e, obviamente, entre as de Escolha Livre. Nessa passagem de obrigatória a eletiva, o que se pretende é efetivamente aumentar a transdisciplinaridade do curso pelo aumento do leque de disciplinas oferecidas. Essas disciplinas serão oferecidas sob supervisão dos Coordenadores das Habilitações e os alunos irão cursá-las quando já possuírem maior consciência daquilo que possa interessar às suas formações individuais.

Cabe dizer ainda que a Comunicação e suas habilitações, juntamente com a Medicina e as Engenharias, estão no centro das transformações promovidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação nos modos de produzir, processar, distribuir e receber mensagens. Para tornar concreta essa mudança, observamos que o currículo anterior foi montado quando ainda não tinha sido aprofundada a revolução digital nem surgido a WWW. E certamente as mudanças não dão sinais de

esgotamento. Desse modo, um currículo flexível, com maior número de disciplinas eletivas, permite a atualização continuada dos conteúdos ao mesmo tempo em que esclarece e reforça as competências básicas dos profissionais de comunicação.

Embora proponha mudanças profundas, a nova estrutura curricular preocupa-se em manter a tradição da Escola. Em primeiro lugar, devido ao ciclo comum e à presença de disciplinas eletivas teóricas até o final do curso, a proposta preserva a tradição humanista da ECO ao apostar na formação de profissionais que tenham uma visão ampla, integrada e crítica das diferentes profissões. Em segundo lugar, a nova estrutura preserva e aprofunda a relação entre graduação e pós-graduação e entre ensino, pesquisa e extensão. A ECO possui uma pós-graduação em comunicação desde 1972. E seus professores são dos mais contemplados com bolsas de pesquisa pelos órgãos de fomento no Brasil. Os mecanismos propostos para este aprofundamento são as disciplinas teóricas eletivas, organizadas em torno dos núcleos de pesquisa da Escola, as disciplinas tutoriais e a possibilidade de alunos de graduação cursarem disciplinas da pós-graduação.

Por fim, a nova proposta pedagógica considera a inauguração recente da Central de Produção Multimídia (CPM), um conjunto de laboratórios que pode capacitar a ECO a ser uma unidade de criação de produtos culturais. Com a CPM, é criada a oportunidade de reforçar a articulação entre ensino e extensão. A nova proposta pedagógica aposta, então, que a Universidade não pode e nem deve ser a simulação do mercado. Mais do que reproduzir imperfeitamente e acostumar os alunos às condições de funcionamento das empresas produtoras de bens simbólicos, trata-se de criar na grade curricular disciplinas obrigatórias e eletivas que permitam a experimentação com as linguagens dos meios. A Universidade é um espaço de reflexão e experimentação.

2. Histórico da Proposta

O início da Reforma Curricular foi a feitura de um projeto para o programa PROIN, da CAPES. Terminado em Agosto de 98, o projeto sob coordenação da Escola já elaborava dois temas principais da reforma que está sendo implementada, a saber, a mudança da inserção cronológica das disciplinas teóricas e práticas na grade curricular e a necessidade de ampliação do número de complementares. Cabe lembrar que o projeto foi selecionado, de um total de vinte e sete propostas, entre os quatro melhores da UFRJ pela comissão mista CEG-CEPG.

A discussão da Reforma Curricular ganhou força após a visita de Avaliação da comissão de especialistas do MEC em novembro de 1999. O parecer dos professores escolhidos criticava clara e fortemente o currículo em vigor da Escola, especialmente por sua defasagem em relação às inúmeras transformações da profissão ocorridas nos últimos anos.

Em virtude da urgência de reformular o projeto pedagógico de seus cursos de graduação, em janeiro de 2000 foi aberta a discussão da reforma curricular através de uma lista de discussão na Internet, que incluía todos os professores da ECO, assim como um e-mail para alunos da ECO. Na discussão, cujo período mais intenso ocorreu nos meses de janeiro e fevereiro, foram forjadas as idéias diretoras da Reforma. Sugeriu-se a manutenção dos cursos existentes, a entrada única para todas as habilitações, a construção de um ciclo comum que contivesse disciplinas de introdução à produção de mensagens, o fortalecimento das disciplinas teóricas que discutam a relação entre meios de comunicação e sociedade, a busca pela competência básica dos profissionais de cada habilitação, a ampliação do número de eletivas e a possível criação de ênfases no interior de cada habilitação. A lista teve participação ativa – envio de mensagens – de cerca de vinte professores. E, segundo relatos, a maior parte leu as mensagens. O arquivo gerado com a totalidade da discussão tem cerca de cem páginas, com letra Times New Roman corpo 12 e espaçamento de 1,5 linhas.

A ECO tem uma peculiaridade administrativa. Os departamentos existentes – Fundamentos da Comunicação, Expressão e Linguagens, Métodos e Áreas conexas – não correspondem às habilitações oferecidas. Deste modo, as reuniões de departamentos não conseguem reunir os professores que ministram as disciplinas de uma dada habilitação. Em virtude dessa peculiaridade, foram realizadas três semanas de discussão desde abril de 2000.

As reuniões eram abertas à participação livre de professores e alunos, com o objetivo de gerar idéias e consenso sobre os pontos principais da Reforma e sobre os conteúdos pedagógicos do

ciclo comum e das Habilitações. Usualmente, havia uma reunião para discussão genérica sobre a Reforma. Na seqüência, havia reuniões para o ciclo comum e para cada habilitação. No final, uma reunião do conselho departamental – formado pelo diretor, vice-diretor, os três chefes de departamento, os cinco coordenadores de curso e três representantes de alunos – reunia e organizava os trabalhos realizados. Após a organização, o material – basicamente, as disciplinas propostas e as ementas – era remetido aos departamentos para formalização e reenvio ao Conselho Departamental e, quando fosse o caso, para a Congregação da Escola.

Embora não tenham sido feitas listas de presença, as semanas contaram com a participação de quarenta professores em média – a Escola possui hoje sessenta e três – e pelo menos uma centena de alunos. Talvez devido à mobilização gerada pela lista, a primeira semana foi a que contou com maior participação de docentes e discentes. Cabe destacar, primeiro, que ao longo dos três semestres de discussão da Reforma, o Conselho Departamental se reuniu ao menos uma vez por mês. Cabe destacar ainda que, em termos de conteúdo pedagógico, houve uma grande estabilidade nas propostas. Desde sua primeira formalização, em abril de 2000, mais de três quartos das disciplinas propostas foram mantidas.

Da primeira semana, em abril de 2000, saiu a proposta consistente daquilo que viria a ser o novo Ciclo Comum, congregando disciplinas de caráter teórico em Comunicação e outras de análise de linguagens e produção em meios. Foi também nessa fase que se incluiu a criação dos Laboratórios de Comunicação do Ciclo Comum, em resposta a uma antiga demanda de atividade prática no início do curso. Ainda naquela primeira semana de discussões surgiram as listas iniciais de disciplinas obrigatórias por habilitação, bem como sugestões de padrões de divisão da carga horária de complementares em grupos de matérias teóricas (oferecidas a todos os cursos), de aprofundamento / ênfase profissional (específicas por habilitação) e de escolha livre.

Em novembro de 2000 foram realizadas novas discussões coletivas. Àquela altura, a estrutura do novo Ciclo Comum se desenhara com clareza nas reuniões do Conselho Departamental, cabendo apenas algumas realocações de períodos e troca de duas disciplinas, por sugestão dos departamentos. O trabalho sobre os currículos específicos cresceu bastante, alimentado por reuniões promovidas pelos coordenadores de curso ao longo de todo o ano de 2000, e chegou-se a modelos de carga horária e periodização bastante homogêneos entre as quatro habilitações.

A última semana de discussão da reforma, em abril de 2001, teve a importância de incluir reuniões oficiais dos departamentos da ECO, que aí gozaram da oportunidade de apurar ementas e bibliografias das novas disciplinas, ou rever as antigas. Naquela semana, também, o grupo de trabalhos

da habilitação Produção Editorial, sob nova coordenação, apresentou proposta de mudança mais radical na estrutura curricular que vinha sendo elaborada desde o início de 2000, cobrando a volta de maior número de disciplinas obrigatórias e aumento da carga horária global. Decorre deste pedido a diferença na estrutura entre o currículo de Produção Editorial, com mais disciplinas obrigatórias, e os das demais habilitações.

Embora o assunto não pertença à Reforma Curricular, deve-se acrescentar que o tema provavelmente mais polêmico das semanas de trabalho foi o novo calendário letivo proposto pela Resolução CEG/CEPG 1/99, com a possibilidade da divisão dos períodos em módulos. Justamente em razão da inexistência de consenso a esse respeito, e considerando que se trata de assunto merecedor de atenção exclusiva e mais detalhada, levou-se adiante o projeto da reforma de modo a permitir sua implantação sob qualquer regime de calendário que venha a ser adotado.

3. Estrutura Curricular – visão genérica

O currículo anterior da ECO apresentava uma contradição indisfarçável: embora formalmente se apresentasse uma separação muito grande entre as habilitações, com conjuntos de disciplinas caracterizando praticamente quatro **cursos** distintos, na realidade se verificava expressiva **superposição de conteúdos**. Nomes diferentes camuflavam matérias iguais ou muito semelhantes, onerando a carga de trabalho do quadro docente e o aproveitamento de instalações. Didaticamente, os alunos não entendiam as "sutilezas" que impediam, por exemplo, que os créditos obtidos em Mercadologia I não permitissem a inscrição em Mercadologia para Indústria Editorial II, assim como, no sentido inverso, Mercadologia para Indústria Editorial I não possibilitava cursar Mercadologia II, ou ainda que houvesse cinco disciplinas diferentes na área de legislação das comunicações. As habilitações se definiam em quatro grupos estanques de programas largamente coincidentes.

Optou-se assim por padronizar a estrutura de todas as habilitações, tanto no que se refere à totalidade da carga horária e à sua distribuição ao longo do curso, quanto à divisão entre obrigatórias por habilitação, complementares de escolha condicionada (de teoria ou de habilitação) e complementares de escolha livre.

Praticamente não houve alteração no total da carga horária em relação ao currículo antigo. Apesar de nominalmente constarem neste cerca de 3.000 horas-aula (com ligeira variação, dependendo da habilitação), o Projeto Experimental figurava com 270 h de atividades, valor arbitrariamente consignado. A nova carga horária proposta, que atribui 180 h ao Projeto Experimental, soma 2.880 h, bastante superior ao mínimo exigido pelas Diretrizes Curriculares da Área, que é de 2700 horas-aula.

Do total de 2.880 horas, 1.260 pertencem ao ciclo comum, correspondendo a 19 disciplinas de 60 h e dois requisitos curriculares complementares (R.C.C.s) laboratoriais que introduzem à prática das profissões, também de 60 horas-aula cada. Nos termos adotados pelas Diretrizes Curriculares, o ciclo comum é formado por disciplinas de conteúdos teórico-conceituais, conteúdos analíticos e informativos sobre a atualidade, conteúdos ético-políticos e conteúdos de linguagens, estéticas, técnicas e tecnologias midiáticas.

Após a escolha da habilitação (ao término do 3º período), os alunos deverão cursar outras 1.680 horas-aula. Destas, doze disciplinas – quatorze, no caso da habilitação em Produção Editorial – são obrigatórias e de perfil profissionalizante, a saber, disciplinas que predominantemente desenvolvem conteúdos de linguagem, técnicas e tecnologias midiáticas no campo específico da

habilitação. E todas as habilitações contêm a disciplina obrigatória Projeto Experimental I, de preparação do trabalho de conclusão de curso, e o requisito curricular complementar Projeto Experimental em *habilitação*, coroamento da graduação, em que os alunos desenvolvem monografia de análise crítica sobre algum aspecto de sua profissão ou realizam um produto de Comunicação. Assim, um total de 960 horas-aula – 1.080 para Produção Editorial – é constituído por disciplinas obrigatórias de perfil profissionalizante.

Para permitir aos alunos uma especialização em determinado aspecto da profissão, o aluno deve cumprir ainda 180 h (120 h para Produção Editorial) de disciplinas complementares de escolha condicionada que tratam de linguagens, permitindo que o desejo de aprofundamento do aluno tenha sua contrapartida na grade oferecida. Estas disciplinas poderão ser de 30 ou 60 horas-aula, ou seja, o aluno terá que cursar no mínimo mais três disciplinas de perfil profissionalizante.

No sentido de concretizar a nova relação entre teoria e prática, existem ainda mais 240 horas-aula de disciplinas eletivas de escolha condicionada com conteúdos teóricos, analíticos e ético-político. No interior destas disciplinas, estão aquelas ministradas diretamente na pós-graduação, segundo o regulamento aprovado pelo Conselho de Pós-Graduação da ECO, a saber, dois alunos por turma, que só podem se inscrever a partir do 7º período e que possuam um coeficiente de rendimento (CRA) superior a 7,0. Mas o intercâmbio com a pós é garantido por outro mecanismo: as disciplinas eletivas teóricas de escolha condicionada permitirão a articulação com as pesquisas realizadas na pós-graduação, pois estão vinculadas aos grupos de pesquisa existentes na Escola. E estas disciplinas, embora de fundamentos da comunicação, podem estar diretamente conectadas a algum aspecto da profissão. Por exemplo, um aluno do curso de Radialismo desejando aprofundar-se na produção televisiva pode escolher disciplinas teóricas que estudam a imagem no mundo contemporâneo; ou um aluno interessado em jornalismo nos meios digitais poderá cursar disciplinas teóricas que estudam o impacto da Internet e das novas tecnologias. Cabe dizer, por fim, que disciplinas teóricas de outras unidades – como aquelas oferecidas pelo IFCS, Instituto de Psicologia, Instituto de Economia e Escola de Serviço Social – poderão fazer parte deste elenco.

A fim de fortalecer a responsabilidade do aluno por sua formação e aproveitar a diversidade da UFRJ, restam ainda 240 horas-aula (180 h para Produção Editorial) de disciplinas complementares de escolha livre, o que corresponde a aproximadamente quinze por cento da carga horária do Ciclo Profissional. Se adicionarmos a este número as disciplinas laboratoriais do ciclo comum (cujo enfoque é de escolha do aluno) e as eletivas de escolha condicionada – de perfil profissionalizante ou teóricas – chegamos a quase trinta por cento da carga horária total cumpridos em disciplinas complementares.

As disciplinas de orientação, por sua vez, são de dois tipos. Uma está vinculada à disciplina Projeto Experimental em *habilitação*, pois todo trabalho de conclusão de curso na ECO é orientado individualmente por professor. As outras disciplinas de orientação estão vinculadas à pesquisa ou atividades de extensão realizadas por professores da UFRJ. Elas poderão ser de 30 ou 60 horas semestrais, dependendo da carga de trabalho estipulada pelo professor orientador, e poderão totalizar no máximo 240 horas, a serem contabilizadas no interior da carga horária total disponível para as disciplinas eletivas de escolha livre.

Para expor a estrutura genérica do novo currículo, resta apresentar a inserção dos diferentes tipos de disciplina – obrigatórias pertencentes ao ciclo comum, obrigatórias de habilitação, eletivas de escolha condicionada teóricas ou de linguagem e eletivas de escolha livre – ao longo dos semestres.

Os três primeiros períodos têm uma grade curricular fechada e extensa, com sete disciplinas obrigatórias de 60 h no primeiro período e seis nos dois outros, acrescidas de duas atividades laboratoriais, perfazendo um total de 420 h por semestre. No quarto período, primeiro do ciclo profissional, teremos 390 h; do quinto ao sétimo períodos serão 300 h semestrais com diminuição progressiva do número de disciplinas obrigatórias; e no oitavo período, de realização do trabalho de conclusão de curso, não há mais disciplinas obrigatórias.

As razões dessa ordem cronológica são claras. Primeiramente, garante-se, pela distribuição homogênea das complementares teóricas, a articulação constante entre teoria e prática e entre o específico da habilitação e a visão geral, crítica, sobre a relação entre comunicação e cultura. Em segundo lugar, facilita-se a participação dos alunos em estágios, pela redução progressiva da atividade presencial em sala de aula. Em terceiro lugar, ajusta-se ao tempo de formação desejado – oito semestres – o tempo de formação médio dos alunos da ECO, que nos últimos anos tem sido em torno de nove semestres e meio, contando o trabalho final (que na maioria dos casos dura mais de um semestre). Em resumo, fica assim a nova estrutura curricular:

(a) Ciclo Básico (3 períodos iniciais)

19 disciplinas de 60 horas: 1140 horas
2 laboratórios de 60 horas: 120 horas
Total: 1.260 horas

(b) Ciclo Profissionalizante (5 períodos finais)

- Habilitações em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Radialismo

720 horas de disciplinas obrigatórias de habilitação

240 horas de complementares teóricas

180 horas de complementares de habilitação

240 horas de complementares de livre escolha

240 horas de Projeto Experimental (I e II)

Total: 2.880 horas (incluindo o Ciclo Básico)

- Habilitação em Produção Editorial

840 horas de disciplinas obrigatórias de habilitação

240 horas de complementares teóricas

120 horas de complementares de habilitação

180 horas de complementares de livre escolha

240 horas de Projeto Experimental (I e II)

Total: 2.880 horas (incluindo o Ciclo Básico)

4. Adequação às Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação e às Propostas Pedagógicas da UFRJ

4.1 Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação

Embora tenham sido formulados independentemente, há uma forte consonância entre as Diretrizes Curriculares da Área e o novo projeto pedagógico da ECO/UFRJ. Através da ação de professores e do Centro Acadêmico, a Escola participou ativamente nos dois últimos anos de alguns fóruns de discussão da nova proposta nacional para o perfil dos formandos em Comunicação Social. A convergência de idéias aparece claramente no documento das Diretrizes quando esta aponta suas premissas gerais, o perfil comum do egresso em Comunicação – pois este projeto pedagógico reafirma a tradição humanista de nossa Escola – a proposta pedagógica e a definição do que é Estágio e Atividades Complementares. A convergência ocorre, sobretudo, na caracterização da Unidade da Área, na definição do Perfil Teórico-Crítico dos formandos, na Articulação entre Teoria e Prática, na necessidade de Disciplinas Eletivas e na ênfase em Atividades Complementares de formação. Na seqüência, são extraídas passagens (em itálico) do documento das Diretrizes, seguidas de um breve comentário sobre sua relação com o projeto pedagógico da ECO.

Unidade da Área

> *A área da Comunicação, embora estruturada a partir de diversas especialidades e profissões, apresenta uma forte organicidade, com interpenetração de perspectivas teóricas e de questões referentes a problemas concretos no espaço social. Decorre daí uma premissa que considera um risco para a formação pedagógica e para os diferentes exercícios profissionais qualquer desmembramento dos diferentes cursos da área; e enfatiza a importância de manutenção de todas as formações da área em um mesmo texto de Diretrizes Curriculares.* (ponto **a** das premissas)

A postulação pela comissão de especialista da organicidade da área certamente respalda a aposta da ECO em modificar sua forma de entrada, propondo a entrada única em Comunicação Social. Acreditamos que não há distinção suficiente entre as habilitações que impeça a adoção de um ciclo comum, ao mesmo tempo em que há proveito pedagógico na constituição de uma formação ampla em Comunicação.

Perfil Teórico-Crítico

O egresso de Curso de Graduação em Comunicação, em qualquer de suas habilitações, caracteriza-se por suas competências profissionais, sociais e intelectuais em matéria 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. (ponto **1** do perfil comum do egresso)

Deve dispor de uma 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. (ponto **3** do perfil comum do egresso)

Deve utilizar criticamente, em sua atividade profissional, 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. (ponto **4** do perfil comum do egresso)

Para isto, deve ter uma formação que transcenda as especialidades profissionais e proporcione uma compreensão ampla e rigorosa do campo da Comunicação, desenvolvendo assim uma percepção geral sobre este campo no qual as especialidades se inscrevem, e que possibilite participar da discussão pública sobre as significativas temáticas que perpassam toda produção mediatizada em uma sociedade de comunicação. (ponto **5** do perfil comum do egresso)

Uma das modificações maiores do novo projeto pedagógico é a maior focalização das disciplinas teóricas no interior do campo da Comunicação, optando por reforçar os conteúdos que problematizam a relação entre os meios de comunicação e a cultura, desenvolvendo em simultâneo o instrumental teórico que capacite os alunos a refletir ética e politicamente sobre a produção cultural mediatizada. Daí a decisão de ampliar a carga horária da disciplina Teoria da Comunicação, assim como a presença constante da terminação Comunicação, ressaltando que se trata de elementos teóricos vindos das ciências humanas, mas que discutem aspectos essenciais do novo tipo de vínculo social articulado aos meios de comunicação.

É claro que essa modificação tem uma razão de ser. A crescente importância dos meios de comunicação na cultura contemporânea inverte a relação entre ciências humanas e comunicação.

Anteriormente, as ciências humanas tinham seus objetos específicos – o homem, a sociedade, a cultura, a linguagem – e era a partir desta definição do objeto que podiam esclarecer as práticas da comunicação. Hoje, ao contrário, é o estudo da relação entre meios de comunicação e sociedade que passa a constituir o objeto principal das ciências humanas.

Articulação entre teoria e prática

Não há correlação entre a formação teórica e a parte geral do Curso; nem entre a formação técnico-profissional e a parte habilitacional. Em primeiro lugar, porque estas diretrizes buscam superar a antiga dicotomia entre teoria e prática, introduzindo como diferenciados e essenciais os conteúdos ético-políticos e analítico-informativos acerca da atualidade. Em segundo lugar porque tanto a parte comum quanto o momento habilitacional envolvem reflexões teóricas, conteúdos analítico-informativos e ético-políticos, e perspectivas práticas, relativas às tecnologias, técnicas e linguagens da comunicação e de suas habilitações. (ponto h, das premissas)

A distinção proposta pela ECO entre ciclo comum e ciclo profissionalizante, com a presença de disciplinas laboratoriais articuladas às habilitações desde os primeiros períodos do curso e a presença de conteúdos teóricos e ético políticos até o final da formação, está em concordância com a visão da comissão de especialistas.

Disciplinas Complementares

A flexibilidade pretendida deve possibilitar aos estudantes não só a realização de atividades curriculares obrigatórias, mas de um leque significativo de atividades optativas, tornando-os co-responsáveis pela construção de seu currículo pleno e de sua formação universitária. (item **g** das premissas)

A abertura do currículo para a incorporação, sempre que necessário, de novas disciplinas que possibilitem o acompanhamento das mudanças tecnológicas e a abertura de novas modalidades e linguagens de comunicação.

Deve ter competências que reflitam a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, propiciando uma capacidade de adequação à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo. (ponto **2** do perfil geral do egresso)

As Diretrizes Curriculares concordam com a ECO/UFRJ que as disciplinas complementares têm uma dupla função num projeto pedagógico atualizado. De um lado, tornam factível a individualização da formação, abrindo espaço para diferentes ênfases – formação voltada para

o mercado de trabalho ou para pesquisa, aprofundamento visando determinados nichos da profissão, etc. De outro lado, por serem mais flexíveis, permitem que o projeto pedagógico acompanhe a velocidade das mudanças próprias de nosso mundo.

Atividades Complementares (pesquisa e extensão)

Assim, além das disciplinas preletivas típicas e tradicionais do ambiente "sala de aula", e das disciplinas práticas, ditas "laboratoriais", com formatação igualmente tradicional versada em um padrão de turma/docente/horas-aula semanais, podem ser previstas Atividades Complementares, justificando 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 como diferenciado do padrão turma/docente/horas-aula semanais é justamente a flexibilidade de carga horária semanal, embora certamente devendo ocorrer controle do tempo total de dedicação do estudante no semestre ou ano letivo. Com a flexibilidade horária semanal, deve ocorrer ainda:

a) adoção de um sistema de creditação de horas baseado em decisões específicas para cada caso, projeto ou atividade específica, e em função do trabalho realizado, visto que o projeto determina o número de horas, em vez de, como no padrão tradicional, o número de horas preestabelecido determinar as atividades;

b) ênfase em procedimentos de orientação e/ou supervisão pelo docente, em substituição ao padrão de controle direto de tipo preletivo;

c) ampliação da autonomia do estudante para organizar seus horários, objetivos e direcionamento.

No novo projeto pedagógico proposto pela ECO, as disciplinas tutoriais tem uma dupla função. Primeiro, elas integram as atividades de pesquisa (iniciação científica e monitoria, por exemplo) e extensão (produtos realizados por professores da ECO, como programas para a TV Universitária) no interior da grade curricular. Segundo, essas disciplinas reforçam o caráter experimental do curso,

abrindo espaço para novas práticas pedagógicas e dando maior autonomia de horário a professores e alunos.

4.2 Propostas Pedagógicas da UFRJ

Outro documento que merece destaque na apreciação deste projeto curricular é o *Projeto Acadêmico Para Graduação*, publicado em novembro de 1995 (muito antes das Diretrizes Curriculares, e mesmo da nova L.D.B.) pela Sub-Reitoria de Ensino de Graduação e Corpo Discente (SR-1) da UFRJ. Proposto como "Carta de Intenções", aquela publicação objetiva a melhoria dos indicadores de desempenho, como "retenção, diplomados e fluxo de alunos".

No *Projeto Acadêmico Para Graduação* encontramos, listado nos "Objetivos Gerais", o propósito de:

> *"formar alunos com perfil diferenciado capazes de se constituir em:*
> • ***cidadãos** com sólida e ampla formação, integrados a uma visão crítica de sua função profissional e social;*
> • ***profissionais** capazes de atender a novas demandas da sociedade, em particular capazes de atuar no novo cenário econômico mundial".*

Como "Objetivos Específicos", constam outros aspectos largamente contemplados no projeto da ECO:

> *"I - Otimizar as atividades do aluno na UFRJ sem prejuízo da qualidade dos cursos e de sua formação ampliando sua presença diuturna na Universidade e reduzindo o prazo de integralização dos créditos.*
> *II - Flexibilizar o **fluxo curricular** visando atender à dinâmica e à interdisciplinaridade do conhecimento contemporâneo.*
> *(…)*
> *VII - Desenvolver estratégias de ensino-aprendizagem capazes de reduzir a **evasão**.*
> *VIII - Estimular o interesse dos alunos de graduação **envolvidos** em atividades **de ensino, pesquisa e extensão**.*
> *IX - Utilizar mais ampla e objetivamente a capacidade instalada na UFRJ, oferecendo novos diplomas, bem como incentivar a interdisciplinaridade através de **módulos interdisciplinares**."*

Dentre as ações daquele projeto da SR-1, destacou-se o *Programa de Reconstrução Curricular, novos diplomas, recuperação e instalação de novos laboratórios*, o *ProRecon*, que teve

como resposta da ECO, em 1996, projeto de aquisição de equipamentos (até hoje não recebidos) considerado pelo MEC como **padrão para todo o Brasil na área de audiovisual**. O *ProRecon* apontava três objetivos específicos, todos facilmente identificáveis nos princípios da reforma curricular da ECO:

- flexibilização da estrutura curricular;

- formação básica fundamentada;

- participação ativa do estudante no processo de aprendizagem.

5. Projeto Pedagógico do Ciclo Comum

5.1 Princípios da Estrutura Curricular

A nova estrutura curricular pretender atender, no âmbito do Ciclo Básico de Comunicação Social, aos seguintes aspectos:

- redistribuição das atividades de ensino teóricas e práticas ao longo de todo o curso, quebrando a forma anterior de "primeiro teoria, depois prática", que era responsável por grande parte da evasão nos primeiros períodos;
- acesso, aos alunos dos períodos iniciais, aos meios de produção em comunicação, nas diversas áreas de atuação da ECO;
- maturação da escolha de carreira por parte do aluno, anteriormente orientado apenas pelo texto sucinto do manual do vestibular, ou por impressões genéricas, freqüentemente fantasiosas;
- permeabilidade crescente, devida à evolução dos recursos tecnológicos, entre os campos profissionais em comunicação, exigindo do aluno formado um conhecimento mínimo de todas as áreas.

5.2 Carga Horária e Periodização

As disciplinas do Ciclo Básico, periodizadas, são:

1º Período
1. Língua Portuguesa I (60 h)
2. Linguagem Gráfica (60 h)
3. História da Comunicação (60 h)
4. Comunicação e Artes (60 h)
5. Comunicação e Realidade Brasileira (60 h)
6. Teoria da Comunicação I (60 h)
7. Comunicação e Filosofia (60 h)

Total: 420 horas

2º Período
1. Língua Portuguesa II (60 h)
2. Linguagem Audiovisual I (60 h)
3. Sistemas e Tecnologias de Comunicação (60 h)
4. Comunicação e Economia (60 h)
5. Comunicação, Psicologia e Cognição (60 h)
6. Teoria da Comunicação II (60 h)
7. Laboratório de Comunicação A (60 h)

Total: 420 horas

3º Período
1. Linguagem Audiovisual II (60 h)
2. Sistemas de Informação (60 h)
3. Comunicação e Mercadologia (60 h)
4. Teoria da Comunicação III (60 h)
5. Fotografia (60 h)
6. Antropologia e Comunicação (60 h)
7. Laboratório de Comunicação B (60 h)
Total: 420 horas

5.3 Condições para Pleitear Acesso ao Ciclo Profissional

Para fazer jus à promoção ao Ciclo Profissional, em qualquer habilitação, o aluno do Ciclo Básico de Comunicação Social deverá cumprir um mínimo de quinze disciplinas obrigatórias do Ciclo Básico e os dois Laboratórios de Comunicação (A e B). Quando atinge essas condições, é facultado ao aluno aguardar, para exercer o direito de escolha, até no máximo um período adicional cursando disciplinas faltantes ou outras complementares.

São critérios de prioridade na escolha da habilitação do Ciclo Profissional, por ordem de aplicação no momento da escolha:

(1º) Maior Coeficiente de Rendimento Acumulado (CRA);

(2º) Maior número de disciplinas cursadas dentre as obrigatórias do Ciclo Básico;

(3º) Maior pontuação no concurso vestibular;

(4º) Maior idade do aluno.

O aluno que ascender ao Ciclo Profissional sem ter cumprido algum crédito obrigatório do Ciclo Básico deverá cursar essa(s) disciplina(s) até o término de sua graduação.

É possível obter um maior detalhamento da proposta em relação ao novo Ciclo Básico no projeto específico de sua criação, anteriormente encaminhado aos colegiados superiores da UFRJ.

6. Perfil do egresso em Comunicação Social

As Diretrizes Curriculares da Área definem com clareza, nos dois primeiros tópicos, o perfil comum do egresso em Comunicação Social:

1. *O egresso de Curso de Graduação em Comunicação, em qualquer de suas habilitações, caracteriza-se por suas competências profissionais, sociais e intelectuais em matéria 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. *Deve ter competências que reflitam a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, propiciando uma capacidade de adequação à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo.*

Tomando as Diretrizes Curriculares como princípios gerais, a singularidade de um projeto pedagógico se dá no **modo** como se concretizam esses objetivos. A ECO/UFRJ propõe cinco características para o perfil de seu egresso: **(1) apreensão histórico-crítica do fenômeno da Comunicação**; **(2) atitude experimental em relação às linguagens**; **(3) vínculo entre Comunicação e Tecnologia**; **(4) articulação entre atividades de ensino e pesquisa e entre Graduação e Pós-graduação** e **(5) individualização da formação**.

(1) Visão Histórico-Crítica - No mundo atual, em **acelerada** transformação, é necessário que o profissional de Comunicação esteja apto a articular seu saber ao contexto. Desse modo, sua criação e reflexão crítica terão plasticidade suficiente para assimilar e gerar novas teorias e linguagens. Sem essa plasticidade propiciada pela visão histórica, a formação do Comunicador Social se tornaria vulnerável ao mercado, limitada no uso dos meios e dogmática em sua capacidade de análise das relações entre meios de comunicação e cultura. A articulação entre saber e contexto aparece tanto nas disciplinas teóricas de Comunicação quanto nas que dialogam com as demais áreas de Ciências Humanas e Sociais (Filosofia, Antropologia, Sociologia, Psicologia e Economia).

(2) Atitude Experimental - A partir da visão histórica da relação entre linguagem e meio, e adotando uma abordagem estética da criação em Comunicação, pretende-se garantir ao

egresso da ECO a habilidade de experimentar novas soluções para os meios tradicionais e buscar os caminhos criativos das novas tecnologias. Admite-se, portanto, que as disciplinas de linguagem têm igualmente o seu caráter teórico, sem que deixem de exercer sua função de conhecimento dos processos de produção da informação.

(3) Vínculo entre Comunicação e Tecnologia - Anteriormente, a formação em Comunicação era cindida: de um lado, refletia-se criticamente tendo como base as Ciências Humanas; de outro lado, capacitava-se ao uso técnico e ao domínio da linguagem e dos meios. Hoje, porém, considerando que vivemos em uma cultura tecnológica, é preciso formar um Comunicador Social que conheça o funcionamento do aparato tecnológico para o exercício de sua reflexão crítica. Nesse sentido, passam a integrar o currículo, do início ao término do curso, disciplinas de apresentação e capacitação de uso dos sistemas e tecnologias de Comunicação.

(4) Articulação entre Pesquisa e Ensino e entre os Níveis de Formação - A Escola de Comunicação da UFRJ tem na produção acadêmica e nos estudos de Pós-Graduação duas forças nacionalmente reconhecidas. Até hoje, entretanto, esse capital de Pesquisa vinha funcionando sem vínculo curricular com a atividade de ensino de graduação. A articulação **formal** entre ensino e pesquisa, e entre graduação e pós-graduação, proposta no currículo novo, busca o preenchimento dessa lacuna pela reorganização das disciplinas teóricas de acordo com os grupos de pesquisa em ação na ECO. O estudante passa a dispor, à sua escolha, de disciplinas complementares teóricas, divididas em quatro núcleos: Comunicação, Cidadania e Política; Comunicação, Globalização e Sociedade Tecnológica; Comunicação, Espetáculo e Cultura; Comunicação e Arte (Texto e Hipertexto, Imagens Tecnológicas e Poéticas Digitais). Assim será possível aos alunos problematizar e participar ativamente dos desdobramentos tecnológicos e culturais que estamos vivenciando.

(5) Individualização da Formação - Pelo nexo entre os conjuntos de disciplinas de formação básica e de habilitação e das disciplinas complementares, que no novo currículo somam cerca de 30% da carga horária total, a ECO estará formando Comunicadores Sociais capazes, pela especialização teórica e prática, de ocupar diversos nichos de atuação profissional e de pesquisa. Ao mesmo tempo, não se negligencia, pelos aspectos mencionados anteriormente, a capacitação genérica e flexível de um profissional atuante em meio às mudanças em curso.

7. Projetos Pedagógicos por Habilitação

Destacam-se a seguir pontos específicos da formação de cada habilitação.

(a) Habilitação em Jornalismo

O curso de Jornalismo tem como objetivo dar conhecimentos teóricos e metodológicos da comunicação ao aluno, relacionando-os à *práxis* jornalística, investindo na formação sócio-cultural e política do estudante com a expectativa de que venha a aplicar este conhecimento na atividade jornalística. A busca desse objetivo se justifica tendo como meta as seguintes características de perfil do futuro profissional de jornalismo:

- domínio da linguagem jornalística para as diferentes mídias;
- curiosidade intelectual permanente;
- capacidade de percepção dos fatos, de sua rigorosa apuração e de sua transformação em mensagem jornalística;
- capacidade de traduzir e mediar discursos de forma jornalística;
- humildade diante da realidade e exigente na busca da verdade, com postura ética e de compromisso com a cidadania;
- habilidade em interpretar, explicar e contextualizar as informações no mundo em que vive;
- compreensão dos mecanismos envolvidos no processo de recepção das mensagens e seu impacto sobre os diversos setores da sociedade;
- elaboração de críticas à mídia e proposta de alternativas inovadoras;
- visão integrada dos processos de Comunicação, incluindo áreas conexas.

(b) Habilitação em Publicidade e Propaganda

O curso de Publicidade e Propaganda tem como objetivo dar conhecimentos teóricos e metodológicos da comunicação ao aluno, formando profissionais capazes de atuar em diversos setores da comunicação, sabendo pensar por terem "aprendido a aprender". Esses profissionais devem ser capazes de:

- planejar e desenvolver atividades práticas em publicidade e propaganda;
- supervisionar e orientar a produção de criação e produção em mídia gráfica, eletrônica e audiovisual;
- atuar em áreas de comportamento do consumidor, pesquisa de mercado e gestão de organizações para comunicação;

- analisar e avaliar a organização, o ambiente e o cliente do produto de comunicação.

(c) Habilitação em Produção Editorial

O curso de Produção Editorial forma profissionais atuantes na produção, processamento e divulgação da informação publicada em qualquer meio, especialmente nos sistemas industriais de comunicação de massa, capazes de coordenar aspectos conteudísticos, formais e mercadológicos do trânsito dos produtos editoriais. Esses profissionais devem ser capazes de:

- fazer uso correto do idioma nacional e das estruturas de linguagem adequadas aos veículos em que atuar;
- dominar os processos de edição de texto, áudio e imagem (estática e em movimento), em todos os meios, organizando-os no sentido de conferir clareza e eficiência aos produtos de comunicação;
- exercer a crítica de produtos culturais, baseando-se em sólido conhecimento da história das manifestações estéticas e dos meios de comunicação;
- planejar e executar, em seus aspectos criativos, técnicos e mercadológicos, ações de desenvolvimento editorial e de produção de bens de informação.

(d) Habilitação em Radialismo

O curso de Radialismo forma profissionais específicos de criação e produção nos meios audiovisuais, independentemente do tipo de mensagem veiculada. Esses profissionais devem ser capazes de:

- exercer a análise crítica de produtos audiovisuais, principalmente na recepção do rádio e da televisão, levando em consideração os seus aspectos políticos, econômicos e culturais no atual panorama de desenvolvimento das tecnologias digitais e da convergência das mídias;
- compreender o papel dos profissionais de comunicação em sua sociedade e no mundo, sobretudo quanto à responsabilidade dos meios de comunicação de massa;
- refletir sobre os sistemas de criação, produção e distribuição de informações e produtos audiovisuais;
- investigar novas formas de concepção, produção e distribuição de informações e produtos audiovisuais.

8. Estrutura formal do currículo por habilitação

8.1 Disciplinas Obrigatórias para Jornalismo

4º período **390h**
Redação Jornalística I (60 h)
Técnica de Reportagem I (60 h)
Fotojornalismo I (60 h)
História do Jornalismo (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (60 h)
Compl. Habilitação (30h)

5º período **300h**
Radiojornalismo I (60 h)
Redação Jornalística II (60 h)
Técnica de Reportagem II (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (30 h)
Compl. Habilitação (30h)

6º período **300h**
Jornalismo Gráfico (60 h)
Telejornalismo I (60 h)
Assessoria de Imprensa (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (30 h)
Compl. Habilitação (30h)

7º período **300h**
Edição Gráfica (60 h)
Projeto Experimental I (60 h)
Legislação e ética em comunic. (60 h)
Compl. Teoria (30h)
Compl. Livre Esc. (30 h)
Compl. Habilitação (60h)

8º período **150 + 180 horas**
Proj. exp. em Jornalismo (180h)
Compl. Livre Esc. (90h)
Compl. Teoria (30h)
Compl. Habilitação (30h)

8.2 Disciplinas complementares para Jornalismo

Criação Radiofônica	60h
Fotojornalismo II	60h
Jornalismo Gráfico II	60h
Radiojornalismo II	60h
Telejornalismo II	60h
Administração de Redação	30h
Apresentação e Interpretação em Vídeo	30h
Assessoria de Comunicação	30h
Cinema Documentário	30h
Comunicação e Estatística	30h
Dicção e Interpretação Oral	30h
Gestão de Organizações para Com.	30h
Imprensa Comunitária	30h
Jornalismo em Mídias Digitais	30h
Jornalismo Especializado A	30h
Jornalismo Especializado B	30h
Jornalismo Especializado C	30h
Jornalismo Especializado D	30h
Marketing para Jornalismo	30h
Marketing para Rádio e TV	30h
Métodos Quantitativos em Jornalismo	30h
Seminários em Comunicação A / B / C / D / E / F	30h cada

8.3 Disciplinas Obrigatórias para Publicidade e Propaganda

4º período **390h**
Redação publicitária em mídia impressa (60 h)
Comport. consumidor e segmentação (60 h)
Criação publicitária (60 h)
Marketing p/ publicidade e propaganda (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (60 h)
Compl. Habilitação (30h)

5º período **300h**
Redação publicitária mídia eletrônica (60 h) pré-requisito: Redação publicitária mídia impressa
Mídia (60 h)
Pesquisa de mercado e opinião pública (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (30 h)
Compl. Habilitação (30h)

6º período **300h**
Redação publicitária mídia sonora (60 h) pré-requisito: Redação publicitária mídia impressa
Direção de arte em PP (60 h) pré-requisito: Criação publicitária
História da propaganda (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (30 h)
Compl. Habilitação (30h)

7º período **300h**
Assessoria de comunicação (30h)
Gestão de organizações para com. (30h)
Legislação e ética em comunicação (60 h)
Projeto Experimental I (60 h)
Compl. Teoria (30h)
Compl. Livre Esc. (30 h)
Compl. Habilitação (60h)

8º período **150 + 180 horas**
Proj. exp. em PP (180h)
Compl. Livre Esc. (90h)
Compl. Teoria (30h)
Compl. Habilitação (30h)

8.4 Disciplinas complementares para Publicidade e Propaganda

Agência experimental	60h
Administração em PP	60h
Apresentação e interpretação em vídeo	30h
Assessoria de imprensa	60h
Cálculo de custos	60h
Computação gráfica	60h
Comunicação dirigida	30h
Comunicação e cenografia	30h
Comunicação e estatística	30h
Comunicação política eleitoral	30h
Criação radiofônica	60h
Edição de imagem e som	60h
Edição de trilha sonora	60h
Elementos de linguagem musical	60h
Foto publicitária (prod fotográfica)	60h
Gravação e mixagem de áudio	60h
Marketing para Rádio e TV	30h
Planejamento de campanhas	60h
Produção de audiovisual	60h
Produção Gráfica	60h
Produção publicitária em RTVC	60h
Produção radiofônica	60h
Promoção e merchandising	30h
Rádio e TV Comunitários	30h
Roteiro e redação para audiovisual	60h
Seminários em comunicação A / B / C / D / E / F	30h cada

8.5 Disciplinas Obrigatórias para Produção Editorial

4º período **390h**

Redação Técnica I (60 h)
Armazen. e recuper. dados e edição (60 h)
Editoração (60 h)
Processos gráficos (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (60 h)
Compl. Habilitação (30h)

5º período **300h**

Redação Técnica II (60 h) pré-requisito: Redação Técnica I
Edição de livros (60 h) pré-requisitos: Editoração e Processos Gráficos
Cálc. custos e matérias primas (60 h)
Marketing para PE (60 h)
Compl. Teoria (60 h)

6º período **300h**

Redação Técnica III (60 h) pré-requisito: Redação Técnica II
Expressão em ling. digitais (60 h)
Layout editorial (60 h)
Legislação e ética em comunicação (60 h)
Compl. Teoria (60 h)

7º período **300h**

Fotografia em PE (60 h)
Direito autoral em PE (30h)
Projeto Experimental I (60 h)
Compl. Teoria (30h)
Compl. Livre Esc. (60 h)
Compl. Habilitação (60h)

8º período **150 + 180 horas**

Proj. exp. em PE (180h)
Compl. Livre Esc. (90h)
Compl. Teoria (30h)
Compl. Habilitação (30h)

8.6 Disciplinas complementares para Produção Editorial

Documentação digital	60 h	pré-requisito: Armazen. e recuper. dados e edição
Edição de vídeos	60 h	
História dos suportes da informação	60 h	
Processamento de som e imagem	60 h	
Produção de livro ou outro impresso	60 h	
Produção de CDROM	60 h	
Produção para a Internet	60 h	
Programação visual	60 h	
Publicação na Web	60 h	pré-requisito: Expressão em ling. digitais
Redação técnica IV	60 h	pré-requisito: Redação Técnica III
Técnicas de impressão	60 h	
Computação Gráfica	60 h	
Gestão de organizações para com.	30h	

8.7 Disciplinas Obrigatórias para Radialismo

4º Período **390h**
Tecnologia da Produção (60 h)
Cinegrafia (60 h)
Criação Radiofônica (60 h)
Roteiro e Redação de Audiovisual (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (60 h)
Compl. Habilitação (30h)

5º Período **300h**
Produção Radiofônica (60 h) pré-requisito: Criação Radiofônica
Gravação e mixagem de áudio (60h)
Produção de Audiovisual (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (30 h)
Compl. Habilitação (30h)

6º Período **300h**
Edição de Imagem e Som (60 h)
Computação gráfica para vídeo (60h)
Direção de Audiovisual (60 h)
Compl. Teoria (60 h)
Compl. Livre Esc. (30 h)
Compl. Habilitação (30h)

7º Período **300h**
Direção de Atuação (60 h)
Legislação e Ética em Comunicação (60 h)
Projeto Experimental em Comunicação I (60h)
Compl. Teoria (30h)
Compl. Livre Esc. (30 h)
Compl. Habilitação (60h)

8º Período **150 + 180 horas**
Projeto Experimental em Radialismo (180h)
Compl. Livre Esc. (90h)
Compl. Teoria (30h)
Compl. Habilitação (30h)

8.8 Disciplinas complementares para Radialismo

Efeitos Especiais em Vídeo	60h
Edição de Trilha Sonora	60h
Elementos de Linguagem Musical	60h
Ensino à Distância	60h
Produção publicitária em RTVC	60h
Apresentação e Interpretação em Vídeo	30h
Cinema Documentário	30h
Comunicação e Artes Cênicas	30h
Comunicação e Cenografia	30h
Comunicação, Vestuário e Moda	30h
Dicção e Interpretação Oral	30h
Dramaturgia Radiofônica	30h
Gestão de Organizações para Com.	30h
Marketing para Rádio e TV	30h
Rádio e TV Comunitários	30h
Rádio e TV Educativos	30h
Rádio na Internet	30h
Seminários em Comunicação A	30h
Seminários em Comunicação B	30h
Seminários em Comunicação C	30h
Seminários em Comunicação D	30h
Seminários em Comunicação E	30h
Seminários em Comunicação F	30h

9. Ementário

9.1 EMENTAS DAS DISCIPLINAS DO CICLO COMUM

1º Período

LÍNGUA PORTUGUESA I (Faculdade de Letras - Departamento de Letras Vernáculas)
Análise e produção de textos em língua portuguesa. O vocabulário, a frase e o texto. A gramática da frase e a do texto. A correção gramatical.

LINGUAGEM GRÁFICA (Departamento de Expressão e Linguagens)
Uso de elementos gráficos, com características nos projetos de planejamento visual, layout, arte final, composição e seleção de tipologia. Estética da forma. Cores, medidas, aplicações. Comunicação Visual.
Bibliografia:
ARNHEIM, R. *Arte e Percepção visual.* São Paulo: Pioneira/EDUSP. 1980.
RIBEIRO, M. *Planejamento visual gráfico*. Brasília: Linha, 1987.
STRUNCK, G. L. *Identidade visual: a direção do olhar*. Rio de Janeiro: Europa, 1989.

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO (Departamento de Fundamentos da Comunicação)
Surgimento, expansão e transformação dos meios de comunicação no Brasil: análise periodizada do desenvolvimento técnico e dos processos comunicacionais. Papel e impacto da mídia em diferentes contextos sociais, políticos e econômicos.
Bibliografia:
ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira.* São Paulo: Brasiliense, 1989.
BAHIA, J. *Jornal, História e Técnica: história da imprensa brasileira.* São Paulo: Ática, 1990.
COSTA, Alcir H. et al. *Um país no ar.* São Paulo: Brasiliense, 1986.

COMUNICAÇÃO E ARTES (Departamento de Fundamentos da Comunicação)
Fundamentos de Estética e conceito de Arte. As artes plásticas como comunicação e seu relacionamento com as outras formas de expressão artística. O contexto histórico da criação artística. Gêneros e estilos da História das Artes.
GOMBRICH, E. H.. *A História da Arte*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
JANSON, H. W. & Anthony F. Janson. *Iniciação à História da Arte*. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
OSTROWER, Fayga. *Universos da Arte*. Rio de Janeiro: Campus, 1991.
WÖLLFLIN, Heinrich. *Conceitos Fundamentais da História da Arte*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

COMUNICAÇÃO E REALIDADE BRASILEIRA (Departamento de Métodos e Áreas Conexas)
Formação da sociedade brasileira em seus aspectos econômicos, sociais e políticos, com ênfase na estrutura e desenvolvimento dos diferentes meios de comunicação.
DOWBOR, Ladislaw et al. (org.). *Desafios da Comunicação.* Petrópolis: Vozes, 2001.
DRUCKER, Peter. *Uma era de descontinuidades.* Rio de Janeiro: Zahar, sd.
HARDT, Michel e NEGRI, Antonio. *Império.* Rio de Janeiro: Record, 2001.
Rangel, Ricardo. *Passado e futuro da era da informação.* Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.
LAGE, Nilson. *Controle da opinião pública.* Petrópolis: Vozes, 1998.
TAKAHASHI, Tadao (org.). *Sociedade da informação no Brasil: Livro Verde.* Brasília: Ministério da Ciência e da Tecnologia, 2001.

TEORIA DA COMUNICAÇÃO I (Departamento de Fundamentos da Comunicação)
História da constituição da disciplina de comunicação, articulando a história das idéias à história dos meios. Da Teoria da Informação e do funcionalismo americano, passando pela elaboração de Mac Luhan, a Escola de Frankfurt e de Chicago, as teorias francesas e os autores latino-americanos
WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Presença, 1985.
MATTELART, Armand. *História das teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.
LEVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência.* Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
LIMA, Luis Costa (org.) *Teoria da Cultura de Massa.* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
MARTIN-BARBERO, Jésus. *Dos meios às mediações.* Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

COMUNICAÇÃO E FILOSOFIA (Departamento de Fundamentos da Comunicação)
A passagem da narrativa mítica para o discurso racional. A técnica do discurso democrático e o nascimento da retórica. A Sofística e a verdade como potência do discurso. Filosofia e verdade como objeto do discurso. Sujeito e consciência na enunciação do cogito. Enunciação e história. Pragmática do discurso e mediação. Simulação e tecnocultura.
PLATÃO. *A República*. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 1991.
DESCARTES, R. *Os Pensadores.* São Paulo: Nova Cultural, 1984.
NIETZSCHE, F. *Genealogia da Moral.* São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

2º Período

LÍNGUA PORTUGUESA II (Faculdade de Letras - Departamento de Letras Vernáculas)
Análise e produção de textos em língua portuguesa. Tipologia textual. Problemas de coesão, coerência e argumentação. A correção gramatical.

LINGUAGEM AUDIOVISUAL I (Departamento de Expressão e Linguagens)
Teoria e crítica do cinema. Diferentes linguagens cinematográficas. Gêneros do Cinema. Cinema e novas tecnologias. Vídeo-arte.
Bibliografia:
AUMONT, Jacques. *A Estética do Filme*. Campinas: Papirus, 1995.
XAVIER, Ismail, *A experiência do cinema.* Rio de Janeiro: Graal, 1983.
ANDREW, D. *As principais teorias do cinema*. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.
MACHADO, A. *Pré-cinemas e pós-cinemas.* Campinas: Papirus, 1997.
BURCH, N. *Praxis do cinema*. São Paulo: Perspectiva, 1969.

SISTEMAS E TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO (Departamento de Métodos e Áreas Conexas)
Redes de comunicação, rádio e TV. Transmissão terrestre, a cabo ou satélite. Informática aplicada a sons e imagens. Processamento analógico e digital de sons e imagens. Conceitos de servidores, redes de dados, telefonia. Serviços auxiliares via Internet, rádio digital, TV digital.
Bibliografia:
Cadernos de informática: O Globo (www.oglobo.com.br), Folha São Paulo, Jornal do Brasil (www.jb.com.br).
Revista PC Plus (Future Publishing Co. - www.pcplus.co.uk)
Revista Publish (IDG - Computerworld do Brasil - www.publish.com.br)
Revista Áudio Música & Tecnologia (Música e Tecnologia Ltda. - www.musitec.com.br)
Revista da SET (Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão - www.set.com.br)

COMUNICAÇÃO E ECONOMIA (Departamento de Métodos e Áreas Conexas)
Conceitos fundamentais de macro e microeconomia aplicados à comunicação. Aspectos básicos da história do pensamento econômico.
Bibliografia:
BRIDGES, W. *Jobshift: um mundo sem empregos*. São Paulo: Makron, 1995.
LAGE, B, MILONE, P. *Propaganda e economia para todos.* São Paulo: Summus, 1994.
SINGER, P. *Aprender economia*. São Paulo: Contexto, 2001.

COMUNICAÇÃO, PSICOLOGIA E COGNIÇÃO (Departamento de Fundamentos da Comunicação)
Sujeito, desejo e inconsciente. Publicidade e o conceito de objeto. Sociedade contemporânea, narcisismo e humor. Espaço público, consenso e sedução. O estatuto da imagem. Marca, proximidade espacial e proximidade semântica. Novas teorias da cognição, percepção e excesso de informação. Tecnologia e subjetividade.
Bibliografia:
BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1973.
GARCIA ROSA, Luis. *Freud e o inconsciente.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.
GARDNER, H. *A nova ciência da mente.* São Paulo: EDUSP, 1995.
LIPOVETSKI, Gilles. *O império do efêmero*. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.

TEORIA DA COMUNICAÇÃO II (Departamento de Fundamentos da Comunicação)
Visão crítica e epistemológica, centrada nos princípios de mediação e vinculação que visa problematizar questões como: espaço público e imagem pública, verdade e doxa, representação e simulação, mediação e mediatização, realizando a análise da passagem da sociedade moderna disciplinar para o modelo contemporâneo de redes e controle.
Bibliografia:
BAUDRILLARD, Jean. *Simulacro e Simulações.* Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso.* São Paulo: Loyola, 1996.
DELEUZE, Gilles. *Conversações.* Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
HOLLANDA, Heloisa (org.) *Pós-modernismo e Política.* Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

3º Período

LINGUAGEM AUDIOVISUAL II (Departamento de Expressão e Linguagens)
Linguagem radiofônica. Construção sonora. Gêneros em Rádio e TV. Novas tecnologias. Programação e segmentação.
Bibliografia:
FERRARETTO, L. A. *Rádio - o veículo, a história e a técnica*. Rio de Janeiro: Sagra, 2000.
MOREIRA, V. *Rádio palanque*. Rio de Janeiro: Mil palavras, 1998.
FEDERICO, B. *História da comunicação: rádio e TV no Brasil.* Petrópolis: Vozes, 1982.
CASÉ, R. *Programa Casé - o rádio começou aqui.* Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
PRADO, E. *Estrutura da informação radiofônica.* Rio de Janeiro: Summus, 1989.

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO (Departamento de Métodos e Áreas Conexas)
Sistemas de computação. Computadores. Ambientes e sistemas operacionais. Linguagens de programação. Redes de dados. Modelos e aplicações à comunicação social.
Bibliografia:
RAMALHO, J.A.A. *Introdução à informática - teoria e prática*. Rio de Janeiro: Berkeley.
RAMAKRISHNAN, R. *Database Management System*, Nova York: Mc-Graw Hill, 1997.
BOUGNOUX, D. *Introdução às ciências da informação e da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1998.
SOARES, L. F. *Redes de Computadores - das LANS, MANS e WANS às Redes ATM*. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

COMUNICAÇÃO E MARKETING (Departamento de Métodos e Áreas Conexas)
Noções de teoria das organizações e de administração. O papel do marketing no contexto da gestão organizacional. Pesquisa de Marketing e sistema de informação. Análise do ambiente de marketing. Segmentação. Posicionamento. Comportamento do consumidor. Composto de marketing.
Bibliografia:
KOTLER, P. *Princípios de Marketing*. São Paulo: LTC, 1999.
RICHERS, R. *Marketing: uma visão brasileira*. São Paulo: Negócio, 2000.
ROCHA e CHRISTENSEN. *Marketing: teoria a prática no Brasil*. São Paulo: Atlas, 1999.
SOUZA, F. A. M. *Marketing Pleno.* São Paulo: Makron, 1999.

TEORIA DA COMUNICAÇÃO III (Departamento de Fundamentos da Comunicação)
Práticas e metodologias de comunicação: a questão da linguagem. Análise comparada de metodologias semióticas, semiológicas, pragmáticas e hermenêuticas.
Bibliografia:
MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes, 1989.
BARTHES, Roland. *Elementos de Semiologia.* São Paulo: Cultrix, 1989.
RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa.* Campinas: Papirus, 1994.

FOTOGRAFIA (Departamento de Expressão e Linguagens)
História da Fotografia. Teoria das cores. Luz e sombra. Usos da fotografia.
Bibliografia:
BENJAMIN, W. *Obras escolhidas, vol. 1*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
DUBOIS, P. *O ato fotográfico e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Papirus, 1990.
SONTAG, S. *Ensaios sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Labor, 1990.
BARTHES, R. *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

ANTROPOLOGIA E COMUNICAÇÃO (Departamento de Fundamentos da Comunicação)
Sistemas simbólicos e sistemas de comunicação. A questão da diferença e a constituição do conceito de cultura: etnocentrismo, relativização e a perspectiva interpretativa. A relação indivíduo e sociedade e a dinâmica da cultura nas sociedades contemporâneas.
Bibliografia:
DA MATTA, Roberto. *Relativizando.* Petrópolis: Vozes, 1981.
VELHO, Gilberto. *Projeto e Metamorfose.* Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas.* Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

9.2 EMENTAS DAS DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS DAS QUATRO HABILITAÇÕES

LEGISLAÇÃO E ÉTICA EM COMUNICAÇÃO
Ética e direito: o tradicional e na civilização tecnológica. Direito à informação. Legislação de atividades de comunicação. Direitos e deveres. Direito autoral. Legislação específica. Código de defesa do consumidor. Regulamentação da profissão.
Bibliografia:
ANDRÉ, Alberto. *Ética e códigos da comunicação social*. Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 1995.
CAMPANHOLE, GIACOMINI Filho, Gino. *Consumidor versus Propaganda*. São Paulo: Summus, 1991.
Vademecum jurídico das empresas de radiodifusão. Brasília: ABERT. Legislação disponível na página http://208.184.234.136/a_juri.cfm

PROJETO EXPERIMENTAL I
Etapas de desenvolvimento do trabalho de final de curso; escolha do tema e do orientador; definição de objetivos; delimitação do tema; pesquisa bibliográfica; métodos de pesquisa; plano de trabalho; normas para elaborar monografias e relatórios técnicos
Material didático de apoio:
DENCKER, A. F. M. *Pesquisa Empírica em Ciências Humanas* (com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura. 2000.
CERVO, A. L., BERVIAN, P. *A. Metodologia científica*. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
KÖCHE, J. C. *Fundamentos de metodologia científica*. Petrópolis: Vozes, 1997.
LAKATOS, E. M., MARCONI, M. de A. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 1996.
RUSSO, M., CAVALCANTI, I. G. M. et al. *Manual para elaboração e normalização de dissertações e teses*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1997. 1v. Original datilografado.

PROJETO EXPERIMENTAL em *habilitação*
Elaboração do trabalho de final de curso correspondente à habilitação do aluno. Confirmação do tema e do orientador. Coleta e tratamento dos dados e informações. Revisão da literatura. Normas para elaboração de monografias e relatórios técnicos.
Material didático de apoio:
CERVO, A. L., BERVIAN, P. A. *Metodologia científica*. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
DENCKER, A. F. M. *Pesquisa Empírica em Ciências Humanas* (com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura. 2000.
KÖCHE, J. C. *Fundamentos de metodologia científica*. Petrópolis: Vozes, 1997.
LAKATOS, E. M., MARCONI, M. de A. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 1996.
RUSSO, M., CAVALCANTI, I. G. M. et al. *Manual para elaboração e normalização de dissertações e teses*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1997. 1v. Original datilografado.
OBS: Trata-se de Requisito Curricular Complementar com prazo máximo de conclusão de três semestres letivos.

9.3 EMENTAS DAS DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS DE JORNALISMO

REDAÇÃO JORNALÍSTICA I
Princípios teóricos, técnicos e históricos da redação jornalística para meios impressos, eletrônicos e digitais. Relação entre o texto e o processo de produção jornalístico. Estrutura da notícia. Hierarquização e angulação de notícias.
Bibliografia:
COIMBRA, Oswaldo. *O texto na reportagem impressa.* São Paulo: Ática, 1985.
DINES, Alberto. *O papel do jornal*. São Paulo: Summus, 1986.
LAGE, Nilson. *Linguagem jornalística.* São Paulo: Ática, 1985.

TÉCNICA DE REPORTAGEM I
Funções do repórter na empresa jornalística. Fontes e métodos de apuração. Relação entre apuração e texto final. Técnicas de entrevista. Pesquisa e uso de bancos de dados. Reportagem para veículos impressos, eletrônicos e digitais. Questões éticas na reportagem.
Bibliografia:
AMARAL, Luiz. *A objetividade jornalística.* Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1996.
DIMENSTEIN, Gilberto e KOTSCHO, Ricardo. *A aventura da reportagem.* São Paulo: Summus, 1990.
KOTSCHO, Ricardo. *Prática da reportagem.* São Paulo: Ática, 1986.

FOTOJORNALISMO I
Fotografia no processo de reportagem. Foto e notícia. Iluminação natural, flash e lâmpadas no fotojornalismo. Lentes e filmes. Audiovisual jornalístico. Fotografia digital.
Bibliografia:
LIMA, Ivan. *Fotojornalismo brasileiro: realidade e linguagem.* Petrópolis: Vozes, 1991.
MACHADO, Arlindo. *A ilusão especular.* São Paulo: Brasiliense, 1984.
HEDGECOE, John. *Guia completo de fotografia.* São Paulo: Martins Fontes, 1996.

HISTÓRIA DO JORNALISMO
História dos conceitos, técnicas e organizações jornalísticas. Relação com a realidade brasileira. Desenvolvimento da atividade profissional do jornalista no Brasil.
Bibliografia:
BAHIA, Juarez. *Jornal: história e técnica* (2 vol.). São Paulo: Ática, sd.
CLARK, Walter. *Campeão de audiência.* São Paulo: Best Seller, 1988.
SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil.* São Paulo: Martins Fontes, sd.

RADIOJORNALISMO I
Redação, produção e edição de radiojornais. Estilos de noticiário radiofônico. Entrevistas radiofônicas. Reportagem externa gravada e ao vivo. Roteiro e script de programas radiojornalísticos.
Bibliografia:
CESAR, C. *Como falar no rádio - prática de locução AM e FM*. São Paulo: Ibrasa, 1990.
PRADO, E. *Estrutura da informação radiofônica.* São Paulo: Summus, 1989.
CHANTLER, P. e HARRIS, S. *Radiojornalismo.* São Paulo: Summus, 1992.
PORCHAT, M.E. *Manual de radiojornalismo (Jovem Pan)*. São Paulo: Atica. 1990.

REDAÇÃO JORNALÍSTICA II
Produção de textos para meios impressos, eletrônicos e digitais. Interpretação em textos noticiosos. Textos jornalísticos não noticiosos. Copidesque. Normas e critérios editoriais para os textos. Manuais de redação.
Bibliografia:
FOLHA DE SÃO PAULO. *Manual de Redação.* São Paulo: Publifolha, sd.
LAGE, Nilson. *A estrutura da notícia.* São Paulo: Ática, 1985.
LEAL FILHO, Laurindo. *A melhor TV do mundo.* São Paulo: Summus, 1997.

TÉCNICA DE REPORTAGEM II
Reportagem em meios impressos, eletrônicos e digitais. Chefia de reportagem. Planejamento de cobertura e administração de equipes de apuração. Uso de novas tecnologias para a reportagem. Questões éticas da reportagem.
Bibliografia:
LAENCAR, José Roberto. *Sorte e arte.* São Paulo: Scritta, 1993.
FARO, J. S. *Realidade: 1966-1968, tempo de reportagem na imprensa brasileira.* São Paulo: ECA/USP, 1996.
FUSER, Igor. *A arte da reportagem.* São Paulo: Scritta, 1996.

JORNALISMO GRÁFICO I
Estética aplicada ao material gráfico. Tipologia. Medidas gráficas. Estilo do projeto gráfico. Semiologia do projeto gráfico. Utilização de ilustrações. Produções gráficas: técnicas de composição e impressão e suas implicações sobre o projeto gráfico.
Bibliografia:
COLLARO, Antônio Celso. *Projeto Gráfico: teoria e prática de diagramação.* São Paulo: Summus, 1987.
FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em Comunicação.* São Paulo: Edgard Blucher, sd.
GRAIC, James. *Produção Gráfica.* São Paulo: Mosaico, 1980.

TELEJORNALISMO I
Linguagem e lógica de produção dos telejornais. Análise teórica e prática do noticiário de TV. Impacto do telejornal na sociedade.
Bibliografia:
PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV.* São Paulo: Brasiliense, 1987.
PRADO, F. *Ponto eletrônico: dicas para fazer telejornalismo com qualidade.* São Paulo: Publisher do Brasil, 1996.
SQUIRRA, Sebastião. *Boris Casoy: o âncora do telejornalismo brasileiro.* Petrópolis: Vozes, 1993.

ASSESSORIA DE IMPRENSA
Influência dos veículos de comunicação na gestão das organizações. O jornalista trabalhando como fonte. Das assessorias de imprensa aos birôs de Comunicação. Releases, house-organs e outras ferramentas de assessorias de imprensa.
Bibliografia:
DIAS, Vera. *Como virar notícia e não se arrepender no dia seguinte.* São Paulo: Objetiva, 1994.
FENAJ. *Manual Nacional de Assessoria de Imprensa.* Rio de Janeiro: Fenaj, 1994, 2ª edição.
KOPPLIN, E., FERRARETO, L. *Assessoria de Imprensa: teoria e prática.* Porto Alegre: Sagra CD Luzzatto, 1993.
LIMA, Gerson Moreira. *Releasemania*. São Paulo: Summus, sd.
LOPES, BOANERGES. *O que é assessoria de imprensa.* São Paulo: Brasiliense, 1994.

EDIÇÃO GRÁFICA
Integração da linha editorial do veículo com planejamento gráfico e setores comercial, industrial e de distribuição. "Publisher" e perfil do novo jornalista. Fechamento em veículos impressos. Titulação. Suplementos especiais.
Bibliografia:
BOAS, Sérgio Vilas. *O estilo magazine.* São Paulo: Summus, 1996.
ERBOLATO, Mário. *Jornalismo gráfico.* São Paulo: Loyola, 1981.
SILVA, R. S. *Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa.* São Paulo: Summus, 1985.

9.4 EMENTAS DAS DISCIPLINAS COMPLEMENTARES DE JORNALISMO

FOTOJORNALISMO II
Arte e fotojornalismo. Fotos jornalísticas não noticiosas. fotojornalismo e internet. Equipamentos digitais.
Bibliografia:
LIMA, Ivan. *Fotojornalismo brasileiro: realidade e linguagem.* Petrópolis: Vozes, 1991.
MACHADO, Arlindo. *A ilusão especular.* São Paulo: Brasiliense, 1984.
HEDGECOE, John. *Guia completo de fotografia.* São Paulo: Martins Fontes, 1996.

JORNALISMO GRÁFICO II
Projetos gráficos experimentais em jornalismo. Infográficos. Comunicação visual para Internet.
Bibliografia:
COLLARO, Antônio Celso. *Projeto Gráfico: teoria e prática de diagramação.* São Paulo: Summus, 1987.
FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em Comunicação.* São Paulo: Edgard Blucher, sd.
GRAIC, James. *Produção Gráfica.* São Paulo: Mosaico, 1980.

RADIOJORNALISMO II
Novas abordagens do jornalismo no rádio. Radiojornalismo experimental. Estilos radiofônicos. Rádio e internet.
Bibliografia:
CESAR, Ciro. *Como falar no rádio - prática de locução AM e FM.* São Paulo: Ibrasa, 1990.
ORTWIANO, Gisela. *A informação no rádio.* São Paulo: Summus, 1985.
PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica.* São Paulo: Summus, 1989.
CHANTLER, P. e HARRIS, S. *Radiojornalismo.* São Paulo: Summus, 1992.
PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de radiojornalismo (Jovem Pan).* São Paulo: Ática. 1990.

TELEJORNALISMO II
Produção de telejornal. Experimentação nas diferentes etapas de produção. Análise da rotina produtiva dos noticiários e a responsabilidade do profissional.
Bibliografia:
HOINEFF, Nelson. *A nova televisão.* Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1996.
SQUIRRA, Sebastião. *Aprender telejornalismo.* São Paulo: Brasiliense, 1990.
TRAMONTINA, C. *Entrevista:* a arte e as histórias dos maiores entrevistados da TV Brasileira. São Paulo: Globo, 1996.

ADMINISTRAÇÃO DE REDAÇÃO
Planejamento de cobertura. Viabilização comercial e financeira dos processos de reportagem. Escalas e rotinas de trabalho em redações. Publishing e formação jornalística.
Bibliografia:
BRIDGES, William. *Um mundo sem empregos.* São Paulo: Makron, 1992.
GREENE, Robert. *As 48 leis do poder.* Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Os mil dias.* São Paulo: Brasiliense, 1992.

IMPRENSA COMUNITÁRIA
Comunicação e mudança social. Métodos e técnicas de comunicação participativa. Desenvolvimento e operacionalização pelas comunidades de seus recursos de comunicação.
Bibliografia:
ANTUNES, Ricardo. *O que é sindicalismo?* São Paulo: Brasiliense, 1985.
FERREIRA, Maria Nazareth (org.). *O impasse da comunicação sindical.* São Paulo: Cebela, 1995.
KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa.* São Paulo: Scritta, 1992.

JORNALISMO EM MÍDIAS DIGITAIS
Bibliografia:
LEVY, Pierre. *O que é virtual?* Rio de Janeiro: 34, sd.
SQUIRRA, Sebastião. *Jornalismo online.* São Paulo: Arte e Ciência, 1998.
WATERS, Crystal. *Web: concepção e design.* São Paulo: Quark Editora, 1996.

JORNALISMO ESPECIALIZADO A
JORNALISMO ESPECIALIZADO B
JORNALISMO ESPECIALIZADO C
JORNALISMO ESPECIALIZADO D
Especialização em editorias e veículos. Reportagem, redação, edição e veiculação de matérias especializadas.
Bibliografia:
BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo interpretativo.* Porto Alegre: Sulina, 1980.
ERBOLATO, Mário. *Jornalismo Especializado.* São Paulo: Atlas, 1981.
MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro.* Petrópolis: Vozes, 1994.

MARKETING PARA JORNALISMO (30 h)
Noções de pesquisas de marketing e de audiência. Comportamento do leitor. Análise da concorrência. Segmentação. Posicionamento. Composto de marketing, circulação da mídia impressa e veiculação em mídia eletrônica e digital. Comercialização dos produtos de mídia impressa.
Bibliografia:
RIES, Al e TROUT, Jack. *Marketing de guerra.* São Paulo: Makron, 1986.
RIES, Al e TROUT, Jack. *Posicionamento.* São Paulo: Pioneira, 1996.
SILVA, Arlindo. *A espetacular história de Silvio Santos.* São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MÉTODOS QUANTITATIVOS EM JORNALISMO
Uso de métodos quantitativos no trabalho de reportagem. Estatística e notícia. Números em fontes de informação. Planilhas e bancos de dados.
Bibliografia:
COSTA, Sergio Francisco Costa. *Introdução ilustrada à estatística.* São Paulo: Harbra, 1989.
FERES, N. e GATTI, B. *Estatística Básica: ciências humanas.* São Paulo: Alfa-Ômega, 1987.
LEVIN, Jack. *Estatística aplicada a ciências humanas.* São Paulo: Harbra, 1987, 2ª edição.
SPINELLI, Walter. *Introdução à estatística.* São Paulo: Atlas, 1997.
VIEIRA, Sônia. *O que é estatística?* São Paulo: Brasiliense (Coleção Primeiros Passos), 1987.

9.5 EMENTAS DAS DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

REDAÇÃO PUBLICITÁRIA EM MÍDIA IMPRESSA (60 h)
Estudo das técnicas de redação de propaganda em meios impressos. O texto publicitário no jornal, na revista, no outdoor, na mala-direta. Evolução histórica. Fases e estilos. Principais expressões brasileiras. Briefing publicitário e redação do anúncio. O anúncio como uma solução possível do problema mercadológico.
Bibliografia:
HAHN, Fred E. *Faça você mesmo propaganda*. Rio de Janeiro: Infobook, 1993.
OGILVY, David. *Confissões de um homem de propaganda*. Rio de Janeiro: Laudes, 1970.
PREDEBON, José. *Propaganda: profissionais ensinam como se faz*. São Paulo: Atlas, 2000.
REBOUL, Olivier. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
VIEIRA, Stalimir. *Raciocínio criativo na publicidade*. São Paulo: Loyola, 1999.

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E SEGMENTAÇÃO (60 h)
Estudo do mercado consumidor, modelos do comportamento do consumidor e fatores influenciadores. Decisão de compra e adoção de novos produtos. Bases para segmentação dos mercados. Identificação de segmentos e mercados atrativos.
Bibliografia:
ENGEL, J. F. BLACKWELL, R. D. MINIARD, P. W. *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: LTC, 1995.
KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: a edição do novo milênio*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
RIES, Al. TROUT, Jack. *Posicionamento.* São Paulo: Pioneira, 1993.
SCHIFFMAN, Leon G. KANUK, Leslie Lazar. *Comportamento do consumidor*. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
UNDERHILL, Paco. *Vamos às compras: a ciência do consumo*. Rio de janeiro: Campus, 1999.

CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA (60 h)
Bibliografia:
Processos de criação em publicidade: argumentos e roteiros. Identificação e análise de produções publicitárias. Do *briefing* ao anúncio. Criação de comerciais promocionais e institucionais.
CAMERON, Julia. *Guia prático para a criatividade*. Rio de Janeiro: Edioma, 1996.
DUAILLIBI, R., SIMONSEN JR., H. *Criatividade: a formulação de alternativas em marketing*. São Paulo: McGraw-Hill, 1971.
OSTROWER, Fayga. *Criatividade e processos de criação*. Petrópolis: Vozes, 1997.
VIEIRA, Stalimir. *Raciocínio criativo na publicidade*. São Paulo: Loyola, 1999.
VESTERGAARD, Torben. *A linguagem da propaganda*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MARKETING PARA PUBLICIDADE E PROPAGANDA (60 h)
Fundamentos, teoria e prática do marketing com ênfase no comportamento do consumidor e nas funções de comunicação e seus efeitos. Composto mercadológico e suas potencialidades. Plano de ação mercadológica.
Bibliografia:
AMBROSIO, Vicente. *Plano de marketing passo a passo*. Rio de janeiro: Reichman & Affonso, 1999.
BOONE, Louis E. KURTZ, David L. *Marketing contemporâneo*. Rio de Janeiro: LTC, 1998.
KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
NICKELS, W., WOOD, M. *Marketing: relacionamentos, qualidade, valor*. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
SOUZA, F. A. Madia. *Marketing pleno.* São Paulo: Makron Books, 1999.

REDAÇÃO PUBLICITÁRIA EM MÍDIA ELETRÔNICA (60 h)
Estudo das técnicas de redação de propaganda em meios eletrônicos. O texto publicitário na TV e no cinema e audiovisuais. Evolução histórica. Fases e estilos. Principais expressões brasileiras. Briefing publicitário e redação do anúncio. O anúncio como possível solução do problema mercadológico.
Bibliografia:
BARRETO, Roberto Menna. *Criatividade em propaganda*. São Paulo: Summus, 1982.
CAPLES, John. *Como fazer sua propaganda fazer dinheiro*. São Paulo: Makron Books, 1994.
COMPARATO, Doc. *Da criação ao roteiro.* Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
PREDEBON, José. *Propaganda: profissionais ensinam como se faz*. São Paulo: Atlas, 2000.
SERRA, F. *A arte e a técnica do vídeo: do roteiro à edição*. São Paulo: Makron, 1997.

MÍDIA (60 h)
Fundamentos conceituais de mídia. Técnicas básicas de pesquisa de mídia e sua utilização. Leitura, análise e uso de pesquisas e de tabelas de preço. Planejamento estratégico de mídia. Relação da atividade de mídia com a de criação.
Bibliografia:
KOCH, V. *A interação pela linguagem.* São Paulo: Contexto, 1992
MANEY, K. *O futuro da megamídia*. São Paulo: Makron Books, 1997.
TAHARA, Mizuho. *Contato imediato com a mídia.* São Paulo: Summus, 1994.
RIES, Al., TROUT, Jack. *Posicionamento; como a mídia faz a sua cabeça*. São Paulo: Pioneira, 1993.
SCHWARTZ, T. *Mídia; o segundo Deus.* São Paulo: Summus, 1995.

PESQUISA DE MERCADO E OPINIÃO PÚBLICA (60 h)
Pesquisa de mercado; tipos, técnicas e métodos. Amostragem. Planejamento da pesquisa, coleta, organização, análise e interpretação de dados. Conceituação de público e de opinião pública. Natureza, formação e conteúdo da opinião pública.
Bibliografia:
AAKER, David A. KUMAR, V. DAY, George S. *Pesquisa de mercado.* S. Paulo: Atlas, 2001.
BOYD JR, Harper, WESTFALL, Ralf. *Pesquisa mercadológica.* Rio de Janeiro: FGV, 1993.
LANE, Robert E. *A opinião pública*. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.
POYARES, Walter. *Imagem pública.* São Paulo: Globo, 1998.
SAMARA, Beatriz Santos. *Pesquisa de marketing:* conceitos e metodologia. São Paulo: Makron Books, 1997.

REDAÇÃO PUBLICITÁRIA EM MÍDIA SONORA (60 h)
O anúncio na mídia sonora: estrutura e possibilidades. *Spots* radiofônicos notáveis. Produção comercial com *jingles* e a partir de um *briefing.*
Bibliografia:
CABRAL, Pinto. *Propaganda; técnica da comunicação industrial e comercial*. São Paulo: Atlas, 1994.
PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica* São Paulo: Summus, 1996.
SABOYA, J. *Manual do autor roteirista;* técnicas de roteirização para TV. Rio de Janeiro: Record, 1992.
SAMPAIO, Rafael. *Propaganda de A a Z;* como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DIREÇÃO DE ARTE EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA (60 h)
Uso de comunicação visual na elaboração de trabalhos para atingir os objetivos do planejamento publicitário. Conceitos criativos, temas de campanhas e direção de arte.
Bibliografia:
CESAR, Newton. *Direção de arte em propaganda.* São Paulo: Futura, 2000.
FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação.*13.ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1987.
GLABER, Neal. *Vida, o filme*; como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia da Letras, 1999.
WILLIAMS, Robin. *Design para quem não é designer.* São Paulo: Callis, 1985.

HISTÓRIA DA PROPAGANDA (60 h)
Formação e desenvolvimento da atividade publicitária, no Brasil e no exterior. Atualidades. Contextualização da atividade a partir de fatos sociais, político, econômicos, culturais e tecnológicos.
CASSRASCOZA, João Anzanelo. *A evolução do texto publicitário*. São Paulo: Futura, 1999.
CASTELO BRANCO, Renato, MARTENSEN, Rodolfo Lima, REIS, Fernando. *História da propaganda no Brasil.* São Paulo: T. A. Queiroz, 1990.
OLESEN, Jens, BARROS, Altino. *McCann: 50 anos em 2.* São Paulo: Siciliano, 1995.
PERISCINOTO, Alex. *Mais vale o que se aprende que o que te ensinam*. São Paulo: Best Seller, 1995.
VIEIRA, Lula. *Loucuras de um publicitário*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO (30 h)
Divulgação como ferramenta de Comunicação de Marketing. Planejamento de Comunicação adequado aos objetivos da organização. Imagem pública. Comunicação interna nas organizações. Lobby e relações políticas. Relações comunitárias.
Bibliografia:
CAHEN, Roger. *Tudo que seus gurus de Comunicação Social não lhe ensinaram.* São Paulo: Best Seller, 1990.
DOTHY, Dorothy. *Divulgação Jornalística e Relações Públicas*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1990.
KOTLER, Phillip. *Administração de Marketing*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
NOGUEIRA, Nemércio. *Opinião pública e democracia: desafios à empresa*. São Paulo: Nobel, 1987.
POAYRES, Walter. *Imagem Pública.* São Paulo: Globo, 1998.

GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES PARA COMUNICAÇÃO (30 h)
Fundamentos de administração. O ambiente sócio-organizacional das empresas de comunicação e seus principais departamentos e funções administrativas. Processos de planejamento e ação: estratégias e táticas.
Bibliografia:
CHIAVENATO, Idalberto. *Teoria geral da administração*. São Paulo: McGraw Hill, 1979.
RIBEIRO, Julio (et.al.). *Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar*. São Paulo: Atlas, 1995.
SANTANNA, Armando. *Propaganda, teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira, 1998.

9.6 EMENTAS DAS DISCIPLINAS COMPLEMENTARES DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

AGÊNCIA EXPERIMENTAL
Desenvolvimento de portfólio de trabalho com vistas a apresentação do aluno ao mercado, abrangendo todo o campo da propaganda: do briefing ao planejamento, da pesquisa ao diagnóstico, da consulta ao planejamento de mídia, da criação à produção publicitária.

ADMINISTRAÇÃO EM PP (60h)
Administração: princípios, conceitos e funções. Teorias de administração. O ambiente sócio-organizacional. Modelos de gestão, cenários. Processo de organização. Organização inovadora. Planejamento e implementação de im plano de ação administrativo em publicidade e propaganda.
Bibliografia:
AMBROSIO, Vicente. *Plano de marketing passo a passo*. Rio de Janeiro: Reichman & Affonso, 1999.
CHIAVENATO, Idalberto. *Teoria geral de administração*. 2.ed. São Paulo: MacGraw-Hill do Brasil, 1979.
DRUCKER, Peter F. *Introdução à administração.* 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1991.
FREITAS, Adriana Gomes. *Introdução às teorias administrativas.* Campinas: Alínea, 1998.
FREITAS, Maria Éster. *Cultura organizacional:* identidade, sedução e carisma? Rio de Janeiro: FGV. 1999.

COMUNICAÇÃO DIRIGIDA (30h)
Estudo das técnicas da comunicação dirigida através de propaganda em meios impressos e eletrônicos da sua evolução histórica, fases e estilos, aprofundamento e extensão.
Bibliografia:
CAPLES, John. *Como fazer sua propaganda fazer dinheiro*. São Paulo: Makron Books, 1994.
FRANCESE, Peter. PIIRTO, Rebecca. *Capturando clientes: como atingir em cheio os clientes que consomem o seu produto*. São Paulo: Makron Books, 1995.
OSCAR, Daniel. ADDEN, Mac. *Marketing direto para o varejo*. São Paulo: Saraiva, 1995.
THROCKMORTON, Joan. *Propaganda de resposta direta*. S. Paulo: Makron Books, 1994.

COMUNICAÇÃO E ESTATÍSTICA (30h)
Conceitos e noções fundamentais. Séries estatísticas. Preparação de dados para análise estatística. Elaboração de tabelas e gráficos. Captação, organização e análise de dados sobre produtos e mercados. Aplicação de softwares estatísticos.
Bibliografia:
CASTRO, L.S. V. *Pontos de estatística e exercícios.* Rio de Janeiro: Âmbito Cultural, 1995.
FONSECA, J. S. *Curso de estatística.* São Paulo: Atlas, 1995.
MILONE, G. , ANGELI, F. *Estatística aplicada.* São Paulo: Atlas, 1996.
TOLEDO, G. L. , OVALLE, I.I. *Estatística básica.* São Paulo: Atlas, 1997.

COMUNICAÇÃO POLÍTICA ELEITORAL (30h)
Estudo da aplicação das técnicas de propaganda aos processos político e eleitoral no planejamento de campanhas.
Bibliografia:
PACHECO, Cid et.al. (org.). SERPA, Marcelo (consultoria editorial e de marketing). *VOTO É MARKETING ? (II).* Rio de Janeiro: Irradiação Cultural / UFRJ, 1998.
PACHECO, Cid et.al. (org.). SERPA. *VOTO É MARKETING ? (I).* Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
MAIA, César. *Política é Ciência*. Rio de Janeiro: Revan, 1998.

FOTO PUBLICITÁRIA (60h)
Fundamentos e técnicas da fotografia como instrumento de comunicação aplicada à propaganda. Fotografia química e digital na publicidade. Escolha e orientação do profissional de fotografia com vistas à produção fotográfica aplicada à publicidade. Utilização de bancos de imagens.
Bibliografia:
BARTHES, Ronald. *O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
COSTA, Helouise & RODRIGUES, Renato. *A fotografia moderna no Brasil*. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1995.
PAIVA, Joaquim. *Olhares refletidos: entrevista com 25 fotógrafos brasileiros*. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS (60h)
Estudo dos fundamentos teóricos do planejamento de comunicação e propaganda e suas principais técnicas elaboração e execução.
Bibliografia:
AMBROSIO, Vicente. *Plano de marketing passo a passo*. Rio de janeiro: Reichman & Affonso, 1999.
BOONE, Louis E. KURTZ, David L. *Marketing contemporâneo.* Rio de Janeiro: LTC, 1998.
NICKELS, W. WOOD, M. *Marketing: relacionamentos, qualidade, valor*. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
RICHERS, Raimar. *Segmentação*. São Paulo. Nobel, 1991.
VYAKARMAN, Shilendra. *Um plano de ação de marketing.* Rio de Janeiro: Infobook, 1996.

PRODUÇÃO GRÁFICA (60h)
Fundamentos da comunicação visual e da produção gráfica. Preparação e desenvolvimento das artes convencionais e das artes digitais. Etapas de um projeto gráfico — da composição até a produção e acabamento das peças publicitárias. Do layout à arte final.
Bibliografia:
COLLARO, Antonio Celso. *Projeto Gráfico*. São Paulo: Summus, 1996.
CRAIG, Janes. *Produção Gráfica*. São Paulo: Nobel, 1987.
HURLBERT, Allan. *Layout*. São Paulo: Nobel, 1986.
SILVA, Rafael Souza. *Diagramação*, planejamento gráfico-visual. São Paulo: Summus, 1985.
WILLIAMS, Robin. *Design para quem não é designer*. São Paulo: Callis, 1995.

PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RTVC (60h)
Estudo das técnicas de produção em televisão, rádio, e cinema (RTVC) aplicadas à realização do anúncio para propaganda nesses meios. O processo de produção de peças publicitárias para TV, rádio e cinema. Enfoque prático que permita ao aluno o contato com os equipamentos de cada meio.
Bibliografia:
CAVA, Ralph Della. *E o vento se faz imagem*. Petrópolis: Vozes, 1991.
GAGE, Leighton. MEYER, Cláudio. *O filme publicitário*. São Paulo: SSC&B – Lintas Brasil, 1985.
MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão.* Rio de Janeiro de Janeiro: Manad, 1988.
NEIVA JR, Eduardo. *A imagem.* São Paulo: Ática, 1994.
SERRA, Floriano. *A arte e a técnica do vídeo.* São Paulo, Summus, 1986.

PROMOÇÃO E MERCHANDISING (30h)
Fundamentos das técnicas de promoção de vendas e de merchandising. Análise de casos específicos. Planejamento de campanhas específicas.
Bibliografia:
CHALMERS, Ruy B.. *Merchandising - a estratégia do marketing*. São Paulo: Atlas, 1976.
SILVA, Joaquim Caldeira da. *Merchandising no varejo.* Rio de Janeiro: Atlas, 1990.
SIMÕES, Roberto. *Introdução a promoção de vendas.* São Paulo: Atlas, 1992.
LEGRAIN, Marc. *Promoção de vendas.* São Paulo: Makron, 1992.
MACKENZIE, John. *O show vai começar*. São Paulo: Makron, 1991.

9.7 EMENTAS DAS DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS DE PRODUÇÃO EDITORIAL

REDAÇÃO TÉCNICA I (60 h)
Exercício das funções referencial, persuasiva, expressiva e estética em apresentações, releases, Quarta-capa, orelhas, resenhas e redação oficial. Normas de redação. Texto e imagem. Leitura crítica, preparação e tratamento de textos. Crítica dos processos técnicos.
Pré-requisito de Redação Técnica II
Bibliografia:
ALI, S., KURY, A. *Gramática elementar da língua portuguesa*. São Paulo: Melhoramentos.
BLIKSTEIN, I. *Técnicas de comunicação escrita*. São Paulo: Ática.
CITELLI, A. *Linguagem e persuasão.* São Paulo: Ática.
CUNHA, C. *Gramática do português contemporâneo*. Rio de Janeiro: Padrão, 1983.

ARMAZENAMENTO E RECUPERAÇÃO DE DADOS EM EDIÇÃO (60 h)
Modelagem, coleta, estrutura, seleção, organização, armazenamento e recuperação de dados. Análise de sistemas. Sistemas mnemotécnicos. Bancos de dados: projeto e pesquisa. Informação, conhecimento, arquivo e identidade.
Pré-requisito de Documentação Digital
Bibliografia:
RAMAKRISHNAN, R. *Database Management System*, Nova York: Mc-Graw Hill, 1997.

EDITORAÇÃO (60 h)
O original, definição e aspectos formais. Estrutura do original: pré-textuais, textuais e pós-textuais. Sinais gráficos para revisão de textos e provas. Copidesque, preparação e revisão de originais. O trabalho do editor de texto. Normalização ABNT. Revisão final.
Pré-requisito de Edição de Livros
Bibliografia:
CAMPOS. G. *O que é tradução.* São Paulo: Brasiliense, 1987.
HALLEWELL, L. *O livro no Brasil*. São Paulo: Queiróz, EDUSP, 1985.
MAGALHÃES, A. *Editoração hoje*. Rio de Janeiro: FGV, 1981.

PROCESSOS GRÁFICOS (60 h)
Processos industriais em diferentes formatos. Tipos de impressoras. Tipos de impressão. Equipamentos e filmes. Papéis e tintas. Fotolito. Fotolito digital. Tipos de provas. Escalas de cores. Relação custo/benefício da impressão em gráfica ou *bureau.* Novas tecnologias.
Pré-requisito de Edição de Livros
Bibliografia:
ARAÚJO, E. *A construção do livro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

REDAÇÃO TÉCNICA II (60 h)
Exercício das funções referencial, persuasiva, expressiva e estética em editoriais, artigos de opinião, *press releases,* anúncios, textos de divulgação científica, espetáculos e eventos. Retórica, persuasão e argumentação. Texto e imagem. Leitura crítica, preparação e tratamento de textos.
Pré-requisito de Redação Técnica III
Bibliografia:
CHARTIER, R, CAVALLO, G. (org.) *História da leitura no mundo ocidental*. São Paulo: Ática.
GARCIA, L. *Manual de redação e estilo*. São Paulo: Globo, 1993.
MANDRYK, D. et alii. *Língua portuguesa;* prática de redação para estudantes universitários. Petropólis: Vozes, 1988.
MANGUEL, A. *Uma história da leitura*. São Paulo: Cia das Letras, 1997.

EDIÇÃO DE LIVROS (60 h)
Estrutura e funcionamento de uma editora. Etapas de produção do livro: captação do original, projeto, editoração, impressão, etapas pré-industriais. Tradução, copidesque, preparação do original, revisão. Divulgação e comercialização.
Bibliografia:
ARAÚJO, E. *A construção do livro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
ARROJO, R. *Oficina de tradução*. São Paulo: Ática, 1986.
PAIXÃO, F. *Momentos do livro no Brasil*. São Paulo: Ática, 1996.

CÁLCULO DE CUSTOS E MATÉRIAS-PRIMAS (60 h)
Organização das empresas de comunicação. Custos editoriais. Administração de recursos. Análise de custos. Preparação de orçamentos. Matérias-primas e insumos. Tipos de impressão, custo industrial, lucro e margem de distribuição, cálculo de preço. Políticas governamentais para matérias-primas.
Bibliografia:
DUTRA, René Gomes. *Custos – uma abordagem prática*. São Paulo: Atlas, 1995.
LEWIS, Colby. *Manual do produtor de TV*. São Paulo: Cultrix, 1971.
SANTANNA, Armando. *Propaganda, teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira, 1998.
SANTOS, Reinaldo. *Vade-mécum da comunicação*. Rio de Janeiro: Destaque, 1998.

MARKETING PARA PRODUÇÃO EDITORIAL (60 h)
Noções de pesquisas de marketing e de audiência. Comportamento do leitor. Análise da concorrência. Segmentação. Posicionamento. Composto de marketing e distribuição dos produtos editoriais. Comercialização. Princípios de marketing cultural.
Bibliografia:
COBRA, Marcos. *Marketing: conceitos, estratégias e funções*. São Paulo: Atlas, 1990.
KOTLER, Philip. *Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados*. São Paulo: Futura, 1999.
KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. *Princípios de Marketing*. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998.
LIMA, R. C. M. *Marketing de produtos de informação*. Ciência da Informação. Brasília, v. 23, n. 3, p. 373-376, 1994.
_____. *Sistemas de informação e marketing*. In: Marketing em unidades de informação: estudos brasileiros. Brasília: IBICT, 1993. p. 305-314.

REDAÇÃO TÉCNICA III (60 h)
Pré-requisito de Redação Técnica IV
Exercício das funções referencial, persuasiva, expressiva e estética em textos críticos, colunas de crítica de cinema, teatro, literatura e música, resenhas. Avaliar e referir-se. Estruturação, características estilísticas e normas. Leitura crítica e preparação de textos.
Bibliografia:
CHALUB, S. *A metalinguagem.* São Paulo: Ática.
COMBRA, O. *O texto da reportagem impressa*. São Paulo: Ática.
LIMA, S. R. *Gramática normativa da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1999.

EXPRESSÃO EM LINGUAGENS DIGITAIS (60 h)
Hardware multimídia; processo de produção digital; restrições do processo digital para cada mídia; hipermídia e hipertextos. Documento digital. Retórica, texto, som, imagem. Leitura crítica, preparação e tratamento de textos em mídias digitais.
Pré-requisito de Publicação na WEB
Bibliografia:
BORDENAVE, J. D. *Além dos meios e mensagens*. Petrópolis: Vozes, 2001.
DÓRIA, F, DÓRIA, P. *Comunicação, dos fundamentos à Internet*. Rio de Janeiro: Revan, 1999.

LAYOUT EDITORIAL (60 h)
História da expressão gráfica. Técnica de preparação do layout. Arte final tradicional e digital. Cores, diagramação, estética e estilos, a tipologia, cálculo de texto e legibilidade, papel e seu aproveitamento. Apresentação dos produtos editoriais: relatórios, manuais etc.
Bibliografia:
MARTINS, W. *A palavra escrita*. São Paulo: Ática.
MAGALHÃES, A. *Editoração hoje*. Rio de Janeiro: FGV, 1981.
SILVA, Rafael Souza. *Diagramação*, planejamento gráfico-visual. São Paulo: Summus, 1985.

FOTOGRAFIA EM PRODUÇÃO EDITORIAL (60 h)
O que é linguagem fotográfica e seus elementos. A fotografia em preto-e-branco e em cores. Edição de imagens fotográficas. Preparação de portfólio. Fotografia para produção editorial. Ensaio fotográfico, análise de imagem, iluminação e fotografia digital.
Bibliografia:
COSTA, Helouise & RODRIGUES, Renato. *A fotografia moderna no Brasil*. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1995.
MONCLAR, Jorge. *O Diretor de Fotografia*. Rio de Janeiro: Solutions Comunicações, 1999.

DIREITO AUTORAL EM PRODUÇÃO EDITORIAL (30 h)
O direito autoral e as normas legais, brasileiras e internacionais, que regulam as atividades e os direitos de criadores, autores, produtores e similares, de obras artísticas, literárias e científicas. As atividades de produção editorial sob o prisma da legalidade.
Bibliografia:
ERBOLATO, Mário. *Deontologia da Comunicação Social*. Petrópolis. Vozes, 1982.
MANSO, Eduardo J. Vieira. *O que é Direito Autoral*. São Paulo: Brasiliense.
ASCENSÃO, José de Oliveira. *Direito Autoral*. Rio de Janeiro: Forense, 1980.
BRASIL, Constituição da República Federativa do, 1988; Legislação Civil e Penal brasileira, Lei 9.601/98; Lei de Marcas e patentes; Publicações da CNDA (Confederação Nacional de Direito Autoral).

9.8 EMENTAS DAS DISCIPLINAS COMPLEMENTARES DE PRODUÇÃO EDITORIAL

REDAÇÃO TÉCNICA IV (60 h)
Funções referencial, persuasiva, expressiva e estética nos diversos gêneros literários – narrativa, poesia, drama; características estéticas. Estruturação, características estilísticas e normas. O *bestseller*. Literatura infantil e juvenil. Texto e imagem. Leitura crítica, preparação e tratamento de textos.
Bibliografia:
FERRARA, L. ***Leitura sem palavras*.** São Paulo: Ática.
FRAISSE, E. et alii. *Representações e imagens da leitura.* São Paulo: Ática.
OLIVEIRA, E. B. R. *Aulas de redação*. São Paulo: Atual, 1981.
OTHON, G. *Comunicação em prosa moderna;* aprenda a escrever aprendendo a pensar. Rio de Janeiro: FGV, 1992.

DOCUMENTAÇÃO DIGITAL (60 h)
Noções de documento. Registros e arquivos digitais, tesauros, classificação, sistemas mnemotécnicos. Legitimação, referência, registro. Normas, padronização, homogeneização dos registros e das referências, organizações e processos normalizadores.
Bibliografia:

EDIÇÃO DE VÍDEOS (60 h)
Estrutura e funcionamento de uma produtora. Planejamento e organização de uma gravação. Pré-produção: pesquisa e roteiro. Produção: gravação em externas e em estúdio. Pós-produção: edição, sonorização e finalização. Breves noções de divulgação e comercialização.
Pré-requisito de Processamento de Som e Imagem
Bibliografia:
BERNADET, Jean-Claude. *O que é cinema?* São Paulo: Ed. Brasiliense/Nova Cultural, 1985.
BORDENAVE, J. D., CARVALHO, H. M. *Comunicação e planejamento.* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
CHION, Michel. *Audio-Vision ; Sound on Screen*, New York: Columbia University. 1994.

PROCESSAMENTO DE SOM E IMAGEM (60 h)
Processo industrial. Suportes. Equipamentos. A gravadora, o produtor e o editor musical. A gravação de áudio e vídeo: da pré-produção à pós-produção. Produção em multimídia. Pesquisa e segmentação das fontes. Digitalização, organização e composição.
Bibliografia:
DOLAN, R. E. *Music in modern media*. New York: G. Schimer, 1967.
RUNSTEIN, R. E. *Modern recording techniques.* New York: Howard&Sons, 1974.
GRIFFITHS, P. *A música moderna.* Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

PUBLICAÇÃO NA WEB (60 h)
Cliente-servidor; protocolos da Web; hipertexto e hipermídia; mapas de *sites*: navegação e orientação: aspectos técnicos e estilísticos da produção de *sites*; *Web-design*; HTML e DHTML, folhas de estilo, JavaScript; noções básicas de páginas ativas no servidor (ASP).
Bibliografia:
OLIVIERO, Carlos A.J. *Faça um Site HTML Orientado por Projeto*. São Paulo: Érica, 2000.
OLIVIERO, Carlos A.J. *Faça um Site ASP Orientado por Projeto*. São Paulo: Érica, 2000.
SILVA, Osmar J. *DHTML Dynamic HTML - Estilos e Conteúdo Dinâmico*. São Paulo: Érica, 2001.

PRODUÇÃO DE LIVRO OU OUTRO IMPRESSO (60 h)
Elaboração de um livro como aplicação das teorias estudadas. Projeto gráfico; diagramação e arte-final, conforme projeto gráfico; cálculo de custo; projeto editorial, como editor, redator, preparador de originais e revisor de provas; edição de iconografia, pesquisa iconográfica e textual.
Bibliografia:
HALLEWELL, L. *O livro no Brasil*. São Paulo: Queiróz, EDUSP, 1985.
MAGALHÃES, A. *Editoração hoje*. Rio de Janeiro: FGV, 1981.

PRODUÇÃO DE CDROM (60 h)
Elaboração de um CDROM como aplicação das teorias estudadas. pré-masterização; masterização; aspectos técnicos; utilização de pacotes multimídia. Aspectos avançados do processo de produção digital; efeitos especiais; digitalização de vídeo e efeitos especiais.
Bibliografia:
CYSNE, L. F. *Áudio, engenharia e sistemas*. Rio de Janeiro: Música e Tecnologia, 1998.
RUNSTEIN, R. E. *Modern recording techniques.* New York: Howard&Sons, 1974.

PRODUÇÃO PARA A INTERNET (60 h)
Elaboração, instalação e manutenção de uma *homepage*. Aspectos avançados do processo de produção digital; desenvolvimento de plugins; programas de interface cliente/servidor WWW; programação interativa na Internet.
Bibliografia:
OLIVIERO, Carlos A.J. *Faça um Site HTML Orientado por Projeto*. São Paulo: Érica, 2000.
OLIVIERO, Carlos A.J. *Faça um Site ASP Orientado por Projeto*. São Paulo: Érica, 2000.
TAUBER, K. *Webmastering para dummies.* Rio de Janeiro: Campus, 2001.

HISTÓRIA DOS SUPORTES DA INFORMAÇÃO (60 h)
A evolução das técnicas de registro da informação. Os diversos tipos de suportes para texto, som e imagem. Aspectos sociais e econômicos da história da tecnologia da informação. Problemas da emergência de novas tecnologias.
Bibliografia:
CHARTIER, R, CAVALLO, G. (org.) *História da leitura no mundo ocidental*. São Paulo: Ática.
DÓRIA, F, DÓRIA, P. *Comunicação, dos fundamentos à Internet*. Rio de Janeiro: Revan, 1999.
MARTINS, W. *A palavra escrita*. São Paulo: Ática.

PROGRAMAÇÃO VISUAL (60 h)
Elementos de sinalização. Linguagens verbais e não verbais. Introdução ao design: 2D e 3D.
Bibliografia:
AUMONT, Jacques. *A imagem.* Campinas: Papirus, 1993.
RIBEIRO, M. *Planejamento visual gráfico*. Brasília: Linha, 1987.

TÉCNICAS DE IMPRESSÃO (60 h)
A história e a importância dos conhecimentos das técnicas gráficas. Original e arte-final. A relação texto-imagem. Impressão mono, bi e tricromia e a policromia. Acabamento e cortes.
Bibliografia:
ARAÚJO, E. *A construção do livro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

9.9 EMENTAS DAS DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS DE RADIALISMO

TECNOLOGIA DA PRODUÇÃO (60h)
Tecnologia para a produção em rádio e TV. Equipamentos e sistemas. Convergência de mídias. Áudio analógico X digital. Vídeo analógico X digital.
Bibliografia:
Revista Áudio, Música & Tecnologia. Rio de Janeiro: Música e Tecnologia
Media manuals. New York: Focal Press.
Site na Internet: *www.paytv.com.br*

CINEGRAFIA (60h)
Características plásticas da iluminação e dos recursos técnicos de registro de imagens em movimento. Aspectos formais das imagens cinematográfica e videográfica. Segmentação da narrativa audiovisual. Análise estética da imagem. Decupagem.
Bibliografia:
AUMONT, Jacques. *A Estética do Filme*. Campinas (SP): Papirus, 1995.
BORDWELL, David e THOMPSON, Kristin. *Film Art: an Introduction*. New York: McGraw-Hill, 1997.
MONCLAR, Jorge. *O Diretor de Fotografia*. Rio de Janeiro: Solutions Comunicações, 1999.
SANTOS, Rudi. *Manual de Vídeo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CRIAÇÃO RADIOFÔNICA (60h)
Formas e possibilidades expressivas da linguagem sonora. O rádio como arte do tempo. A linguagem escrita e a linguagem falada. Valores e características do meio rádio. Estrutura do texto radiofônico. Prática de redação, improviso e interpretação.
Bibliografia:
ECO, H. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.
ORTRIWANO, G. *A informação no rádio.* São Paulo: Summus, 1985.

ROTEIRO E REDAÇÃO DE AUDIOVISUAL (60h)
O roteiro e os processos de produção audiovisual. Funções e usos do texto no audiovisual. O processo de criação e os elementos do roteiro. O drama. Formas de apresentação do roteiro. Diálogos e narração. Adaptação de obras literárias.
Bibliografia:
ARISTÓTELES. *Poética.* Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1984.
CHION, Michel. *O Roteiro de Cinema*. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
COIMBRA, Oswaldo. *O Texto da Reportagem Impressa* - um curso sobre sua estrutura – Cap.1 (A dupla face do texto), São Paulo: Ática, 1993.
COMPARATO, D. *Da criação ao roteiro.* Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
SODRÉ, Muniz. *O Monopólio da Fala* – Função e Linguagem da Televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1989.

PRODUÇÃO RADIOFÔNICA (60h)
Técnicas de realização de programas de rádio. Da idéia ao roteiro. Desenvolvimento, gravação e apresentação de programas. Os gêneros radiofônicos: a revista, o documentário, a crônica e o humor. Do esquete ao radioteatro.
Bibliografia:
COMPARATO, D. *Da criação ao roteiro.* Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
RIBEIRO, F. C. *Rádio, produção, realização, estética*. Lisboa: Editora Arcádia, 1964.
SPERBER, G. B. *Introdução à peça radiofônica*. São Paulo: EPU, 1980.

GRAVAÇÃO E MIXAGEM DE ÁUDIO (60h)
Tipos de microfones e sua utilização. Técnicas de gravação e mixagem de som. Operação em estúdio, operação em externa. Edição de som. Análise comparativa de gravações. O som no rádio, na televisão, no cinema, no teatro, no disco e no show ao vivo.
Bibliografia:
CYSNE, L. F. *Áudio, engenharia e sistemas*. Rio de Janeiro: Música e Tecnologia, 1998.
RUNSTEIN, R. E. *Modern recording techniques.* New York: Howard&Sons, 1974.
Revista Áudio, Música & Tecnologia. Rio de Janeiro: Música e Tecnologia
SETTE, H. *Caixas acústicas e alto-falantes*. Rio de Janeiro: Música e Tecnologia, 1998.
VALLE, S. *Microfones, tecnologia e aplicação.* Rio de Janeiro: Música e Tecnologia, 1998.

PRODUÇÃO DE AUDIOVISUAL (60h)
Fases e equipe da realização de produto audiovisual privilegiando o ponto de vista da produção. O mercado hoje. Novas tecnologias e possibilidades profissionais. Análise de roteiro do ponto de vista da produção. Análise técnica, orçamento, cronograma.
Bibliografia:
AUMONT, Jacques. *A estética do filme*. Campinas: Papirus, 1994.
CHION, Michel. *O roteiro do cinema*. São Paulo: Martins Fontes.
METZ, Christian. *A significação no cinema*. São Paulo: Perspectiva, 1968.
METZ, Christian. *Linguagem e cinema.* São Paulo: Perspectiva, 1971.
XAVIER, Ismail. *O discurso cinematográfico.* Rio de Janeiro: Paz e terra, 1984.

EDIÇÃO DE IMAGEM E SOM (60h)
O papel da edição na construção do sentido no audiovisual. Edição, narratividade e construção espaço-temporal. O paradigma clássico e outros formas narrativas audiovisuais. A relação som-imagem. Operação de ilha de edição. Pós-produção.
Bibliografia:
BERNADET, Jean-Claude. *O que é cinema?* São Paulo: Ed. Brasiliense/Nova Cultural, 1985.
CHION, Michel. *Audio-Vision; Sound on Screen*, New York: Columbia University. 1994.
TELES, Gilberto Mendonça, *Vanguarda Européia e Modernismo Brasileiro* – Apresentação e Crítica dos Principais Manifestos Vanguardistas, Petrópolis: Vozes, 1992.
VERTOV, Dziga, *Nós* – variação do manifesto, Resolução do Conselho dos Três, Nascimento do Cine-Olho, in, ISMAIL, Xavier A experiência do Cinema, Rio de Janeiro: Graal, 1991.

COMPUTAÇÃO GRÁFICA PARA VÍDEO (60h)
Teoria e prática da Computação Gráfica aplicada à Televisão. Princípios e fundamentos da constituição da imagem digital. Programas auxiliados por computador para desenho, tratamento de imagem, animação 2D e 3D.
Bibliografia:
BAXES, G. A. *Digital Image Processing: Principles and Applications.* John Wiley, 1994.
CORRIGAN, J. *Computação Gráfica: segredos e soluções*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna. 1994.
KERLOW, I. V. *The Art of 3-D: Computer Animation and Imaging* 2nd Edition. John Wiley & Sons. 2000.
MACDONALD. L. W., LUO, M. R. *Colour Imaging: Vision and Technology.* John Wiley, 1999.
WATT, A. H. *The Computer Image*. Addison-Wesley, 1998.

DIREÇÃO DE AUDIOVISUAL (60h)
Fases e equipe na realização de um audiovisual privilegiando o ponto de vista da direção. Relação do diretor com os segmentos da equipe. O assistente de direção. O diretor e o roteiro, a filmagem e a montagem. Decupagem. Análise de filmes.

DIREÇÃO DE ATUAÇÃO (60h)
O ator no teatro e o ator nas câmeras. A leitura do roteiro e a construção dos personagens. O processo de ensaios. Respiração, intenção e sub-texto. Marcação cênica e posicionamento diante das câmeras, iluminação e microfones. Montagem e continuidade.
Bibliografia:
ASLAM, Odette. *O ator no séc. XX*, São Paulo: Perspectiva, 1994.
BARR, Tony. *Acting for the camera*, Harper perennial, 1999. (exercícios traduzidos)
NIETZSCHE, Friedrich. *O Nascimento da tragédia*, São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
ROUBINE, Jean-Jacques. *A arte do ator*, Rio de Janeiro: Zahar, 1990.
STANISLAVSKY, Constantin. *A Preparação do ator*, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1988.

9.10 EMENTAS DAS DISCIPLINAS COMPLEMENTARES DE RADIALISMO

EFEITOS ESPECIAIS EM VÍDEO (60h)
Teoria e prática das técnicas para a produção de efeitos especiais em vídeo. Princípios e fundamentos da composição digital. Equipamentos e programas para produção e finalização de efeitos especiais.
Bibliografia:
BRINKMAN, Ron. *The Art and Science of Digital Compositing*. Morgan Kaufmann, 1999.
KELLY, Doug. *Digital Compositing In Depth*: The Only Guide to Post Production for Visual Effects in Film. Coriolis Group, 2000.

EDIÇÃO DE TRILHA SONORA (60h)
Sincronismo, imagem-fala-ruído-música. Música incidental e integração da música no espetáculo audiovisual. Funções da música no acompanhamento do espetáculo cênico. Aplicabilidade de cores sonoras que caracterizam e ressaltam o "som da cena".
Bibliografia:
BRACEWELL, J.L. *Sound design in the theater*. New York: Ithaca College.
CHION, M. *Audio-vision –sound on screen*. New York: Columbia Univ. Press, 1994.
CHION, M. *Le son au cinéma*. Paris: Edicion de l'etoile, 1992.
CHION, M. *La music au cinéma*. Paris: Librarie Arthème Fayard, 1995.
HOLMAN, T. *Sound for film and television*. New York: Focal Press.

ELEMENTOS DE LINGUAGEM MUSICAL (60h)
Noções básicas de teoria musical. Fraseologia, sintaxe e elementos de expressão musicais. Música folclórica, popular e erudita. Gênero e estilo musicais. Morfologia musical. Prosódia musical. A música como expressão do momento histórico.
Bibliografia:
BENNETT, R. *Elementos básicos da música*. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.
BENNETT, R. *Uma breve história da música*. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.
BERNSTEIN, L. *O mundo da música*. Lisboa: Ed. Livros do Brasil, 1957.
GRIFFITHS, P. *A música moderna.* Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
HARNONCOURT, N. *O discurso dos sons*. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

ENSINO À DISTÂNCIA (60h)
Educação Formal, Continuada, Profissionalizante, TV e Rádio Educativa, Tecnologias Educacionais, Produção de Programas Educativos para Rádio, Televisão, Vídeo e Internet, Equipamentos, Escolha da mídia, Pré-Produção, Produção, Pós-Produção.
Bibliografia:
FERRÉS, J. *Televisão e Educação.* Artmed: Porto Alegre, 1996.
FERRÉS, J. *Vídeo e Educação.* Artmed: Porto Alegre, 1996.
LUCENA, Carlos, FUKS, Hugo. *A Educação na Era da Internet*. Clube do Futuro. 2000.
SANCHO, J. M. *Para uma Tecnologia Educacional*. Artmed: Porto Alegre, 1998.
SANDHOLTZ, J.H., RINGSTGRAFF, C. e DWYER, D.C. *Ensinando com Tecnologia*. Artmed: Porto Alegre, 1997.

APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO EM VÍDEO (30h)
Os diversos tipos de apresentação de programas de TV: telejornalismo, esportes, auditório, entrevistas, variedades. Apresentação em planos fechados e abertos. A leitura do script televisivo. Respiração, expressão facial e corporal, gesto, olhar, projeção e articulação vocal, interpretação do texto e postura.
Bibliografia:
HINDAM, James. *TV acting: a manual for camera performance*, New York: Hastings, 1992.
RECTOR, Mônica e TRINTA, Aluísio. *A Comunicação do Corpo*, São Paulo: Ática, 1990.
REZENDE, Sidney e KAPLAN, Sheila (org.). *Jornalismo eletrônico ao vivo*. Petrópolis: Vozes. 1997.

CINEMA DOCUMENTÁRIO (30h)
A construção do real na tradição do cinema documentário. Relações do documentário com o cinema de ficção. O documentário contemporâneo no cinema e na televisão. Diferentes tipos de montagem/edição e suas origens cinematográficas. O documentário e a informação na televisão.
Bibliografia:
AUMONT, J. *A estética do filme*. São Paulo: Papirus, 1995.
BAZIN, A. *O cinema,* ensaios, São Paulo: Brasiliense, 1991.
BERNADET, J. C. *Cineastas e imagens do povo*, São Paulo: Brasiliense, 1985.
DARIN, S. *Espelho partido, tradição e transformação do documentário cinematográfico*, dissertação ECO/UFRJ, 1995.
ROSENTHAL, A. *The New Documentary*. University of California Press, 1991.

COMUNICAÇÃO E ARTES CÊNICAS (30 h)
As artes cênicas como forma de comunicação. Características e especificidades do gênero dramático. Origem e evolução do teatro. A forma dramática nos meios de comunicação.
Bibliografia:
BRANDÃO, Junito de Souza. *Teatro Grego: Tragédia e Comédia*. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1985.
ESSLIN, Martin. *Uma Anatomia do Drama*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
MAGALDI, Sábato. *Iniciação ao Teatro*. 3ª ed. São Paulo: Ática, 1998.
PEIXOTO, Fernando. *O Que é Teatro*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
ROUBINE, Jean-Jacques. *A Linguagem da Encenação Teatral 1880-1980*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

COMUNICAÇÃO E CENOGRAFIA (30 h)
O espaço cênico como instrumento de comunicação. A linguagem da cenografia. Leitura e avaliação de um projeto cenográfico. Concepção e planejamento de cenários. A relação entre a cenografia, o figurino e a iluminação.
Bibliografia:
ESSLIN, Martin. *Uma Anatomia do Drama*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
MACKINTOSH, Iain. *Architecture, Actor & Audience.* Londres: Routledge, 1993.
RATTO, Gianni. *Antitratado de Cenografia: variações sobre o mesmo tema*. São Paulo: SENAC, 1999.
SILVA, R. J. G. (coord.). *100 Termos Básicos da Cenotécnica: Caixa Cênica Italiana*. Rio de Janeiro: IBAC, 1992.
SVOBODA, Josef. *I segreti dello spazio teatrale*. Milão: Ubulibri, 1997.

COMUNICAÇÃO, VESTUÁRIO E MODA (30 h)
Estudo e pesquisa da evolução do traje. Os fundamentos da indumentária para os diversos tipos de espetáculo. A forma, a cor, texturas e materiais apropriados para a confecção de um figurino.
Bibliografia:
BUCHER, F. *Histoire du costume*. Paris: Flamarion, 1965.
BUTAZZI, G. *La mode - art,, histoire e societé.* Paris: Hachette, 1983.
HANSEN, H. H. *Costume cavalcade*. New York: Methuen, 1975.
KÖHLER, C. *História do vestuário.* São Paulo: Martins Fontes, 1993.

DRAMATURGIA RADIOFÔNICA (30h)
O rádio como contador de histórias. A narrativa dramatizada: da crônica ao folhetim, da radionovela à peça radiofônica. A paisagem sonora e a arte acústica. Audição e análise de produções nacionais e estrangeiras que marcaram gênero.
Bibliografia:
MEDITSCH, E. (org). *Rádio em pânico: A guerra dos mundos 60 anos depois.* Florianópolis: Insular, 1998.
UGARTE, L. M. *El radioteatro*. Colônia, RFA: EWAZ Publications, 1994.
SPERBER, G. B. *Introdução à peça radiofônica*. São Paulo: EPU, 1980.

DICÇÃO E INTERPRETAÇÃO ORAL (30h)
Prática de técnicas básicas de leitura e interpretação oral de textos variados (notícias para rádio e TV, reportagens, entrevistas, apresentações públicas, apresentação oral de livros, comentários).
Bibliografia:
BEUTTENMULLER, M. G. *O despertar da comunicação vocal.* Rio de Janeiro: Enelivros, 1995.
CESAR, C. *Como falar no rádio - prática de locução AM e FM*. São Paulo: Ibrasa, 1990.
CESAR, C. *Rádio, inspiração, transpiração e emoção*. São Paulo: Ibrasa, 1992.
TOMPAKOW, R. e WEIL, P. *O corpo fala*. Petrópolis: Vozes, 1985.
SAMPAIO, M. *Curso de locução dirigida para todas as profissões*. Rio de Janeiro: Brasport, 1999.

GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES PARA COMUNICAÇÃO (30h)
Teorias de organização e de administração. Princípios e funções organizacionais. O ambiente sócio-organizacional, modelos e cenários. Organização inovadora. Planejamento e implementação de plano de ação administrativa. Tecnologia de informação gerencial. Comportamento organizacional.
Bibliografia:
CHIAVENATO, Idalberto. *Teoria geral de administração*. 2.ed. São Paulo: McGraw Hill do Brasil, 1979.
DAVENPORT. T. H. , PRUSAK, Laurence. *Ecologia da informação* .São Paulo: Futura, 1998.
DRUCKER, Peter F. *Introdução à administração*. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1991.
FREITAS, A.G. *Introdução às teorias administrativas*. Campinas: Alínea, 1998.
WEIL, P. *Organização e tecnologia para o terceiro milênio; a nova cultura organizacional holística*. 5.ed. Rio de Janeiro: Record, 1997.

MARKETING PARA RÁDIO e TV (30 h)
Noções de pesquisas de marketing e de audiência. Comportamento da audiência. Análise do ambiente competitivo de RTV. Segmentação. Posicionamento. Composto de marketing para produtos de RTV. Comercialização dos produtos de RTV. Princípios de marketing
Bibliografia:
CLARK, Walter e PRIOLLI, Gabriel. *O campeão de audiência.* São Paulo: Best Seller, 1991.
SILVA, Arlindo. *A fantástica história de Silvio Santos*. São Paulo: Editora do Brasil, 2000, 3a. edição.
KOTLER, Philip. *Administração em Marketing: análise, planejamento, implementação e controle.* São Paulo: Atlas, 1996.

RÁDIO E TV COMUNITÁRIOS (30h)
O rádio e a TV como meios de expressão comunitários. A formação e a gestão de uma emissora de rádio e de TV. Análise de casos.

RÁDIO E TV EDUCATIVOS (30h)
Educação não-presencial. TV na escola. Histórico dos programas nacionais de educação via rádio ou TV.

RÁDIO NA INTERNET (30h)
Portais de comunicação. Rádios musicais. Rádios noticiosas. Rádios físicas x rádios virtuais.

SEMINÁRIOS EM COMUNICAÇÃO (30h)
Estudo interdisciplinar de novos conceitos, métodos, áreas conexas e linguagens da Comunicação. Debate sobre pesquisas e estudos recentes de Comunicação.

9.11 EMENTAS DAS DISCIPLINAS COMPLEMENTARES DE ESCOLHA CONDICIONADA DE TEORIA

COMUNICAÇÃO E ARTE CONTEMPORÂNEA I
O hipertexto como campo conceitual múltiplo, com seus sistemas, programas e interfaces, que vão da multimídia à Web, que permite reencenar e repensar a história e a cultura da escrita.
Bibliografia:
LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência.* Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993
CHARTIER, Roger. *A aventura do livro do leitor ao navegador.* São Paulo: UNESP, 1998.
PARENTE, André. *O virtual e o hipertextual*. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999.

COMUNICAÇÃO E ARTE CONTEMPORÂNEA II
A imagem em suas dimensões técnicas, discursivas, cognitivas e afetivas. Análise das alterações provocadas pelas novas tecnologias da imagem, em particular a realidade virtual e a multimídia, sobre os sistemas comunicacionais.
Bibliografia:
PARENTE, André (org.). *Imagem-Máquina.* Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
AUMONT, Jacques. *A imagem.* Campinas: Papirus, 1993.
DEBRAY, Regis. *Vida e morte da Imagem. Uma história do olhar no Ocidente.* Petrópolis: Vozes, 1993.

COMUNICAÇÃO E ARTE CONTEMPORÂNEA III
Os processos interativos experimentados em obras que transformaram a produção estética do século XX através de trabalhos gerados por operações com novos dispositivos tecnológicos de comunicação. Discutir a construção de interfaces poéticas que inauguram um amplo e novo campo da comunicação como arquitetura da informação.
Bibliografia:
MACHADO, Arlindo. *Máquina e Imaginário.* São Paulo: EDUSP, 1993.
DOMINGUES, Diana. *A arte no século XXI.* São Paulo: UNESP, 1997.
POPPER, Frank. *Art of the eletronic age.* Nova York: Tames and Hudson, 1993.

COMUNICAÇÃO E ARTE CONTEMPORÂNEA IV
Tópicos especiais em arte contemporânea
Bibliografia:
MACHADO, Arlindo. *Máquina e Imaginário.* São Paulo: EDUSP, 1993.
DEBRAY, Regis. *Vida e morte da Imagem. Uma história do olhar no Ocidente.* Petrópolis: Vozes, 1993.
AUMONT, Jacques. *A imagem.* Campinas: Papirus, 1993.

COMUNICAÇÃO, CIDADANIA E POLÍTICA I
Indivíduo, sociedade e construção da noção de cidadania na modernidade. Meios de comunicação, as fronteiras e interações entre o público e o privado. Análise do caso brasileiro
Bibliografia:
DAMATTA, Roberto. *A Casa e a Rua.* Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
SENNETT, Richard. *O declínio do homem público.* São Paulo: Cia. das Letras, 1990.
TURKLE, Sherry. *A Vida no Ecran. A identidade na era da Internet*. Lisboa: Ed. Relógio d'Água, 1997.

COMUNICAÇÃO, CIDADANIA E POLÍTICA II
As relações de poder nos processos de comunicação. Processos subjetivos em jogo nas configurações contemporâneas de poder. Impacto das novas tecnologias sobre discursos e práticas políticas. Análise do contexto brasileiro.
Bibliografia:
DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Felix. *Mil Platôs.* Rio de Janeiro: Ed. 34, 5 vols., 1995-1997.
FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder.* Rio de Janeiro: Ordem do Graal, 1990.
LEVY, Pierre. *Cibercultura.* Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999.

COMUNICAÇÃO, CIDADANIA E POLÍTICA III
Emergência de novos sujeitos sociais e a rearticulação do campo da política. Globalização, fragmentação e pluralidade no mundo contemporâneo.
Bibliografia:
FEATHERSTONE, Mike. (org.) *Cultura Global. Nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis, Vozes, 1995.
HOLLANDA, Heloisa B. (org.) *Pós-Modernismo e Política*. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.
HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade.* Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

COMUNICAÇÃO, CIDADANIA E POLÍTICA IV
Tópicos especiais em comunicação e política
Bibliografia:
HOLLANDA, Heloisa B. (org.) *Pós-Modernismo e Política*. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.
HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade.* Rio de Janeiro: DP&A, 1997.
DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Felix. *Mil Platôs.* Rio de Janeiro: Ed. 34, 5 vols., 1995-1997.

COMUNICAÇÃO, GLOBALIZAÇÃO E SOCIEDADE TECNOLÓGICA I
Tempo e Comunicação na Sociedade Tecnológica Globalizada. As novas estruturas de experimentação dos dispositivos de tempo na modernidade e na contemporaneidade. A interação dos dispositivos de tempo com as redes de individuação, informação e virtualização características da cultura comunicacional contemporânea. Tempo e condicionamento do homem, do mundo e da história.
Bibliografia:
FOUCAULT, Michel. *As Palavras e as Coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1981.
HEIDEGGER, M. *Os Pensadores*, São Paulo: Nova Cultural, 1984.
BAUMAN, Zygmunt *O Mal Estar na Pós Modernidade*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
VIRILIO, Paul. *Espaço Crítico.* Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

COMUNICAÇÃO, GLOBALIZAÇÃO E SOCIEDADE TECNOLÓGICA II
Espaço e Globalização na Sociedade Tecnocomunicacional. Espacialidade e novas distribuições entre o humano e o não-humano. Hibridismo cultural e mediação generalizada. A cultura como interface: os novos processos de individuação e virtualização. Excesso de informação e agentes informacionais no espaço da rede.
Bibliografia:
DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Felix. *Mil Platôs* Rio de Janeiro: Ed. 34, 5 vols., 1995-1997.
JOHNSON, Steven. *A Cultura da Interface*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
NEGRI, Antônio e HARDT, Michael. *Empire.* Massachusetts: Harvard University Press, 2000.
IANNI, Otávio. *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

COMUNICAÇÃO, GLOBALIZAÇÃO E SOCIEDADE TECNOLÓGICA III
Sujeito e Comunicação na tecnocultura Globalizada. Mídia e valor na tecnocultura: mediação generalizada e rede; disciplina e controle. As tecnologias da informação e a multiplicação cognitiva: bancos de dados, dividuação e excesso de informação na determinação da subjetividade. Inteligência artificial e consciência contemporânea. Sociabilidade e identidade na Internet.
Bibliografia:
DELEUZE, Gilles. *Conversações.* Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
DENNETT, Daniel. *A Perigosa Idéia de Darwin.* Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
TURKLE, Sherry. *A Vida no Ecran. A identidade na era da Internet*. Lisboa: Ed. Relógio d'Água, 1997.

COMUNICAÇÃO, GLOBALIZAÇÃO E SOCIEDADE TECNOLÓGICA IV
Tópicos especiais sobre globalização e sociedade tecnológica
Bibliografia:
TURKLE, Sherry. *A Vida no Ecran. A identidade na era da Internet*. Lisboa, Ed. Relógio d'Água, 1997.
JOHNSON, Steven. *A Cultura da Interface*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
BAUMAN, Zygmunt *O Mal Estar na Pós Modernidade*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

COMUNICAÇÃO, ESPETÁCULO E CULTURA I
Os novos rituais da comunicação e as novas formas de sociabilidade. As redefinições do sagrado e do profano. Mitologias da pós-modernidade. Análise do caso brasileiro.
Bibliografia:
DERRIDA, Jacques e VATTIMO, Gianni (orgs.). *A Religião.* São Paulo: Estação Liberdade, 2000.
MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.
DEBRAY, Regis. *Curso de Midiologia Geral*. Petrópolis: Vozes, 1990.

COMUNICAÇÃO, ESPETÁCULO E CULTURA II
A lógica política e cultural do consumo. Estilo de vida, consumo e cidadania. A redefinição das fronteiras: mídia e culturas híbridas. Análise do caso brasileiro.
Bibliografia:
EWEN, Stuart. *Todas las imágenes del consumismo. La politica del estilo en la cultura contemporanea*. México D.F., Grijalbo, 1991.
CANCLINI, Néstor Garcia *Culturas Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade.* São Paulo: EDUSP, 1997.
HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade.* Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

COMUNICAÇÃO, ESPETÁCULO E CULTURA III
Da cultura letrada ao audiovisual: da narrativa literária à narrativa cinematográfica e televisiva. Análise comparativa e tendências contemporâneas.
Bibliografia:
MATTELART, Armand e Michele. *O carnaval das Imagens: a ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense. 1989
XAVIER, Ismail. *O discurso cinematográfico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1977.
JAMESON, Frederic. *Marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1990

COMUNICAÇÃO, ESPETÁCULO E CULTURA IV
Apresentação das principais teorias e movimentos cinematográficos. O cinema das origens. O Cinema Narrativo Clássico. Vanguardas Históricas. O Cinema Moderno. Cinema no Brasil. Para além do Cinema.
Bibliografia:
DA COSTA, Flavia. *O primeiro cinema: espetáculo, narração, domestificação.* São Paulo: Scritta, 1995.
XAVIER, Ismail. *O discurso cinematográfico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1977.
DELEUZE, Gilles. *A Imagem-Movimento e A Imagem Tempo*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas e Pós-Cinemas*. Campinas: Papirus, 1997.

COMUNICAÇÃO, ESPETÁCULO E CULTURA V
Estética, teoria do gosto e razão das formas sensíveis na vida social. A obra de arte em face da produção e consumo em massa de bens culturais. Os meios de comunicação enquanto dispositivos de estetização: sociedade do espetáculo e crítica contemporânea da estética.
Bibliografia:
EAGLETON, Terry. *Ideologia da Estética.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
LIMA, Luis Costa (org.) *Teoria da Cultura de Massa.* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo.* Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
HUYSSEN, Andreas. *Memória do modernismo.* Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1998.

COMUNICAÇÃO, ESPETÁCULO E CULTURA VI
Tópicos especiais sobre a espetacularização da cultura contemporânea.
Bibliografia:
DELEUZE, Gilles. *A Imagem-Movimento e A Imagem Tempo*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo.* Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
JAMESON, Frederic. *Marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1990.

10. Condições de adaptação dos alunos antigos

Equivalências entre o currículo antigo e o novo (em negrito as obrigatórias e o período)

JORNALISMO - 1º PERÍODO			
Cod.	**Disciplina**	**Cod.**	**Equivalência**
ECS110	Comunicação e R S P E B	ECA110	Com. e Real. Bras. (CC1)
FCF110	Filosofia I	ECS112	Comunicação e Filosofia (CC1)
LEV110	Língua Portuguesa I	LEV110	Língua Portuguesa I (CC1)
IPG111	Psicologia Geral	ECS125	Com. Psicologia e Cognição (CC2)
FCS113	Sociologia Geral	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECF231	Técnicas básicas comunicação I		*complementar de teoria 30h*
	T. M. P. C.		*complementar de teoria 30h*
JORNALISMO - 2º PERÍODO			
FCS(A)218	Antropologia Cultural	ECS237	Antropologia e Comunicação (CC3)
LEV120	Língua Portuguesa II	LEV120	Língua Portuguesa II (CC2)
ECS121	Política da Comunicação	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECA470	Sist. Internacionais de Inf.	ECA470	Sistemas de Informação (CC3)
ECS124	Sociologia da Comunicação	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECF241	Técnicas básicas com. II		*complementar de teoria 30h*
ECS123	Teoria da Comunicação I	ECS123	Teoria da Comunicação I (CC1)
JORNALISMO - 3º PERÍODO			
ECS232	Cultura Brasileira		*complementar de teoria 30h*
ECS231	Estética e cultura de massa		*complementar de teoria 30h*
FCF209	Lógica		*complementar de teoria 30h*
ECS125	Psicologia da Comunicação	ECS125	Com. Psicologia e Cognição (CC2)
ECS236	Teoria da Comunicação II	ECS236	Teoria da Comunicação II (CC2)
ECL230	Expressão Gráfica em Jornalis.		Linguagem Gráfica (CC1)
JORNALISMO - 4º PERÍODO			
ECA241	Comunicação e TGS		*complementar de teoria 60h*
ECL240	Fotojornalismo I	ECL370	Fotografia (CC3)
ECS240	História da Comunicação	ECS240	História da Comunicação (CC1)
ECL241	Red. Exp. Oral em Jornal. I	ECL241	**Redação Jornalística I (4)**
ECA242	SARD em Jornalismo	ECA242	*complementar de habilitação 60h*
ECL242	Tec. Rep. Entrev. Pesquisa I	ECL242	**Técnica de Reportagem I (4)**
ECL244	Teoria da linguagem		*complementar de teoria 30h*
JORNALISMO - 5º PERÍODO			
ECL350	Fotojornalismo II - Audio visual	ECL240	**Fotojornalismo I (4)**
ECL353	Linguagem Cinematográfica		*complementar de habilitação 60h*
ECL354	Radiojornalismo	ECL354	**Radiojornalismo I (5)**
ECL351	Red. Expressão Oral em Jn. II	ECL351	**Redação Jornalística II (5)**
ECL352	Téc.Reportagem. Entrev.Pesq.II	ECL352	**Técnica de Reportagem II (5)**
JORNALISMO - 6º PERÍODO			
ECS363	Comunicação Comparada		*complementar de teoria 30h*
ECS481	Direito Autoral	ECS371	**Legislação e ética em comunic. (7)**
ECS473	Imprensa Comunitária		*complementar de habilitação 30h*
ECL355	Planejamento Gráfico em Jorn. I	ECL355	**Jornalismo Gráfico (6)**
ECF263	Prep. Rev. Orig. Prov. Videotexto		*complementar de habilitação 60h*
ECL360	Red. Expres. Oral Jorn. III		*complementar de habilitação 60h*
ECL363	Telejornalismo	ECL363	**Telejornalismo I (6)**
JORNALISMO - 7º PERÍODO			
ECL471	Assessoria de Imprensa	ECL471	**Assessoria de Imprensa (6)**
ECL472	Edição Gráfica	ECL472	**Edição Gráfica (7)**
ECL474	Edição Textos e Imagem Vídeo		*complementar de habilitação 60h*
ECS360	Legislação e Ética do Jornal.	ECS371	**Legislação e ética em comunic. (7)**
ECA481	Ling. Port. Com. Técnica	ECA481	**Projeto Experimental I (7)**
ECL361	Planejamento Gráfico em Jorn. II		*complementar de habilitação 60h*
ECL470	Red. Expres. Oral em Jorn. IV		*complementar de habilitação 60h*
ECS480	Seminários Esp. de Comun.		*complementar de teoria 60h*
JORNALISMO - 8º PERÍODO			
LEN143	Língua Estrangeira - Espanhol	LEN143	Ling estrang espanhol
ECAY01	Proj. experimental em Jornalismo	ECAY01	**Proj. exp. em Jornalismo 180h (8)**
			História do Jornalismo (4)

Equivalências entre o currículo antigo e o novo (em negrito as obrigatórias e o período)

PUBLICIDADE E PROPAGANDA - 1º PERÍODO			
Cod.	**Disciplina**	**Cod.**	**Equivalência**
ECS110	Comunicação e R S P E B	ECA110	Com. e Real. Bras. (CC1)
FCF110	Filosofia I	ECS112	Comunicação e Filosofia (CC1)
ECS240	História da comunicação	ECS240	História da comunicação (CC1)
LEV110	Língua Portuguesa I	LEV110	Língua Portuguesa I (CC1)
IPG111	Psicologia Geral	ECS125	Com. Psicologia e Cognição (CC2)
FCS113	Sociologia Geral	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECF231	Técnicas básicas comunicação I		*complementar de teoria 30h*
PUBLICIDADE E PROPAGANDA - 2º PERÍODO			
FCS(A)218	Antropologia Cultural	ECS237	Antropologia e Comunicação (CC3)
FCF111	Filosofia II	ECS112	Comunicação e Filosofia (CC1)
LEV120	Língua Portuguesa II	LEV120	Língua Portuguesa II (CC2)
ECS121	Política da Comunicação	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECS124	Sociologia da Comunicação	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECF241	Técnicas básicas com. II		*complementar de teoria 30h*
ECS123	Teoria da Comunicação I	ECS236	Teoria da Comunicação I (CC1)
PUBLICIDADE E PROPAGANDA - 3º PERÍODO			
ECL231	Com gráfico-visual		Linguagem gráfica (CC1)
ECS232	Cultura Brasileira		*complementar de teoria 30h*
ECS231	Estética e cultura de massa		*complementar de teoria 60h*
FCF209	Lógica		*complementar de teoria 30h*
ECS125	Psicologia da Comunicação	ECS125	Com. Psicologia e Cognição (CC2)
ECS236	Teoria da Comunicação II	ECS123	Teoria da Comunicação II (CC2)
ECS230	Teoria e métodos de pesquisa		*complementar de habilitação 30h*
PUBLICIDADE E PROPAGANDA - 4º PERÍODO			
ECA244	Comunicação e economia	ECA244	Com e economia (CC2)
ECA245	Comunicação e estatística		*complementar de habilitação 30h*
ECA241	Comunicação e TGS		*complementar de teoria 60h*
LEN143	Ling. estrang. espanhol	LEN143	Ling. estrang. espanhol
ECL244	Ling. port. com publicit I	ECL244	**Redação publicitária mídia impressa (4)**
ECA246	Mercadologia I	ECA246	Comunicação e marketing (CC3)
ECS353	Teoria da linguagem		*complementar de teoria 30h*
PUBLICIDADE E PROPAGANDA - 5º PERÍODO			
ECL357	Comunicação audiovisual		*complementar de habilitação 60h*
ECL365	Criação publicitária I	ECL365	**Criação publicitária (4)**
ECL356	Ling. port. com publicit. II	ECL356	**Redação publicitária mídia eletrônica (5)**
ECA250	Mercadologia II	ECA250	**Marketing em publicidade e propaganda (4)**
ECA251	Planejam de campanhas	ECA251	**Comport. consumidor e segmentação (4)**
ECL367	Produção publicitária RTVC	ECL367	**Direção de arte em propaganda (6)**
ECA353	Técnicas publicitárias I	ECA353	**História da propaganda (6)**
ECS354	Teoria met. pesq. opin. pública	ECS354	**Pesquisa mercado e opinião pública (5)**
PUBLICIDADE E PROPAGANDA - 6º PERÍODO			
ECS363	Comunicação comparada		*complementar de teoria 30h*
ECA474	Ética e legislação publicitária	ECS371	**Legislação e ética em comunicação (7)**
ECL364	Ling. port. com public III	ECL364	**Redação publicitária mídia sonora (6)**
ECA362	Mídia I	ECA362	**Mídia (5)**
ECA453	Promoção e merchandising		*complementar de habilitação 30h*
ECL366	Produção gráfica		*complementar de habilitação 60h*
ECA352	Relações públicas	ECA352	**Assessoria de comunicação (6)**
ECA361	Técnicas publicitárias II	ECA361	**História da propaganda (6)**
PUBLICIDADE E PROPAGANDA - 7º PERÍODO			
ECA472	Administração em PP	ECA472	**Gestão de organizações para com. (7)**
ECS473	Comunicação dirigida		*complementar de habilitação 60h*
ECL483	Criação publicitária II	ECL365	**Criação publicitária (4)**
ECL482	Ling. port. com publicit. IV		*complementar de habilitação 60h*
ECA481	Ling. port. com técnica	ECA481	**Projeto Experimental I (7)**
ECA471	Mídia II	ECA362	**Mídia (5)**
ECS480	Seminários esp. em com		*complementar de teoria 30h*
PUBLICIDADE E PROPAGANDA - 8º PERÍODO			
ECA482	Com política eleitoral		*complementar de habilitação 30h*
ECAY04	Proj. experimental em PP	ECAY04	**Proj. exp. em PP 180h (8)**

Equivalências entre o currículo antigo e o novo (em negrito as obrigatórias e o período)

PRODUÇÃO EDITORIAL - 1º PERÍODO			
Cod.	**Disciplina**	**Cod.**	**Equivalência**
ECS110	Comunicação e R S P E B	ECA110	Com. e Real. Bras. (CC1)
FCF110	Filosofia I	ECS112	Comunicação e Filosofia (CC1)
ECS240	História da comunicação	ECS240	História da comunicação (CC1)
LEV110	Língua Portuguesa I	LEV110	Língua Portuguesa I (CC1)
IPG111	Psicologia Geral	ECS125	Com. Psicologia e Cognição (CC2)
FCS113	Sociologia Geral	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECF231	Técnicas básicas comunicação I		*complementar de teoria 30h*
PRODUÇÃO EDITORIAL - 2º PERÍODO			
FCS(A)218	Antropologia Cultural	ECS237	Antropologia e Comunicação (CC3)
FCF111	Filosofia II	ECS112	Comunicação e Filosofia (CC1)
LEV120	Língua Portuguesa II	LEV120	Língua Portuguesa II (CC2)
ECS121	Política da Comunicação	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECS124	Sociologia da Comunicação	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECF241	Técnicas básicas com. II		*complementar de teoria 30h*
ECS123	Teoria da Comunicação I	ECS236	Teoria da Comunicação I (CC1)
PRODUÇÃO EDITORIAL - 3º PERÍODO			
ECL231	Com gráfico-visual	ECL112	Linguagem gráfica (CC1)
ECS232	Cultura Brasileira		*complementar de teoria 30h*
ECS231	Estética e cultura de massa		*complementar de teoria 30h*
FCF209	Lógica		*complementar de teoria 30h*
ECS125	Psicologia da Comunicação	ECS125	Com. Psicologia e Cognição (CC2)
ECS236	Teoria da Comunicação II	ECS236	Teoria da Comunicação II (CC2)
ECS230	Teoria e mét de pesquisa		*complementar de habilitação 60h*
PRODUÇÃO EDITORIAL - 4º PERÍODO			
ECA241	Comunicação e TGS		*complementar de teoria 60h*
ECL370	Fotografia I	ECL370	Fotografia (CC3)
ECA249	Indústria editorial I	ECA249	**Processos gráficos (4)**
ECL245	Ling. port. red. técn. edit. I	ECL245	**Redação Técnica I (4)**
ECA243	SARD para ind. editorial	ECA243	**Armazen. e recup. dados e edição (4)**
ECL244	Teoria da linguagem		*complementar de teoria 30h*
PRODUÇÃO EDITORIAL - 5º PERÍODO			
ECL357	Comunicação audiovisual		*complementar de habilitação 60h*
ECL358	Editoração I	ECL358	**Edição de livros (5)**
ECA238	Indústria editorial II	ECA238	**Layout editorial (6)**
ECL359	Ling. port. red. técn. edit. II	ECL359	**Redação Técnica II (5)**
ECA356	Mercadologia indústria editorial I	ECA356	**Comunicação e marketing (CC3)**
PRODUÇÃO EDITORIAL - 6º PERÍODO			
ECS363	Comunicação comparada		*complementar de teoria 30h*
ECL378	Editoração II	ECL378	**Expressão em ling. digitais (6)**
ECL368	Ling. port. red. técn. edit. III	ECL368	**Redação Técnica III (6)**
ECA365	Matérias primas em PE	ECA365	**Cálc. custos e matérias primas (5)**
ECA364	Mercadologia ind. editorial II	ECA364	**Marketing para PE (5)**
ECA366	Técnicas documentação Ind. Edit.		*complementar de habilitação 60h*
PRODUÇÃO EDITORIAL - 7º PERÍODO			
ECA476	Cálculo de custos em PE	ECA476	**Cálc. custos e matérias primas (5)**
ECS481	Direito autoral	ECS481	**Direito autoral em PE (7)**
ECL475	Editoração III		*complementar de habilitação 60h*
ECL263	Prep. e revisão de originais	ECL263	**Editoração (4)**
ECS479	Legislação e ética na ind. editorial	ECS371	**Legislação e ética em comunicação (6)**
ECL477	Ling. port. red. técn. edit. IV		*complementar de habilitação 60h*
LEN143	Ling. estrang. espanhol	LEN143	Ling estrang espanhol
ECA481	Ling. port. com técnica	ECA481	**Projeto Experimental I (7)**
PRODUÇÃO EDITORIAL - 8º PERÍODO			
ECS480	Seminários esp. em com		*complementar de teoria 30h*
ECAY02	Proj. experimental em PE	ECAY02	**Proj. exp. em PE 180h (8)**

			Fotografia em PE (7)

Equivalências entre o currículo antigo e o novo (em negrito as obrigatórias e o período)

RADIALISMO - 1º PERÍODO			
Cod.	**Disciplina**	**Cod.**	**Equivalência**
ECS113	Comunicação e Artes	ECS113	Comunicação e Artes (CC1)
ECS110	Comunicação e R S P E B	ECA110	Com. e Real. Bras. (CC1)
FCF110	Filosofia I	ECS112	Comunicação e Filosofia (CC1)
LEV110	Língua Portuguesa I	LEV110	Língua Portuguesa I (CC1)
IPG111	Psicologia Geral	ECS125	Com. Psicologia e Cognição (CC2)
FCS113	Sociologia Geral	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECA111	Tecnologia da Radiodifusão	ECA111	Sist. Tecnologias de Com. (CC2)
RADIALISMO - 2º PERÍODO			
FCS(A)218	Antropologia Cultural	ECS237	Antropologia e Comunicação (CC3)
ECA121	Comunicação e Artes Cênicas		*complementar de habilitação 30h*
FCF111	Filosofia II	ECS112	Comunicação e Filosofia (CC1)
ECS242	História e Gêneros do Rádio	ECL234	Linguagem Audiovisual II (CC3)
LEV120	Língua Portuguesa II	LEV120	Língua Portuguesa II (CC2)
ECS121	Política da Comunicação	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECS124	Sociologia da Comunicação	ECS238	Teoria da Comunicação III (CC3)
ECS123	Teoria da Comunicação I	ECS123	Teoria da Comunicação I (CC1)
RADIALISMO - 3º PERÍODO			
ECS233	Com. Vest. e Moda		*complementar de habilitação 30h*
ECS232	Cultura Brasileira		*complementar de teoria 30h*
ECL232	Fotografia e Iluminação I	ECL370	Fotografia (CC3)
ECL243	História e Gêneros da TV	ECL234	Linguagem Audiovisual II (CC3)
ECS125	Psicologia da Comunicação	ECS125	Com. Psicologia e Cognição (CC2)
ECS236	Teoria da Comunicação II	ECS236	Teoria da Comunicação II (CC2)
RADIALISMO - 4º PERÍODO			
ECS363	Comunicação Comparada		*complementar de teoria 30h*
ECA357	Dicção Interpreta. Oral		*complementar de habilitação 30h*
ECL247	Elementos da Ling. Musical		*complementar de habilitação 60h*
ECL246	Foto e Iluminação II	ECL246	**Cinegrafia (4)**
ECA246	Mercadologia I	ECA246	Comunicação e Marketing (CC3)
ECA368	Rádio e TV Educativos		*complementar de habilitação 30h*
ECA122	Tecnologia da Produção	ECA122	**Tecnologia da Produção (4)**
RADIALISMO - 5º PERÍODO			
ECL372	Concep. Realiz. Rot. Rádio	ECL372	**Produção Radiofônica (5)**
ECL478	Direção de Imagem	ECL478	**Direção Audiovisual (5)**
ECA359	Grav. Mix. Edição Som	ECA359	**Gravação e Mixagem de Áudio (5)**
ECA367	Intr. a Comp. Gráfica	ECA367	**Comp. Gráfica para Vídeo (6)**
ECS371	Legis. Ética Radio e TV	ECS371	**Legislação e Ética em Comunic. (6)**
ECS481	Direito Autoral		""
ECA370	Mercadologia para Rádio e TV		*complementar de habilitação 30h*
ECL371	Téc. Redação p/ Rádio	ECL371	**Criação Radiofônica (4)**
RADIALISMO - 6º PERÍODO			
ECL374	Conc. Realiz. Rot. TV	ECL374	**Roteiro e Redação Audiovisual (5)**
ECL376	Edição de Trilha Sonora		*complementar de habilitação 60h*
ECL375	Edição Imagem e Som	ECL375	**Edição de Imagem e Som (6)**
ECA478	Org. Gestão / Produção	ECA478	**Produção Audiovisual (4)**
ECL369	Técnica de Redação TV	ECL374	**Roteiro e Redação Audiovisual (5)**
RADIALISMO - 7º PERÍODO			
ECF171	Apres. Int. TV / Com.Exp.Gestual		*complementar de habilitação 30h*
ECA475	Comunicação Cenografia		*complementar de habilitação 30h*
ECL479	Direção de Atores TV	ECL479	**Direção de Atuação (6)**
ECL480	Efeitos em TV e Vídeo		*complementar de habilitação 60h*
ECA481	Língua Port.- Com. Técnica	ECA481	**Projeto Experimental I (7)**
ECL473	Sem. e Perspec. em Radio e TV		*complementar de habilitação 30h*
RADIALISMO - 8º PERÍODO			
ECAY03	Proj. Exp. em Radialismo	ECAY03	**Projeto Experimental em Rádio/TV**