



**COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**Habilitação em JORNALISMO**

**- EMENTAS -**

## COMUNICAÇÃO SOCIAL

### Habilitação em JORNALISMO

PERÍODO	DISCIPLINA	CR	OBS
<b>1º</b>	Língua Portuguesa: Introdução à Produção de Texto e Leitura	4	
	História da Comunicação	3	
	Laboratório de Informática	2	
	História da Arte e Estética	3	
	Comunicação e Realidade Brasileira	3	
	Laboratório de Comunicação	2	
	Inglês — English for Professionals in General 1	4	
Aprofundamento	1		
<b>TOTAL</b>	—	<b>22</b>	—

**Legenda:**

CR — N.º DE CRÉDITOS DA DISCIPLINA

PERÍODO	DISCIPLINA	CR	OBS
<b>2º</b>	Língua Portuguesa: Desenvolvimento de Produção de Texto e Leitura	4	Pré-requisito: Língua Portuguesa: Introdução à Produção de Texto e Leitura
	Teoria da Comunicação	3	
	Introdução ao Audiovisual	2	
	Laboratório de Editoração Eletrônica	3	
	Antropologia e Comunicação	3	
	Linguagem Gráfica	2	
	Inglês — English for Professionals in General 2	4	Pré-requisito: Inglês – EPG 1
Aprofundamento	1		
<b>TOTAL</b>	—	<b>22</b>	—

**Legenda:**

CR — N.º DE CRÉDITOS DA DISCIPLINA

PERÍODO	DISCIPLINA	CR	OBS
3º	Língua Portuguesa: Prática Textual	3	Pré-requisito: Líng. Port.: Desenvolvimento à Produção de Texto e Leitura
	Inglês — English for Professionals in General 3	4	Pré-requisito: Inglês – EPG 2
	Psicologia Social e da Comunicação	3	
	Linguagem Fotográfica	2	
	Sistemas e Tecnologias da Comunicação	2	
	Análise do Discurso	3	
	Laboratório de Textos em Comunicação	3	
	Comunicação e Filosofia	2	
Optativa	2		
<b>TOTAL</b>	—	<b>24</b>	—

**Legenda:**

CR — N.º DE CRÉDITOS DA DISCIPLINA

PERÍODO	DISCIPLINA	CR	OBS
4º	Introdução ao Jornalismo	2	
	Técnicas de Redação em Jornalismo	3	Pré-requisito: Laboratório de Textos em Comunicação
	Fotojornalismo	3	
	História do Jornalismo	2	
	Técnicas de Entrevista e Reportagem	3	
	Assessoria de Imprensa e Comunicação	3	
	Fundamentos de Marketing	2	
	Inglês — English for Professionals in General 4	4	Pré-requisito: Inglês – EPG 3
<b>TOTAL</b>	—	<b>22</b>	—

**Legenda:**

CR — N.º DE CRÉDITOS DA DISCIPLINA

PERÍODO	DISCIPLINA	CR	OBS
5º	Técnicas de Redação – Mídia Impressa	3	Pré-requisito: Técnicas de Redação em Jornalismo
	Técnicas de Redação — Mídia Eletrônica (Rádio e TV)	4	Pré-requisito: Técnicas de Redação em Jornalismo
	Planejamento Visual e Gráfico em Jornalismo Impresso	3	
	Laboratório de Web-Jornalismo	3	Pré-requisito: Técnicas de Redação em Jornalismo
	Comunicação Oral e Técnica da Voz	2	
	Comunicação Empresarial Integrada	2	Pré-requisito: Assessoria de Imprensa e Comunicação
	Captação e Edição de Áudio e de Imagens	2	
Tópicos Especiais	3		
<b>TOTAL</b>	—	<b>22</b>	—

**Legenda:**

CR — N.º DE CRÉDITOS DA DISCIPLINA

PERÍODO	DISCIPLINA	CR	OBS
6º	Radiojornalismo	3	Pré-requisito: Técnicas de Redação — Mídia Eletrônica
	Telejornalismo	3	Pré-requisito: Técnicas de Redação — Mídia Eletrônica
	Comunicação Comunitária	2	
	Jornalismo em Revistas e Suplementos	3	Pré-requisito: Técnicas de Redação – Mídia Impressa
	Edição de Impressos	3	Pré-requisito: Planejamento Visual e Gráfico em Jornalismo Impresso
	Jornalismo Avançado	2	
	Metodologia do Trabalho Científico	2	
<b>TOTAL</b>	—	<b>18</b>	—

**Legenda:**

CR — N.º DE CRÉDITOS DA DISCIPLINA

<b>PERÍODO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>CR</b>	<b>OBS</b>
<b>7º</b>	Laboratório de Telejornalismo	3	Pré-requisito: Telejornalismo
	Laboratório de Radiojornalismo	3	Pré-requisito: Radiojornalismo
	Laboratório de Jornalismo Impresso	2	Pré-requisito: Técnicas de Redação – Mídia Impressa
	Comunicação Político-eleitoral e Campanhas	2	
	Empreendedorismo e Negócios em Comunicação	2	
	Ética e Legislação no Jornalismo	3	
	Estudos Complementares	3	
	Projeto Experimental em Jornalismo - TFC	3	
<b>TOTAL Conteúdos Curriculares</b>	—	<b>21</b>	—

**Legenda:**

CR — N.º DE CRÉDITOS DA DISCIPLINA

# 1º Período

## 1. LÍNGUA PORTUGUESA: INTRODUÇÃO À PRODUÇÃO DE TEXTO E LEITURA

### OBJETIVO

Ler e interpretar textos em língua materna, como geradora de significação e integradora da organização de mundo e da própria identidade; utilizar a língua portuguesa com propriedade, clareza, fluência e expressividade de acordo com a situação de produção do texto; perceber que o ato da fala pressupõe uma competência social de utilização da língua de acordo com as expectativas do jogo dialógico; confrontar opiniões e pontos de vista sobre as diferentes manifestações da linguagem verbal; reescrever, ampliar e sintetizar textos em língua portuguesa; desenvolver atividades de prática pedagógica à luz das teorias da disciplina.

### PROGRAMA

Unidade 1: Tipos de texto

- 1.1 O texto narrativo
- 1.2 O texto descritivo
- 1.3 O texto dissertativo-argumentativo

Unidade 2: Tópico frasal

Unidade 3: Texto dissertativo-argumentativo

- 3.1: Formas de introdução de textos e parágrafos
- 3.2: Formas de desenvolvimento de textos e parágrafos
- 3.3: Formas de conclusão de textos e parágrafos

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERNARDO, Cláudio; LIMA, Waldyr. Trilha. Rio de Janeiro: Waldyr Lima.

GARCIA, Othon M. *Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever aprendendo a pensar*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

QUADROS, Mariana; GIRAUTA, Fred; NEWMAN, Mario. *Língua Portuguesa: introdução à produção de texto e leitura*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2006. **(LRD)**

SOARES, Magda Becker. *Técnica de Redação*. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico 1985.

## 2. HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO

### OBJETIVOS

Oferecer uma visão crítica sobre a história dos meios de comunicação e das transformações sociais e culturais. Permitir a compreensão das diferentes tecnologias de comunicação existentes e seu desenvolvimento. Consolidar o domínio da perspectiva histórica da comunicação para que o aluno possa avaliar a trajetória e o papel do comunicador e das tecnologias comunicacionais.

### PROGRAMA

1. A oralidade e as sociedades nômades.
2. Escrita, poder e Estado: o contexto da emergência da cultura alfabética.
3. A imprensa e o espaço público moderno.
4. Os meios de comunicação de massa: origens, desenvolvimento, expansão.
5. As novas tecnologias e a convergência das mídias.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. *Uma história social da mídia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CASTRO, Ricardo de. *História da Comunicação*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

THOMPSON, J. *A mídia e a modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1998.

### 3. LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA

#### OBJETIVOS

Orientar os alunos quanto ao uso técnico dos programas de editoração mais usados no mercado, permitir que eles conheçam as ferramentas básicas de cada programa e saibam aplicá-las em trabalhos gráficos.

#### PROGRAMA

##### 1- Introdução:

- a elaboração de peças gráficas em comunicação;
- a criação- o rafe e o *layout*.

##### 2- Programas Básicos em Editoração:

- Ambiente Windows;
- O Corel Draw;
- Os programas da Adobe – In Design, Photoshop, Illustrator;
- Mac's e PC's.

##### 3- Prática:

- Aplicação prática dos programas;
- Exercícios de criação com uso dos programas.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRINGHURST, Robert. *Elementos do Estilo Tipográfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CARDOSO, Newton. *Direção de Arte em Propaganda*. DF: SENAC, 2006.

COSTA, Raimundo Macário (autor); GOUVÊA, Maria Teresa (autor); MOREIRA, Carla (autor); WANDERLEY, Fernando (autor). *Laboratório de informática*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. (LRD)

VIEIRA, Anderson. *Photoshop*. Rio de Janeiro: AltaBooks, 2005.

### 4. HISTÓRIA DA ARTE E ESTÉTICA

#### OBJETIVO

Introduzir aos princípios da arte e da estética para oferecer um panorama crítico sobre a arte e o valor diante da reprodutibilidade técnica das imagens, iniciada pela fotografia, pelo cinema, transformada pela música pop, pela televisão, vídeo e pelo computador, constituindo uma cultura visual contemporânea.

#### PROGRAMA

1. Os principais conceitos de arte e estética.
2. A representação clássica até o século XIX.
3. Modernidade e ruptura: os meios de reprodução técnica.
4. As vanguardas modernistas.
5. Arte e mídia.
6. O pós-modernismo
7. A midiarte e arte digital.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de sua reprodução técnica. In: LIMA, Luis Costa (Org.). *Teoria da cultura de massas*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

GRANCHI, Renata (autor). *História da arte*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. (LRD)

STANGOS, N. *Conceitos da arte moderna*. Rio de Janeiro: Zahar, 1991.

### 5. COMUNICAÇÃO E REALIDADE BRASILEIRA

#### OBJETIVO

Oferecer um painel histórico sobre os principais momentos da história cultural do Brasil.

#### PROGRAMA

1. A questão "identidade brasileira e cultura".
2. Urbanização, cultura popular e modernização.

3. O modernismo antropofágico.
4. Os meios de comunicação de massa e a questão da dependência cultural.
5. O movimento tropicalista.
6. Mundialização da cultura: centros e periferias.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FEITAL, Renata. Comunicação e realidade brasileira. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

\_\_\_\_\_. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

## 6. LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO

### OBJETIVO

Apresentar e demonstrar os equipamentos e as tecnologias contemporâneas voltadas à área de comunicação.

### PROGRAMA

Os equipamentos e suas conexões: entradas e saídas:

1. os equipamentos analógicos e digitais;
2. mesa de áudio e de vídeo;
3. apresentação do laboratório de rádio;
4. apresentação do estúdio de TV e vídeo;
5. recursos multimídias;
6. exercícios práticos.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

QUEIROGA, Antonio. Laboratório de comunicação. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

STRAUBHAAR, J.; LAROSE, R. *Comunicação, mídia e tecnologia*. São Paulo: Thompson, 2003.

WATTS, Harris. *Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema*. São Paulo: Summus, 1999.

## 7. INGLÊS — ENGLISH FOR PROFESSIONALS IN GENERAL 1

### OBJETIVOS

Desenvolver a proficiência em Língua Inglesa, aplicando-a em contextos variados, especialmente no exercício profissional.

### PROGRAMA

1. Verbo *to be* / Pronomes e artigos.
2. Verbo *to be* / Pronomes e artigos.
3. *There is* / Numeração cardinal / Horários.
4. *There are* / Dias da semana / Expressões adverbiais.
5. Verbo *to have*.
6. Verbo *to have*: Numeração ordinal.
7. Tempo verbal — presente / Advérbios.
8. Tempo verbal — presente: 3ª pessoa do singular.
9. Gerúndio x Presente.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CCAA/CCLS. *English for Professionals: in General 1*. Student's book. Rio de Janeiro: CCLS Publishing House, 2002.

**CCAA/CCLS. *English for Professionals: in General 1*. CALL workbook. Rio de Janeiro: CCLS Publishing House, 2002.**



## 2º Período

### 8. LÍNGUA PORTUGUESA: DESENVOLVIMENTO DE PRODUÇÃO DE TEXTO E LEITURA

#### OBJETIVOS

Desenvolver a percepção da competência social de utilização da língua de acordo com as expectativas dialógicas e a consciência sobre as técnicas de produção de texto.

#### PROGRAMA

1. A idéia de unidade e as subdivisões do texto. Inter-relações entre micro e macroestruturas textuais. Organização macroestrutural: o plano textual; o desenvolvimento do plano textual, a conclusão. Problemas de microestrutura textual derivados de falhas macroestruturais.
2. Semântica: conceitos básicos. Significação e sentido. Sinonímia, antonímia, homonímia, polissemia e ambigüidade. Adequação e escolha dos vocábulos. Relatividade do conceito de correção gramatical.
3. Texto, frase, período e oração. Ordem direta e ordens não-diretas da frase e do período. Casos de pontuação. Os termos essenciais, integrantes e acessórios da oração.
4. Sintaxe de Concordância: o mecanismo da concordância (redundância e atribuição de valor). Concordância verbal e nominal. Concordância estilística e ideológica.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

**CARNEIRO, Agostinho Dias.** *Redação em construção*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1995.  
**PÉCORA, ALCIR.** *Problemas de Redação*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

### 9. TEORIA DA COMUNICAÇÃO

#### OBJETIVO

Apresentar o campo teórico da comunicação visando despertar uma reflexão crítica sobre os problemas relacionados ao processo de comunicação.

#### PROGRAMA

1. Comunicação, teoria e técnica.
2. Modernidade e meios de comunicação.
3. Modelos teóricos da comunicação:
  - 3.1. modelo funcionalista pragmático;
  - 3.2. modelo matemático informacional;
  - 3.3. modelo crítico;
  - 3.4. modelo semiótico;
  - 3.5. modelo culturoológico;
  - 3.6. modelo midialógico.
4. Tendências nos estudos da comunicação.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

**LIMA, Luis Costa (Org.).** *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.  
**MATELLART, Armand e Michele.** *Historia das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.  
**POLISTCHUCK, Ilana.** *Teoria da comunicação*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. (LRD)

## 10. INTRODUÇÃO AO AUDIOVISUAL

### OBJETIVO

Introduzir a uma reflexão crítica sobre a linguagem cinematográfica e aos modos de composição da imagem.

### PROGRAMA

1. A construção da narrativa clássica e o Cinema Industrial.
2. As vanguardas históricas e a experimentação.
3. O Cinema Moderno.
4. O audiovisual na televisão: gêneros.
5. Novas tecnologias e novas estéticas.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CURSINO, Adriana. *Introdução ao Audiovisual*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas e pós-cinemas*. Campinas: Papyrus, 1997.

XAVIER, Ismail. *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

## 11. LABORATÓRIO DE EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

### OBJETIVO

Introduzir aos fundamentos e às práticas da comunicação visual, da produção gráfica e da editoração.

### PROGRAMA

1. Fundamentos da comunicação visual e da produção gráfica.
2. Artes convencionais e digitais.
3. Planejamento de um projeto gráfico.
4. Programas de editoração eletrônica.
5. Definição de formatos de páginas.
6. Definição da família de letras e dos corpos.
7. Padronização de numeração de páginas e capítulos.
8. Titulação de figuras e legendas.
9. Formatação, captura e tratamento de imagens.
10. Manipulação sons.
11. Design e Conceito.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AZEVEDO, Eduardo. *Computação gráfica — Teoria e prática*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

FRANCO, Ronaldo. *Laboratório de Editoração Eletrônica*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

MUNARI, Bruno. *Design e comunicação visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

## 12. ANTROPOLOGIA E COMUNICAÇÃO

### OBJETIVO

Oferecer as principais contribuições teóricas da Antropologia para uma análise da sociedade e da cultura priorizando as conexões entre comunicação e identidade cultural na atualidade.

### PROGRAMA

1. Antropologia: campo e principais abordagens.
2. A prática e o olhar antropológico.
3. Conceito antropológico de cultura.
4. Etnocentrismo e diversidade cultural.
5. Cultura e construção da identidade no Brasil.
6. Comunicação, cultura e consumo.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

ROCHA, Everardo. *Antropologia e Comunicação: cultura, simbolismo e consumo*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

### 13. LINGUAGEM GRÁFICA

#### OBJETIVO

Apresentar os princípios formais e técnicos da comunicação visual.

#### PROGRAMA

1. História da expressão gráfica.
2. Caráter e conteúdo da linguagem gráfica.
3. Composição e fundamentos.
4. Elementos básicos da comunicação visual.
5. Técnicas visuais.
6. O estilo visual.
7. A linguagem digital.
8. Os produtos editoriais: função e mensagem.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DONDIS, D. *A sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

HOLLIS, Richard. *Design gráfico — uma história concisa*. Martins Fontes, 2001.

NUNES, Cristine Nogueira (autor). *Linguagem gráfica*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

### 14. INGLÊS — ENGLISH FOR PROFESSIONALS IN GENERAL 2

#### OBJETIVOS

Desenvolver a proficiência em Língua Inglesa, aplicando-a em contextos variados, especialmente no exercício profissional.

#### PROGRAMA

1. Plural.
2. *Something x Anything / Nothing*.
3. Medidas de distância / Períodos de Tempo.
4. Uso de *going to*.
5. Medidas de peso.
6. Tempo verbal — futuro: *will*.
7. Tempo verbal passado: ações e ideias.
8. Uso de *should*.
9. Medidas de comprimento.
10. *Have got / Has got*.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CCAA/CCLS. *English for Professionals: in General 2*. Student's book. Rio de Janeiro: CCLS Publishing House, 2003.

MURPHY, R. *Essential grammar in use*. Elementary. Cambridge: CUP, 2000.

## 3º Período

### 15. LÍNGUA PORTUGUESA: Prática Textual

#### OBJETIVOS

Analisar e produzir variados gêneros de textos escritos, identificando o papel da coerência e da coesão na estruturação do texto.

Identificar e corrigir problemas de coerência, coesão e estruturação do parágrafo em textos diversos.

#### PROGRAMA

1. Tipos textuais - sequência definida pela natureza lingüística da composição: narração, descrição, argumentação, injunção, exposição. Diferença entre narrativa e dissertação. Diferença entre argumentação e descrição. Diferença entre injunção e exposição. Características dos textos argumentativos.

2. Gêneros textuais – conhecimento de textos produzidos segundo os ambientes discursivos da sociedade: carta, artigo acadêmico, artigo de opinião veiculado em jornais e revistas, resenha, crônica, entrevista, anúncio de classificados, editorial, ata, aviso, cartum, charge, manual, propaganda em jornais e revistas.

3. Análise e correção de textos em língua portuguesa: problemas de coesão, coerência e gramática da língua (especialmente de estruturação de parágrafos) em textos variados.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GARCIA, Othon M. *Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever aprendendo a pensar*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

PÉCORA, Alcir. *Problemas de Redação*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

### 16. INGLÊS — ENGLISH FOR PROFESSIONALS IN GENERAL 3

#### OBJETIVOS

Desenvolver a proficiência em Língua Inglesa, aplicando-a em contextos variados, especialmente no exercício profissional.

#### PROGRAMA

1. Tempo verbal passado / Pronomes possessivos — singular.
2. Tempo verbal passado / Pronomes possessivos — plural.
3. Tempo verbal passado / *Must*.
4. Superlativo: *the most* / Construção de comparações: *more...than*.
5. Superlativo / Construção de comparações / *Who-questions*.
6. Comparação: *Better x Worse* / Superlativo: *Best x Worst*.
7. Tempo Verbal — passado contínuo: *Would*.
8. Condição: *If...will*.
9. Condição: *If...would*.
10. Uso de *Were*.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CCAA/CCLS. *English for Professionals: in General 3*. Student's book. Rio de Janeiro: CCLS Publishing House, 2003.

CCAA/CCLS. *English for Professionals: in General 3*. CALL workbook. Rio de Janeiro: CCLS Publishing House, 2003.

## 17. PSICOLOGIA SOCIAL E DA COMUNICAÇÃO

### OBJETIVO

Oferecer ao aluno as condições de aprendizagem necessárias para que elabore uma síntese temática e crítica sobre a natureza da psicologia em sua relação com a comunicação.

### PROGRAMA

1. O campo da Psicologia e seus desafios.
2. As principais teorias psicológicas.
3. Psicologia e sua interface com outras áreas.
4. Psicologia e Comunicação.
5. Contemporaneidade e narcisismo.
6. A mídia e espaço público.
7. A imagem e o espetáculo.
8. Publicidade, sedução, desejo e objeto.
9. A sociedade das marcas e os novos processos de subjetivação.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FREUD, S. *O mal-estar da civilização*. Rio de Janeiro: Imago, 1970.

LANE, Sílvia T. M. *O que é Psicologia Social*. São Paulo: Brasileira, 1991.

VERÍSSIMO, Luiz (autor). *Psicologia social e da comunicação*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. (LRD)

## 18. LINGUAGEM FOTOGRÁFICA

### OBJETIVO

Identificar a linguagem e as técnicas fotográficas, dando destaque aos diferentes gêneros e formatos analógicos e digitais. Praticar a fotografia, dando destaque ao processo digital.

### PROGRAMA

1. História da fotografia:
  - 1.1 evolução e tradição;
  - 1.2 classificação de fotos;
  - 1.3. fotografia e linguagens;
  - 1.4. fotografia e estilos.
- 2.O aparelho fotográfico:
  - 2.1. relação entre máquina e olhar;
  - 2.2. a angulação;
  - 2.3. ponto de vista e composição;
  - 2.4.a perspectiva na fotografia;
  - 2.5.luz, forma, tom e textura;
  - 2.6.tipos de câmera;
  - 2.7.funcionamento da câmera.
3. A fotografia em preto e branco:
  - 3.1. estrutura, sensibilidade e contraste;
  - 3.2. iluminação;
  - 3.3. fotômetro e exposição;
  - 3.4. profundidade de campo;
  - 3.5. obturador;
  - 3.6. filme fotográfico composição e sensibilidade.
4. A cor na fotografia:
  - 4.1. o processo colorido;
  - 4.2. o uso dos filtros;
5. A fotografia analógica e digital.
6. Prática fotográfica.
  - 6.1. Técnicas Especiais;
    - 6.1.1. uso do flash;
    - 6.1.2. lentes especiais.
  - 6.2. Programas de manipulação de imagem e de pós-produção.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUBOIS, P. *O ato fotográfico e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Papyrus, 1990.

GAVIÃO, Gustavo. *Linguagem Fotográfica*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. **(LRD)**

RAMALHO, José Antônio; PALACIN, Vitche. *Escola de Fotografia*. São Paulo: Ed, Futura, 2004

### 19. SISTEMAS E TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO

#### OBJETIVO

Conhecer as bases técnicas de transmissão e de processamento da informação atual e as políticas de comunicação.

#### PROGRAMA

1. Redes de comunicação. Princípios básicos Histórico: sistemas analógicos e digitais, comunicação com fio: linhas telefônicas, cabo coaxial, fibras ópticas; comunicação sem fio: rádio-transmissão, o sistema celular, o sistema paging, comunicação por satélite, aplicações; redes de comunicação: redes de dados, redes de área local, redes digitais de serviços integrados (ISDN).
2. Sistemas de transmissão. Comunicação via satélite, transmissão digital, hierarquia digital, noções de transmissão por fibras ópticas
3. Sistemas de financiamento (processamento).
4. Noções de sistemas de comunicação móveis por satélite.
6. Sistemas de servidores.
7. Sistemas digitais.
8. Políticas de comunicação.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABTA. *Mídia Fatos – Televisão por Assinatura*. São Paulo, ABTA, 2005-2006

CASTRO, Ricardo de; LANDIM, Christiane. *Sistemas e tecnologias da comunicação*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**.

STRUBHAAR, J.; LAROSE, Robert. *Comunicação, mídia e tecnologia*. São Paulo: Thompson, 2003.

### 20. LABORATÓRIO DE TEXTOS EM COMUNICAÇÃO

#### OBJETIVO

Empreender a análise e crítica do texto escrito, com ênfase para material de imprensa e propaganda. Refletir sobre o processo de produção do texto noticioso, do texto publicitário e do texto na internet. Possibilitar a produção de textos jornalísticos, de divulgação, de propaganda e de internet. Elaborar um blog jornalístico com difusão de propagandas com total participação dos alunos desde a escolha das pautas até a produção final.

OBS: As melhores matérias produzidas nesta disciplina serão encaminhadas para publicação nos produtos do curso (Jornal Mural, Boletim, Agência CCAA Top Com, Site ou Jornal on line)

#### PROGRAMA

1. O conceito de texto, estrutura e natureza do texto escrito. Linguagem e texto.
2. Os gêneros: narrativo, descritivo e dissertativo e sua aplicação na mídia informativa.
3. Leitura e discussão das diversas formas assumidas pelo texto: a literatura, o texto científico, a notícia, a reportagem, a crônica, o texto da propaganda, o texto na internet.
4. O texto jornalístico I : a notícia (lead, sub-lead, corpo do texto)
5. O texto jornalístico II: a reportagem (abertura, o corpo do texto, a importância de se escolher bem as fontes especializadas, o uso da pesquisa jornalística como material de apoio e não de reprodução de conteúdo.)
6. O texto jornalístico III: o perfil, a resenha, a entrevista pingue-pongue.

7. O texto publicitário I: (a associação de ideias e palavras na propaganda).
8. O texto publicitário II: (o anúncio: títulos, subtítulos, slogans, a adequação do texto/ilustração na composição do anúncio, a importância do público-alvo)
9. O texto publicitário III: (o corpo do texto do anúncio impresso)
10. O texto na Web I:( quem é o leitor da Web, dificuldade de leitura na tela).
11. O texto na Web II: (organizando um conteúdo de um website).
12. O texto na Web III: (planejamento e organização, utilizando o hipertexto, os recursos multimídia, a edição na Web.)
13. A prática do texto: criação de um blog jornalístico contendo anúncios publicitários.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOAVENTURA, Edivaldo. *Como ordenar as ideias*. Série Princípios. Rio de Janeiro: Ática, 2002.

TARSO, Alessandro; FEITAL, Renata. *Laboratório de textos em comunicação*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

VANOYE, Francis. *Usos da Linguagem. Problemas e técnicas na produção oral e escrita*. 11ª edição. São Paulo. Martins Fontes, 2002.

## 21. ANÁLISE DO DISCURSO

### OBJETIVO

Possibilitar ao aluno ter uma visão crítica da linguagem e das práticas discursivas na sociedade contemporânea e compreender, por meio de ferramentas de análise do discurso, os processos de constituição do sentido nos discursos sociais.

### PROGRAMA

1. Comunicação e linguagem
  - 1.1. Linguagem, língua, fala e discurso
  - 1.2. Códigos e signos lingüísticos
2. Análise do discurso: um espaço para reflexão sobre a linguagem
  - 2.2. Fundamentos da análise do discurso
  - 2.3. Filiações teóricas da análise do discurso
  - 2.4. Texto, discurso, enunciado e enunciação
  - 2.5. Enunciação e pragmática
  - 2.6. Enunciação e imagem
3. Noções de sujeito, discurso, história e ideologia/ Sujeito, linguagem e produção de sentido
  - 3.1. Constituição de sujeitos
  - 3.2. Condições de produção do discurso
  - 3.3. Discurso e ideologia: Cena discursiva, ideologia e sujeito / Formação discursiva, formação social, formação ideológica
  - 3.4. Interdiscursividade, intertextualidade e polifonia
  - 3.5. Polissemia, paráfrase e heterogeneidade (heterogeneidade constitutiva e heterogeneidade mostrada)
  - 3.6. Texto e contexto: pistas contextuais (marcadores verbais e não-verbais) contextualização e inferência.
4. A pragmática da Análise de Discurso / Análise crítica do discurso
  - 4.1. Discurso jornalístico
  - 4.2. Discurso publicitário
  - 4.3. Outros textos/discursos sociais

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MARQUES, Joseti. *Análise do discurso*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. **(LRD)**

ORLANDI, E. *Análise do discurso. Princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2000.

## 22. COMUNICAÇÃO E FILOSOFIA

### OBJETIVO

Identificar e analisar as principais questões e conceitos do pensamento filosófico moderno e contemporâneo.

### PROGRAMA

1. O que é filosofia.
2. Filosofia e conhecimento.
3. O modelo da doxa e da verdade.
  - 3.1. Passagem da narrativa mítica para o discurso racional
  - 3.2. A técnica do discurso democrático e o nascimento da retórica
  - 3.3. A Sofística e a verdade como potência do discurso.
4. Filosofia e comunicação
  - 4.4. Filosofia e verdade como objeto do discurso.
  - 4.5. Sujeito e consciência na enunciação do cogito.
  - 4.6. Enunciação e história.
  - 4.7. Entre a representação e a simulação.
5. Simulação e tecnocultura.
6. Os conceitos de mediação e mediatização.
  - 1.1. Pragmática do discurso e mediação.
7. O espaço público e o dispositivo disciplinar do olhar.
8. Sociedade de controle e o modelo das redes.
9. A comunicação dos media e o futuro da filosofia da comunicação.

### BIBLIOGRAFIA BASICA

BITTENCOURT, Renato. Comunicação e Filosofia. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

CHAUÍ, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 1995.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. 8ª reimpressão. Rio de Janeiro: Contraponto, 2006.

MORAES, Marcia. *Fundamentos Histórico-Filosóficos da Educação*. Rio de Janeiro: Waldyr Lima Editora, 2005.

## 23. OPTATIVA

### a) Língua Brasileira de Sinais – Libras

#### OBJETIVO

Obter um conhecimento transitório do que seja deficiência auditiva (surdez), suas causas, prevenções e classificações. Como também os modos de recepção e expressão do surdo; fazer uma curta análise sobre o aspecto psicológico, pessoal, família e social do indivíduo surdo através da sua língua e de sua identidade; refletir em síntese sobre a história pedagógica e educacional dos surdos no mundo e no Brasil, suas entidades, associações, federações, leis referentes à educação, a questão do profissional tradutor-intérprete e o aprendizado do aluno surdo; apresentar a estrutura e a gramática da Língua Brasileira de Sinais – Libras e seus contextos nas diversas situações de comunicação; alcançar essencialmente o aprendizado e proficiência do vocabulário da Língua Brasileira de Sinais – Libras;

#### PROGRAMA

Unidade 1: Conceitos Iniciais: Deficiência Auditiva e Indivíduo Surdo

- Deficiência auditiva: classificação das perdas auditivas (surdez) e prótese auditiva.
- O indivíduo surdo: aspecto psicológico, pessoal, familiar e social.
- Cultura surda e identidade: direitos como minoria lingüística, comunidades, lei de Libras, entidades de apoio e ensino, associações, federação e processo de inclusão educacional e social.
- Educação de surdos no mundo e no Brasil: do oralismo à comunicação total e ao bilingüismo, leis referentes à educação de alunos surdos, o profissional tradutor e intérprete da Libras, adaptação curricular, ensino da Língua Portuguesa como segunda língua (L2) e produção textual

Unidade 2: Língua de Sinais e Língua Brasileira de Sinais – Libras

- As línguas de sinais e a modalidade visuo-espacial
- A Língua Brasileira de Sinais – Libras e seus níveis gramaticais



- As línguas de sinais e universais lingüísticos
  - Libras: expressão facial e corporal, configuração das mãos e dedos, ponto de articulação, movimento: tipos e frequência, alfabeto manual, orientação, localização, parâmetros, classificadores, negação e contextos
- Unidade 3: Gramática 1
- Acentuação gráfica
  - Alfabeto
  - Classificações gramaticais
  - Adjetivos
  - Advérbios
  - Conjunções
- Unidade 4: Gramática 2
- Advérbios
  - Expressões
  - Gírias
  - Comparativo de igualdade, superioridade e inferioridade
  - Frases afirmativas, interrogativas, negativas, exclamativas e intensificadoras
- Unidade 5: Gramática 3
- Pronomes
  - Numerais
  - Preposições
  - Verbos (Tipos e de A a Z)
- Unidade 6: Vocabulário 1
- Orientação temporal
  - Eventos
  - Natureza
  - Animais
  - Cores
  - Lugares
- Unidade 7: Vocabulário 2
- Localidades geográficas
  - Orientação espacial
  - Transportes
  - Leis
  - Política
  - Preocupações sociais, violência e drogas
  - Quantidade e medidas
- Unidade 8: Vocabulário 3
- Dimensões
  - Qualidade
  - Variações
  - Operações
  - Números
  - Localização
  - Características
  - Estruturas e partes
- Unidade 9: Vocabulário 4
- Móveis
  - Utensílios
  - Objetos de decoração
  - Roupas de cama e banho
  - Ferramentas e Acessórios
  - Eletricidade e aparelhos eletro-eletrônicos
  - Produtos e instrumento de limpeza
- Unidade 10: Vocabulário 5
- Construções e materiais
  - Procedimentos domésticos
  - Características dos procedimentos domésticos
  - Problemas
  - Alimentação
  - Refeição

- Alimentos
- Unidade 11: Vocabulário 6
- Legumes
  - Frutas
  - Verduras
  - matinais
  - Bebidas
  - Guloseimas
  - Condimentos e temperas
- Unidade 12: Vocabulário 7
- Corpo Humano
  - Características pessoais
  - Higiene pessoal e produtos
  - Vestuário
  - Medicina e saúde
  - Limitações especiais
  - Sexualidade
- Unidade 13: Vocabulário 8
- Família e relações familiares
  - Pessoas
  - Objetos pessoais
  - Documentos
  - Educação
  - Profissões e Trabalho
  - Economia e Finanças
- Unidade 14: Vocabulário 9
- Artes e cultura
  - Esporte
  - Lazer
  - Religião
  - Estações do ano
  - Pontos Cardeais

#### BIBLIOGRAFIA

CAPOVILLA, FERNANDO E DUARTE, WALQUIRIA. Dicionário Enciclopédico Ilustrado Trilingüe da Língua Brasileira de Sinais – Libras. Volumes de A-L e M-Z. Universidade de São Paulo. SP. 2001.

## **b) Comunicação Intercultural**

### OBJETIVO

Identificar a importância da diversidade cultural; refletir sobre sua própria cultura e seu impacto em interações interculturais; analisar matizes culturais e linguísticas no ambiente globalizado e compreender estratégias para adaptação a diferenças culturais

### PROGRAMA:

1. Cultura e idioma; conscientização e diversidade cultural
2. Comunicação verbal e não-verbal
3. O “EU” na comunicação intercultural
  - 3.1 – Afeto
  - 3.2 - Conhecimento
4. “ELES” na comunicação intercultural
5. Interação e barreiras interculturais no ambiente globalizado
6. Etnocentrismo, preconceito, racismo, discriminação e estereótipos
7. Competências afetivas e cognitivas no meio profissional intercultural
8. Solução de problemas interculturais profissionais

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.

LIMA, Waldyr Editor in Chief; STENZEL, Cristine. *America at the Dawn of a New Millennium*. Rio de Janeiro: WLE, 1998.

## **c) Relações Étnico-raciais no Brasil**

### OBJETIVO

Analisar as relações histórico-sociais dos grupos étnico-raciais na sociedade brasileira; refletir sobre a desigualdade, o preconceito e a exclusão que caracterizam as relações sociais no Brasil; compreender o papel das ações afirmativas e outras políticas de inclusão vigentes.

### PROGRAMA:

1. A colonização e a escravidão ontem e hoje.
2. O mito da democracia racial.
3. Cidadania e exclusão social .
4. Racismo cordial e preconceito velado – a marca da nossa cultura.
5. A ascensão das minorias – As representações dos afro-brasileiros, dos indígenas, dos pobres e dos LGBT na sociedade brasileira.
6. Os movimentos sociais no Brasil: a busca por igualdade de direitos.
7. Políticas de ações afirmativas – o reconhecimento das identidades.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOSI, Alfredo. *Dialética da colonização*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

FREYRE, Gilberto. *Casa-Grande & Senzala*. 25. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1987.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BENTO, Maria Aparecida. *Cidadania em preto e branco*. São Paulo: Ática, 1998.  
DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. 6. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.  
FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.  
MORAES, Marcia. *Ser humana: quando a mulher está em discussão*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

## OUTROS MEIOS

Filmes:

- Amistad — Steven Spielberg (EUA), 1998.,  
A Negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira — Joel Zito Araújo (Brasil), 2000.

# 4º Período

## 24. INTRODUÇÃO AO JORNALISMO

### OBJETIVO

Identificar os campos de atuação e satisfazer a curiosidade do aluno quanto ao jornalismo. Preparar o aluno para se tornar um profissional ético e competente.

### PROGRAMA

1. O jornalismo como profissão
  - 1.1. O universo dos jornalistas: jornada, plantões, feriados, fins de semana, horas extras, período de férias, a competição
  - 1.2. Características de personalidade necessárias para ser jornalista: ter responsabilidade, ser pontual, persistente, humilde, determinado, cumprir prazos, ser capaz de trabalhar sob pressão, gostar da falta de rotina
  
2. O mercado de trabalho
  - 2.1. A imprensa escrita: editorias, cargos e salários
  - 2.2. O telejornalismo: editorias, cargos e salários
  - 2.3. O radiojornalismo: editorias, cargos e salários
  - 2.4. On-line: editorias, cargos e salários
  - 2.5. A assessoria de imprensa: cargos e salários
  
3. Tópicos especiais  
A especialização  
Como o jornalista deve lidar com o poder e/ou a fama  
Liberdade de imprensa X interesses da empresa  
Jornalismo investigativo: até onde deve ir o jornalista?, a amizade com o bandido para obter informações  
A cobertura da moda  
Jornalismo de fofocas
  
4. O início da profissionalização
  - 4.1. Os concursos

Batendo na porta ou mandando currículo?

O estagiário

O frila

5. Linha editorial

O público alvo

6. A notícia como conceituação

6.1. Os atributos da notícia: as perguntas fundamentais, os critérios que fazem do fato uma notícia

6.2. Classificação da notícia: as categorias e tipos de notícias

6.3. O furo

6.4. A imprensa diante de seqüestros, suicídios, apreensão de drogas, matérias recomendadas, anunciantes e políticos

7. Texto – linhas gerais

Erros que fizeram história

A ambigüidade

Onde está o revisor?

8. Ética – linhas gerais

O compromisso com a verdade, o boato

Menores, vítimas de atos imorais ou situações constrangedoras, a testemunha

Respeito pelo sofrimento do semelhante X necessidade de obter a declaração

A invasão da privacidade

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KUNCZIK, M. *Conceitos de jornalismo*. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2001.

LUCAS, Vera. *Introdução ao Jornalismo*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. **(LRD)**

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e jornalismo*. São Paulo: Hacker, 2000.

## 25. TÉCNICAS DE REDAÇÃO EM JORNALISMO

### OBJETIVO

Apresentar a lógica que rege os textos jornalísticos e aprofundar o conhecimento sobre seus elementos estruturais

### PROGRAMA

1. A linguagem informativa - Definição, lógica e estrutura da gramática jornalística
  - 1.1. Registros de linguagem e processos de comunicação
  - 1.2. Estilo, gênero e legibilidade;
  - 1.3. A seleção léxica e vocabular.
  - 1.4. Compromissos ideológicos e éticos
2. A redação da notícia:
  - 2.1. Ordenando informações e priorizando circunstâncias
  - 2.2. Elementos estruturais: abertura, desenvolvimento e conclusão;
  - 2.3. O estilo da redação jornalística: adequação, criação e concentração da linguagem.
3. Declarações: Discurso direto e indireto
4. Lead clássico e suas variações
5. Tópico frasal e seus tipos
6. Passagens entre frases e entre parágrafos - O texto bem "amarrado"
7. Matéria original e suíte
- 8 Tipos de Aberturas
9. Notícia e reportagem: limites e caracterizações

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FITTIPALDI, Maristela. *Técnicas de Redação em Jornalismo*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. **(LRD)**

LAGE, Nilson. *Teoria e técnica do texto jornalístico*. Ed. Campus, 2005.

SQUARISI, Dad e SALVADOR, Arlete. *Arte de escrever bem: um guia para jornalistas e professores*. Ed. Contexto, 2004.

## 26. FOTOJORNALISMO

### OBJETIVO

Conhecer a linguagem e o uso do fotojornalismo.

### PROGRAMA

1. Evolução da fotografia e do fotojornalismo.
2. A linguagem fotográfica no processo de reportagem.
3. Fotojornalismo: linguagem, técnicas, estilos e categorias.
3. Os principais nomes do fotojornalismo.
4. Recursos fotográficos
  1. Novas tecnologias aplicadas ao fotojornalismo
  2. Fotografia digital e jornalismo.
  3. Edição fotográfica
  4. Manipulação e a questão ética

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GRANDI, Larissa. *Fotojornalismo*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. **(LRD)**

SOUZA, Jorge Pedro; LEITE, Mara. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Florianópolis: Letras Contemporânea, 2000.

SOUZA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo*. Florianópolis: Letras Contemporânea, 2004.

## 27. HISTÓRIA DO JORNALISMO

### OBJETIVO

Apresentar a história do jornalismo, do jornalismo no Brasil e da atividade profissional de jornalista.

### PROGRAMA

1. Evolução do jornalismo:
  - 1.1. breve história da imprensa
  - 1.2. breve história do rádio.
  - 1.3. breve história da televisão.
2. Função social do jornalismo:
  - 2.1. o ofício de informar;
  - 2.2. a tarefa de entreter;
  - 2.3. a missão de formar.
3. Jornalismo no Brasil
  - 3.1. Veículos que marcaram época (Gazeta do Rio de Janeiro, Correio Braziliense, Correio da Manhã, O Cruzeiro, Realidade, Manchete, Última Hora, Diário Carioca, TV Tupi, O Pasquim, Rádio MEC, Diário de Notícias, entre outros)
  - 3.2. Pessoas que marcaram época (Hipólito da Costa, João do Rio, Pompeu de Souza, Chateaubriand, Joel Silveira, David Nasser, Samuel Weiner, Irineu Marinho, entre outros)
4. Jornalismo alternativo (imprensa nanica), jornalismo sindical, jornalismo comunitário – breve história
5. Jornalismo nas Assessorias de Comunicação
6. Jornalismo e novas tecnologias de comunicação:
  - 6.1. comunidades virtuais;
  - 6.2. hipertexto;
  - 6.3. jornalismo *on-line*.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BAHIA, Juarez. *Jornal: história e técnica* — 1º volume. São Paulo: Ática, sd.

FERREIRA, Luciana. *História do Jornalismo*. 2008. Rio de Janeiro: CCAA Editora **(LRD)**

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes, sd.

## 28. FUNDAMENTOS DE MARKETING

### OBJETIVOS

Abordar a importância estratégica do marketing para a tomada de decisões em comunicação, levando em consideração as especificidades e características das habilitações profissionais. Introduzir os fundamentos básicos e as etapas da operação mercadológica, buscando a capacitação inicial para a montagem de planos e projetos de organizações com ou sem fins lucrativo. Descrever e discutir o processo de marketing, através de conceitos e aplicações do *marketing-mix*, dando ênfase à gestão promocional.

### PROGRAMA

1. A gênese do marketing:
  - 1.1. O que é marketing? Ontem e hoje;
  - 1.2. Evolução histórica;
  - 1.3. Os fundamentos do marketing: Necessidades, desejos, demandas, troca e mercado;
  - 1.4. O marketing na sociedade de consumo;
  - 1.5. Críticas ao marketing: consumismo x consumerismo.
2. O marketing contemporâneo:
  - 2.1. Conceitos de marketing moderno;
  - 2.2. Miopia de Marketing;
  - 2.3. Aplicações de Marketing;
  - 2.4. Marketing na prática dos profissionais de comunicação;
  - 2.5. Tarefas do marketing e os estados de demanda;
  - 2.6. Tipos de Mercado.
3. *Marketing-mix* e sua evolução tática:
  - 3.1. Introdução ao marketing-mix: Os 4 Os;
  - 3.2. O marketing no Brasil: Os 4 As;
  - 3.3. Decisões estratégicas da inter-relação do marketing-mix;
  - 3.4. O novo paradigma mercadológico: Os 4 C's.
4. Os elementos do composto mercadológico:
  - 4.1. Composto de produto; Produtos de Consumo; Produtos Industriais; Ciclo de vida do produto;
  - 4.2. Composto de preço: estratégias de "apreçamento" de produtos;
  - 4.3. Composto de Distribuição e Canais de Marketing: Gerenciamento Logístico;
  - 4.4. Composto promocional: Propaganda, Promoção de Vendas, Relações Públicas e Venda Pessoal.
  - 4.5. Comunicação integrada de marketing.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AVELAR, Ediana. *Fundamentos de Marketing (LRD)*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008.  
CHURCHIL, Gilbert Jr., PETER, J. Paul. *Marketing. Criando Valor para os Clientes*. São Paulo: Saraiva, 2000.  
KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle*. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

## 29. TÉCNICAS DE ENTREVISTA e REPORTAGEM

### OBJETIVO

Introduzir ao planejamento e às técnicas da entrevista e reportagem.

### PROGRAMA

1. Técnicas de entrevista
  - 1.1. planejamento, elaboração, preparação e condução da entrevista
  - 1.2. fontes e métodos de apuração
  - 1.3. pesquisa, coleta de dados, uso de bancos de dados e Internet
  - 1.4. tipos de entrevista
  - 1.5. estrutura da entrevista

- 1.6. captação, organização e seleção de dados
- 1.7. apuração e texto final
2. Entrevista e ética jornalística.
3. Estilos de entrevistas:
  - 3.1. impressos;
  - 3.2. rádio;
  - 3.3. televisão.
4. Tipos de reportagens
5. Planejamento de cobertura jornalística

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- MEDINA, Cremilda. *Entrevista: o diálogo possível*. São Paulo: Ática, 1989.
- LAGE, Nilson. *A reportagem – teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- CRUZ, Luiza. *Técnicas de entrevista e reportagem*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2007. (LRD)

### 30. INGLÊS — ENGLISH FOR PROFESSIONALS IN GENERAL 4

#### OBJETIVOS

Desenvolver a proficiência em Língua Inglesa, aplicando-a em contextos variados, especialmente no exercício profissional.

#### PROGRAMA

1. *To be able to*.
2. Construção de questões negativas.
3. *Someone / somebody x anyone / anybody*.
4. Frases afirmativas e negativas: *May*.
5. Tempo Verbal: *present perfect*.
6. Tempo Verbal: *present perfect x simple past*.
7. *Already x Yet*.
8. Do passado ao presente: *for x since*.
9. Ações Reflexivas.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CCAA/CCLS. *English for Professionals: in General 4*. Student's book. Rio de Janeiro: CCLS Publishing House, 2004.
- CCAA/CCLS. *English for Professionals: in General 4*. CALL workbook. Rio de Janeiro: CCLS Publishing House, 2004.

### 31. ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO

#### OBJETIVO

Estudar as teorias, os princípios, as funções e as práticas das assessorias de imprensa e comunicação

#### PROGRAMA

1. Assessoria: origem e desenvolvimento
2. Assessoria e as funções de comunicação interna e externa.
3. Estrutura de funcionamento e atividades da assessoria de imprensa.
4. Meios, técnicas e ferramentas em assessoria de imprensa:
5. Atendimento à imprensa
- 6.. Assessoria de imprensa em períodos de crise
7. Questão ética: profissionalismo X prática da assessoria.
8. Comunicação Empresarial.
9. Uso das novas tecnologias na Assessoria de Imprensa.
10. Novas frentes do mercado de Assessoria: ONGs e movimentos sociais.
11. Ombudsman e Atendimento ao Consumidor (SAC): ferramentas da Assessoria.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CHINEN, Rivaldo. *Assessoria de imprensa — como fazer*. Summus, 2003.
- FERREIRA, Luciana. *Assessoria de Imprensa e Comunicação*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. (LRD)



## 5º Período

### 32. TÉCNICAS DE REDAÇÃO – MÍDIA IMPRESSA

#### OBJETIVO

Introduzir às técnicas e à ética do texto impresso – notícias e reportagens -, aprofundar o estudo da moderna linguagem jornalística (jornalismo dinâmico, de leitura agradável, com dados completos e contextualizados) e trabalhar os vários tipos de matérias e suas características textuais peculiares.

#### PROGRAMA

1. Notícia e reportagem em jornalismo impresso
  - 1.1. Processos e elementos de composição da narrativa
2. A reportagem jornalística
  - 2.1. O fato em reportagem
  - 2.2. A pauta e a angulação: assunto, gancho e foco
  - 2.3. Captação, organização e seleção de dados
  - 2.4. Entrevista e pesquisa
3. Informação, investigação, observação, interpretação e contextualização na reportagem:
  - 3.1. a questão da interpretação na produção jornalística;
  - 3.3. a objetividade como meta.
  - 3.4. a importância da contextualização e da observação
  - 3.5. a investigação como base de toda reportagem
4. O texto na reportagem:
  - 4.1. A construção do texto;
  - 4.2. a questão da linguagem;
  - 4.3. título e legenda.
5. Reportagem e alguns de seus tipos
  - 5.1. Matéria de comportamento: os tipos e ganchos, a importância dos personagens
  - 5.2. Perfil: o personagem em destaque e os tipos de perfil
  - 5.3. Denúncia: a ética em destaque no jornalismo investigativo
  - 5.4. Cultura: o texto rebuscado

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FITTIPALDI, Maristela. *Técnicas de Redação - Mídia Impressa*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2009. **(LRD)**

NOBLAT, R. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Contexto, 2002

VILLAS BOAS, Sérgio. *O Estilo Magazine: o texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.

### 33. TÉCNICA DE REDAÇÃO — MÍDIA ELETRÔNICA (RÁDIO E TV)

#### OBJETIVO

Apresentar as características da linguagem e da produção de textos para rádio e para TV.

#### PROGRAMA

1. Concepção de mídia eletrônica.
2. O profissional de rádio e TV.
3. Estilo e linguagem no rádio e na TV.
4. Estudo de textos para rádio e televisão.
5. Redação e produção na mídia eletrônica.
6. Redação em rádio:
  - 6.1. público-alvo.
  - 6.2. normas de linguagem (sintaxe verbal, síntese, atenção difusa);
  - 6.3. gêneros de redação
  - 6.4. Roteiros (noções técnicas, cronometragem, recursos dramáticos, idéia, desenvolvimento, redação final.
7. Redação na Televisão
  - 7.1. O texto na TV : como escrever para telejornalismo
  - 7.2. Lauda e script.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. São Paulo: Contexto, 2004.

LUCAS, Vera. *Técnicas de redação: mídia eletrônica*. Rio de Janeiro: Waldyr Lima Editora, 2009. **(LRD)**

ZANCHETTA JÚNIOR, Juvenal. *Imprensa escrita e telejornal*. São Paulo: UNESP, 2004.

### 34. PLANEJAMENTO VISUAL E GRÁFICO EM JORNALISMO IMPRESSO

#### OBJETIVO

Apresentar o planejamento gráfico do jornalismo impresso.

#### PROGRAMA

1. Fundamentos de diagramação e planejamento gráfico.
  - 1.1 O projeto gráfico: personalidade e racionalidade
  - 1.2. As malhas do espaço gráfico
  - 1.3. as técnicas da pré-diagramação
  - 1.4. Comunicação e programação visual no jornal
  - 1.5. A execução informatizada do diagrama
2. Cálculo dos espaços gráficos (formatos tablóide e *standard*).
3. Bases históricas da diagramação de jornais.
4. Estudos de tipologia.
5. Princípio de design: proximidade, alinhamento, repetição e contraste, revisão, composição gráfica.
6. A cor nas artes gráficas: seleção, uso e técnica da, psicologia das cores, cor e publicidade.
7. Padronização gráfica.
8. Noções de editoração eletrônica.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

HOLLIS, Richard. *Design gráfico — uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

RIBEIRO, Milton. *Planejamento visual gráfico*. 8. ed. Brasília: Linha Gráfica Editora, 2003.

### 35. COMUNICAÇÃO ORAL E TÉCNICA DA VOZ

## OBJETIVO

Exercitar as técnicas básicas da comunicação oral no jornalismo.

## PROGRAMA

2. Código verbal e sua função.
3. Elementos e características da comunicação oral.
4. Técnica vocal:
  - 4.1. respiração, voz e expressão;
  - 4.2. emissão e articulação.
5. Leitura expressiva.
6. Idéia e Expressão.
7. A fala de improviso.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BEUTTENMULLER, M. G. *O despertar da comunicação vocal*. Rio de Janeiro: Enelivros, 1995.

REZENDE, Sidney; KAPLAN, Sheila (Org.). *Jornalismo eletrônico ao vivo*. Petrópolis: Vozes, 1997.

## 36. TÓPICOS ESPECIAIS

### OBJETIVO

Oferecer seminários, simpósios, painéis e palestras sobre assuntos atuais relacionados à comunicação. Seminários e palestras relacionadas à especialização em editorias e veículos. Minicursos dinâmicos e atualizados, pertinentes à área de multimídia.

### BIBLIOGRAFIA SUGERIDA

BASILE, Sidnei. *Elementos de Jornalismo Econômico*. Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2002.

BURKETT, Warren. *Jornalismo Científico: como escrever sobre ciência, Medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. Ed. Contexto, 2003.

ERBOLATO, Mário. *Jornalismo especializado*. São Paulo: Atlas, 1981

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo Econômico*. São Paulo: EDUSP, 1996.

NATALI, João Batista. *Jornalismo Internacional*. Ed. Contexto.

OLIVEIRA, Fabíola de. *Jornalismo Científico*. São Paulo: Editora Contexto, 2002. (Coleção Comunicação)

PIZZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo. Ed. Contexto.

CADERNOS DE COMUNICAÇÃO. Série Estudos. *Jornalismo esportivo: os craques da emoção*. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. – Rio de Janeiro: A Secretaria, 2004.

CADERNOS DE COMUNICAÇÃO. Série Memória. *Um Jornalismo sob o signo da política*. – Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2005.

SILVA, Marina Ramalho e. *Ciência para todos: a academia vai até o público*. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2005 (Cadernos de Comunicação. Série Estudos).

MARTINS, Franklin. *Jornalismo Político*. 2005.

VILAS BOAS, Sergio (org.). *Formação e informação ambiental*. São Paulo: Summus, 2004.

\_\_\_\_\_ (org.). *Formação e informação científica*. São Paulo: Summus, 2005.

\_\_\_\_\_ (org.). *Formação e informação econômica*. São Paulo: Summus, 2006.

\_\_\_\_\_ (org.). *Formação e informação esportiva*. São Paulo: Summus, 2005.

## 37. COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTEGRADA

### OBJETIVOS

Estudar as teorias, os princípios, as funções e as práticas da comunicação organizacional. Capacitar o aluno a exercer a assessoria de comunicação nas organizações em suas diversas áreas de atuação.

#### PROGRAMA

1. A função da comunicação institucional.
2. Planejamento estratégico e gestão em comunicação organizacional:
  - 2.1. a função comunicação e o ambiente;
  - 2.2. identificação de clientes e públicos;
  - 2.3. compromissos;
  - 2.4. ações e processos;
  - 2.5. comunicação na crise;
  - 2.6. custo e resultado;
  - 2.7. avaliação de desempenho.
3. Comunicação corporativa: estrutura de funcionamento:
  - 3.1. função e estrutura;
  - 3.2. comunicação interna;
  - 3.3. assessoria de imprensa;
  - 3.4. marketing e publicidade;
  - 3.5. relações públicas e ação social.
4. Comunicação empresarial.
5. Comunicação sindical.
6. Comunicação institucional pública.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LUPETTI, Marcelia. *Planejamento de comunicação*. 4. ed. São Paulo: Futura, 2004.  
VIEIRA, Roberto Fonseca. *Comunicação empresarial*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

### 38. CAPTAÇÃO E EDIÇÃO DE ÁUDIO E DE IMAGEM

#### OBJETIVO

Apresentar os recursos técnicos e estéticos de utilização do som. Utilizar o processo e as técnicas de edição como construção de sentido.

#### PROGRAMA

1. Técnicas de gravação, edição e mixagem de som.
2. Tipos de microfones.
3. Operação em estúdio e em externa.
4. Comparação do som no rádio, TV e cinema.
5. A captação de imagem e som no audiovisual.
6. Edição como processo de escolha.
7. Equilíbrio entre o discurso verbal e o visual.
8. As narrativas clássicas e modernas — teorias da montagem.
9. Edição linear e não-linear.
10. Efeitos especiais.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MCLEISH, Robert. *Produção em rádio*. São Paulo: Summus, 2001.  
MANZANO, Luiz Adelmo F. *Som-imagem no cinema*. São Paulo: Perspectiva, 2003.

### 39. LABORATÓRIO DE WEB-JORNALISMO

#### OBJETIVOS

Introduzir aos processos e aos recursos digitais do web-jornalismo.

#### PROGRAMA

1. Evolução das tecnologias de informação e comunicação.
2. Revolução digital e convergência das tecnologias.
3. Web jornalismo, jornalismo on line e jornalismo digital.
4. Processos digitais em diversas mídias.
  - 1.1. A informação digital: características, formatos, aquisição, geração e manipulação.

5. Hipermídia e hipertexto.
6. Interface e conteúdos.
7. Tratamento de textos para o web-jornalismo.
  - 7.1. Aspectos textuais e características do web-jornalismo: hipertextualidade, interatividade, personalização de conteúdo, navegabilidade, instantaneidade, atualidade.
8. Tendências no web jornalismo
9. Apuração na web

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MACHADO, Elias. *Ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

PINHO, J. B. *Jornalismo na internet*. São Paulo: Summus, 2003.

GRANCHI, Renata. *Laboratório de webjornalismo*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008 (LRD)

## 6º Período

### 40. RADIOJORNALISMO

#### OBJETIVO

Introduzir à análise da linguagem sonora no rádio e às características do noticiário radiofônico.

#### PROGRAMA

1. Evolução do radiojornalismo no Brasil e no mundo
2. Valores e características do meio rádio.
3. Estrutura do texto radiofônico.
4. Diferentes tipos de programas radiofônicos no jornalismo.
5. Redação, produção e edição de radiojornais.
6. Estilos de noticiário radiofônico.
7. Entrevistas radiofônicas.
8. Reportagem externa gravada e ao vivo.
9. Roteiro e *script* de programas radiojornalísticos.
10. Tipos de debates radiofônicos.
11. Análise de programas radiofônicos.
12. Internet e rádio: novas tecnologias.
13. Web rádio
14. Noções técnicas de funcionamento do rádio: equipamento, estúdio, transmissão, estrutura e equipes de produção.
15. Técnicas de produção e edição radiofônicas para Jornalismo.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBOSA FILHO, André. *Gêneros radiofônicos*. São Paulo: Paulinas, 2003.

JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. São Paulo: Contexto, 2004.

### 41. TELEJORNALISMO

## OBJETIVO

Introduzir o aluno à linguagem e à produção dos telejornais.

## PROGRAMA

### 1. Evolução do telejornalismo

Estrutura do departamento de telejornalismo:

- cargos e funções;
- normas de redação.

Linguagem e lógica de produção dos telejornais.

- 3.1. Imagem e som em telejornalismo.
- 3.2. Linguagem verbal e não-verbal na televisão.

### 4. Levantamento e elaboração de pautas:

- 4.1. apuração;
- fontes;
- pesquisa;
- produção (matéria local, regional, nacional).
- 3.4. Preparação de roteiros e *scripts* de telejornais.

Gravação de reportagens para noticiários de TV (áudio e vídeo):

- captação de imagens;
- gravação de entrevistas individuais e coletivas;
- gravação de aberturas, passagens e encerramentos;
- gravação de off;
- gravação de stand-up.

### 5. Produção, redação e edição de telejornais.

### 6. Teoria e prática jornalística:

- 6.1. As principais teorias do jornalismo;
- 6.2. O impacto social.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BITTENCOURT, Luis Carlos. *Manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993.

LIMA, V.; CAPARELLI, S. *Comunicação e televisão*. São Paulo: Hacker, 2004.

## 42.COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

### OBJETIVO

Apresentar a importância política, cultural e social da comunicação comunitária, seus métodos, técnicas e transformações históricas, tendo como prioridade a análise de seu desenvolvimento no contexto brasileiro e aplicações nos campos da multimídia, do jornalismo e da publicidade.

### PROGRAMA

#### 1. A comunicação comunitária na América Latina, o contexto brasileiro e suas transformações

- 1.1. Os conceitos de comunidade e de comunicação comunitária.
- 1.2. Fundamentos políticos e contextualização da comunicação comunitária na América Latina.
- 1.3. O desenvolvimento da comunicação comunitária no Brasil.
- 1.4. Movimentos sociais, comunidades eclesiais de base, sindicalismo, ONGs e a estratégia da comunicação alternativa.
- 1.5. Comunicação comunitária e construção da cidadania. A estratégia da “comunidade gerativa” e o conceito de “terceiro setor”.
- 1.6. As comunidades em rede e as novas tecnologias de informação.

#### 2. A comunicação comunitária e seus meios de expressão: as tecnologias analógicas e as mídias digitais

- 2.1. A publicidade e os usos do marketing social
- 2.2. O jornal popular ontem e hoje.
- 2.3. O papel das rádios comunitárias
- 2.4. TVs comunitárias entre canais abertos e fechados.
- 2.5. Os usos do vídeo, o valor de documento e a estratégia da denúncia.
- 2.6. Os potenciais da internet para a comunicação comunitária. O “ciberativismo” e as novas armas da comunicação alternativa: *sites*, *blog`s*, *fotolog`s*, *Orkut*, *Youtube* e outros circuitos atuais de informação.

3 . O estatuto da comunicação comunitária no mundo globalizado.

3.1. O impacto da globalização e a formação das comunidades globais (on-line) e locais (off-line).

3.2. As comunidades virtuais: a representação da diferença na rede: a reivindicação das “minorias” étnicas, culturais, políticas, religiosas e sexuais.

3.3. Os meios de comunicação e as comunidades excluídas no Brasil: o Movimento dos Sem Terra e a questão indígena.

3.4. As novas fronteiras socioculturais e o estatuto da comunicação comunitária junto ao terceiro setor no mundo globalizado. Análise de casos.

3.5. A utilidade pública da comunicação comunitária nos dias atuais: a ação das ONG`s e do marketing social. Análise de casos.

3.6. Balanço da comunicação comunitária hoje, com suas novas tecnologias de informação, como campo estratégico para construção de políticas públicas de educação, cidadania e integração sociocultural.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PAIVA, Raquel. *O espírito comum: mídia, sociedade e globalismo*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2003.

PERUZZO, Cicília. *Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo: Angellara, 2004.

## 43. JORNALISMO AVANÇADO

### OBJETIVO

Produzir de textos jornalísticos opinativos para os diversos meios impressos.

### PROGRAMA

1. A opinião no jornalismo :

1.1.função do jornalismo no texto opinativo.

1.2. a opinião do veículo;

1.3. a opinião do jornalista;

1.4. a opinião dos leitores.

2. Textos opinativos:

2.1. editorial (técnica, argumentação, apresentação);

2.2. crítica (cinema, teatro, música, literatura);

2.3 artigos de opinião (assinados);

2.4. crônicas e comentários.

2.5. resenhas

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GAMA, Rinaldo. *Gêneros jornalísticos*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1997.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994.

## 44. EDIÇÃO DE IMPRESSOS

### OBJETIVO

Desenvolver a habilidade prática para tarefas de edição e produção de veículo impresso e preparar o aluno para as decisões jornalísticas ligadas à função do editor, desde a concepção visual até a editoração e impressão, e permitir a realização de atividades interdisciplinares de redação e publicação de produtos de comunicação.

### PROGRAMA

1. A linguagem jornalística em meios impressos
  - 1.1. textos, imagens, infografia e diagramação
2. Análise de publicações de mídia impressa ao longo do tempo
  - 2.1. os diferentes tipos de jornais e revistas
3. Conceitos jornalísticos de edição
  - 3.1. Discussão de política editorial e controle de qualidade
  - 3.2. Edição para comunicação de massa
  - 3.3. O Instrumental da edição (projeto gráfico, ilustrações e fotografias, tipologia)
  - 3.4. Controle de edição e distribuição
4. Edição de veículos na mídia impressa.
  - 4.1. Princípios gerais de edição em impressos.
  - 4.2. Matéria principal e coordenadas (sub-retrancas e boxes)
  - 4.3. Titulação: títulos, antetítulos, subtítulos, entretítulos, olhos, capitular, créditos, assinaturas, chamadas, aberturas, manchetes, legenda, texto- legenda.
  - 4.4. Infográficos, arte e demais recursos gráficos
5. Preparação de textos: copidesque e revisão
6. Edição e acabamento de jornal impresso
7. Noções de impressão, distribuição, comercialização, venda de exemplares e assinatura.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LOPES, Dirceu Fernandes et alli. (org). *Edição em Jornalismo Impresso*. São Paulo: Edicon/ECA/USP/NJC, 1998.  
NOBLAT, Ricardo. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Editora Contexto. 2002.

## 45. JORNALISMO EM REVISTA E SUPLEMENTOS

### OBJETIVO

Produzir textos jornalísticos de grandes reportagens para revistas e suplementos.

### PROGRAMA

1. Breve história do jornalismo em revista
  - 1.1. Publicações que fizeram história
  - 1.2. Os suplementos semanais em jornais
2. Redação e estilo em revistas: as técnicas e o texto nas grandes reportagens
  - 2.1. Estrutura da linguagem nas publicações semanais e mensais
  - 2.2. Propriedades narrativas: a redação refinada
  - 2.3. Planos de tempo: o tempo do texto e o tempo no texto
  - 2.4. Investigação - Interpretação - Contextualização – Observação - Opinião
3. Técnicas literárias em Jornalismo
  - 3.1. A reportagem-crônica
  - 3.2. A reportagem-conto
  - 3.3. O livro-reportagem

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. São Paulo: Contexto, 2003 (Coleção Comunicação)  
VILLAS BOAS, Sérgio. *O Estilo Magazine: o texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.

## 46. METODOLOGIA DO TRABALHO CIENTÍFICO

### OBJETIVO

Permitir ao aluno definir, discutir e elaborar o projeto do trabalho final de curso, adiantando ao máximo sua confecção. Nesta fase, o orientador já deve ser escolhido.

### PROGRAMA

1. Pesquisa e Método Científico:
  - 1.1. conceito e classificação da pesquisa;



- 1.2. o método científico;
- 1.3. tipos de trabalho científico;
- 1.4. paradigmas de pesquisa científica.
2. O Projeto de Pesquisa:
  - 2.1. seleção e formulação do problema;
  - 2.2. hipóteses;
  - 2.3. fundamentação teórica;
  - 2.4. variáveis;
  - 2.5. metodologia;
  - 2.6. recursos;
  - 2.7. cronograma;
3. O Relatório de Pesquisa:
  - 3.1. apresentação e formulação do problema;
  - 3.2. hipóteses ou questões de estudo;
  - 3.3. revisão de literatura;
  - 3.4. metodologia;
  - 3.5. análise de resultados e conclusões;
  - 3.6. referências bibliográficas;
  - 3.7. normas de redação e de divulgação do trabalho.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ECO, Umberto. *Como fazer uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 2000.  
SANTAELLA, L. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Hacker, 2001.

## 7º Período

### 47. LABORATÓRIO DE TELEJORNALISMO

#### OBJETIVO

Proporcionar ambiente experimental para criação, produção e execução de programas e matérias para a TV, buscando o exercício de trabalho em equipe.

#### PROGRAMA

1. Experiência em TV:
  - 1.1. pauta;
  - 1.2. produção;
  - 1.3. gravação;
  - 1.4. edição;
  - 1.5. finalização.
2. Noções técnicas do funcionamento da televisão: equipamentos, estúdio, equipamento de externa e transmissão.
3. Avaliação de resultados.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BITTENCOURT, Luis Carlos. *Manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993.  
SQUIRRA, Sebastião. *Aprender telejornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

### 48. LABORATÓRIO DE RADIOJORNALISMO

#### OBJETIVO

Proporcionar ambiente experimental para criação, produção e execução de programas e matérias para a rádio universitária e web rádio, buscando o exercício de trabalho em equipe.

#### PROGRAMA

1. Experiência em Rádio:

- 1.1. pauta;
  - 1.2. produção;
  - 1.3. finalização;
  - 1.4. transmissão.
2. Noções técnicas do funcionamento da rádio: equipamentos, estúdio.
  3. Avaliação de resultados.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. São Paulo: Contexto, 2004.  
PRADO, Magaly. *Produção de rádio, um manual prático*. Ed. Campus Elsevier, 2005.

### 49. LABORATÓRIO DE JORNALISMO IMPRESSO

#### OBJETIVO

Proporcionar uma vivência prática de todas as fases de criação e produção de veículos impressos e/ou digitais.

#### PROGRAMA

1. A especificidade do jornalismo impresso.
2. Planejamento, produção, captação, redação e edição.
3. Realização de bolletim, jornal, site e/ou revista.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTSCHO, Ricardo. *Prática da reportagem*. 4. ed. São Paulo: Ática, 2003.  
NOBLAT, R. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Contexto, 2003.

### 50. COMUNICAÇÃO POLÍTICO-ELEITORAL E CAMPANHAS

#### OBJETIVO

Estudar o uso e as técnicas de comunicação no discurso das campanhas eleitorais.

#### PROGRAMA

1. O discurso político.
2. Cidadania, propaganda e discurso eleitoral.
3. Etapas do planejamento da campanha política.
4. Técnicas jornalísticas e técnicas de propaganda em campanhas político-eleitorais.
5. Estudo de campanhas eleitorais.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PACHECO, Cid et. al. (Org.). *Voto é marketing?* Rio de Janeiro: Irradiação Cultural / UFRJ, 1998.  
RUBIN, Antonio. *Comunicação e política*. São Paulo: Haker, 2000.

### 51. EMPREENDEDORISMO E NEGÓCIOS EM COMUNICAÇÃO

#### OBJETIVOS

Capacitar o aluno ao desenvolvimento de ações de planejamento, organização, direção e controle de empresas de comunicação. Formação de conceitos e habilidades na medição e análise das variáveis que compõem o negócio da comunicação e na interpretação das informações sob o ponto de vista empresarial, que possibilite a otimização da gestão de empresas.

#### PROGRAMA

1. O Negócio da comunicação.
2. Perfil empreendedor: noções de empreendedorismo em comunicação
3. Os vários tipos de empresas de comunicação: organização, planejamento e administração.
4. Funções gerenciais: Planejamento, Organização, Coordenação e Controle.
5. Gestão estratégica de negócios.
6. Tendências na administração de empresas de comunicação.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DORNELLAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. São Paulo: Editora Campus, 2005.

DRUCKER, Peter. *Introdução à administração*. São Paulo: Pioneira, 1998.

## 52. ÉTICA E LEGISLAÇÃO NO JORNALISMO

### OBJETIVO

Fornecer ao aluno conhecimentos filosóficos, éticos, históricos e legais que permeiam o exercício da profissão de jornalista e sobre as normas legais que regulam as atividades jornalísticas.

### PROGRAMA

1. Introdução no campo da ética
  - 1.1. Dificuldades conceituais
  - 1.2. Ética, Moral e deontologia
2. A Ética ao longo da história ocidental
  - 2.1. Ética grega antiga: a ética das virtudes
  - 2.2. Ética na Idade Média: a ética religiosa
  - 2.3. Ética na Idade Moderna: a ética deontológica
  - 2.4. Ética na Contemporaneidade: a quebra de paradigmas éticos
  - 2.5. Ética na Atualidade: novas possibilidades de acordo ético e ontológico
3. Ética no Jornalismo: Princípios éticos da comunicação.
  - 3.1. A responsabilidade social do jornalista e dos veículos de comunicação
  - 3.2. O direito social à informação e à privacidade
  - 3.3. Liberdade de imprensa x liberdade de empresa
  - 3.4. Informação de interesse público: a matéria-prima do jornalismo
  - 3.5. Mecanismo de controle de qualidade: o papel do ombudsman
4. Leis que regem a imprensa: a deontologia profissional
  - 4.1. Direitos Autorais: a legislação internacional em comunicação, a legislação brasileira em comunicação. As leis que se aplicam à imprensa.
  - 4.2. A legislação nacional regulamentadora dos direitos da personalidade
  - 4.3. Lei de Imprensa
  - 4.4. Código de Ética dos Jornalistas
  - 4.5. Outros códigos de ética da profissão
  - 4.6. Regulamentação profissional
  - 4.7. O direito de resposta
  - 4.8. Calúnia, injúria e difamação
5. A pragmática da ação jornalística
  - 5.1. Desvios Éticos - Estudos de Casos
  - 5.2. Características da enunciação jornalística
  - 5.3. Condições de produção do discurso jornalístico
  - 5.4. Perspectivas éticas no jornalismo

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHAUÍ, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 1995.

KARAM, Francisco José. *Jornalismo, ética e liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.

## 53. ESTUDOS COMPLEMENTARES

### OBJETIVO

Oferecer seminários, simpósios, painéis e palestras sobre assuntos atuais e análise de cenários futuros relacionados à comunicação. Minicursos dinâmicos e atualizados pertinentes à área de comunicação.

### BIBLIOGRAFIA SUGERIDA

- ALMEIDA, C. J. M.; ARAUJO, M. E. (Org.). *As perspectivas da televisão brasileira ao vivo*. Rio de Janeiro: Imago, 1995.
- ARBEX JR, José. *Showrnalismo – a notícia como espetáculo*. São Paulo: Ed. Casa Amarela, 2001.
- BRASIL, Antônio. *Telejornalismo, Internet e guerrilha tecnológica*. Ed. Ciência Moderna.
- BAUDRILLARD, Jean. *Telemorfose*. Rio de Janeiro: Edi Mauad, 2004.
- BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita. *Videologias*. São Pulo: Boitempo Editorial, 2004.
- COSTA, Rogério da. *A cultura digital*. São Paulo: Publifolha, 2002.
- HERNANDES, Nilton. *A mídia e seus truques*. São Paulo: Ed. Contexto.
- MATTOS, Sérgio. *Mídia controlada – A história da censura no Brasil e no mundo*. Ed. Paulus, 2006.
- MARSHALL, Leandro. *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus Editorial, 2003.
- MENDONÇA, Kleber. *A punição pela audiência: um estudo do Linha Direta*. Quartet, 2002.
- NOJOSA, Urbano e GARCIA, Wilton (orgs). *Comunicação e tecnologia*. São Paulo: Nojosa Edições, 2003.
- SODRÉ, Muniz. *Televisão e Psicanálise*. SP: Ática.
- SOUZA, José Carlos Aronchi de. *Seja o primeiro a saber – a CNN e a globalização da informação*. São Paulo: Summus, 2005.
- VIZEU, Alfredo. *O lado oculto do telejornalismo*. Santa Catarina: Editora Calandra, 2005.
- 54. PROJETO EXPERIMENTAL EM JORNALISMO - TRABALHO FINAL DE CURSO**

#### OBJETIVO

Elaborar o trabalho de final de curso.

#### PROGRAMA

Não se aplica. O aluno terá orientação individual de um professor que participe de uma das linhas de pesquisa do curso.