



**COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**Habilitação em Multimídia**

**- EMENTAS -**

## COMUNICAÇÃO SOCIAL

### Habilitação em Multimídia

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>	—

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>	—

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>	—

PERÍODO	DISCIPLINA	CR	OBS
4º	História do Audiovisual	2	
	Fotografia e Iluminação	3	
	Teoria das Imagens e da Percepção	2	
	Criação em Mídias Digitais I	3	
	Laboratório de Argumento e Roteiro	3	
	Webdesign I	3	
	Fundamentos de Marketing	2	
	Inglês — English for Professionals in General 4	4	Pré-requisito: Inglês – EPG 3
<b>TOTAL</b>	—	<b>22</b>	—

PERÍODO	DISCIPLINA	CR	OBS
5º	Direção em Cinema, Vídeo e TV	3	
	História do Audiovisual Brasileiro	2	
	Captação e Edição de Áudio e Imagem	2	
	Organização de Produção	3	
	Captação e Recursos Eletrônicos para Som	3	
	Criação em Mídias Digitais II	4	
	Webdesign II	3	
	Comunicação Oral e Técnicas de Voz	2	
<b>TOTAL</b>	—	<b>22</b>	—

PERÍODO	DISCIPLINA	CR	OBS
6º	Ética e Legislação do Audiovisual	2	
	Produção Publicitária em Rádio, TV e Cinema	3	
	Videografismo e Computação Gráfica	3	
	Curtas Digitais	3	
	Laboratório de Animação	3	
	Comunicação Comunitária	2	
	Metodologia do Trabalho Científico	2	
<b>TOTAL</b>	—	<b>18</b>	—

<b>PERÍODO</b>	<b>DISCIPLINA</b>	<b>CR</b>	<b>OBS</b>
<b>7º</b>	Educação e Tecnologia	3	
	Crítica e Análise do Audiovisual	2	
	Marketing e Publicidade Digital	3	
	Empreendedorismo e Negócios em Comunicação	2	
	Laboratório de Mídias Digitais	3	
	Estudos Complementares	3	
	Tópicos Especiais	2	
	Projeto Experimental em Multimídia - TFC	3	
<b>TOTAL Conteúdos curriculares</b>	—	<b>21</b>	—

# 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.

Desenvolvimento e produção de texto e leitura.

#### 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 linguística 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, Silvia 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

### OBJETIVOS

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.

### 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 linguísticos
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.
5. Entre a representação e a simulação.
  - 5.1. Simulação e tecnocultura.
6. Os conceitos de mediação e mediatização.
  - 6.1. 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

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

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. 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.

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

## 25. HISTÓRIA DO AUDIOVISUAL

### OBJETIVO

Apresentar a história das teorias, movimentos, gêneros e diretores, da invenção do cinema até o cinema contemporâneo, destacando as contribuições à construção da linguagem audiovisual.

### PROGRAMA

1. O Cinema das Origens:  
Filmes: O Cinema das Origens/The Movies Begin's (Fita 1 e 2).
2. O Cinema Narrativo Clássico:  
Filmes: Pioneiros ingleses, filmes de D.W. Griffith.
3. O Cinema Narrativo Clássico e Vanguardas Históricas:  
Filmes: O Nascimento de Uma Nação e Intolerância, de D.W. Griffith, Ballet Mécanique, de F. Leger, O Cão Andaluz, de Luis Buñuel.
4. Construção do Real/Documentário:  
Filmes: Nanook, o Esquimó, de R. Flaherty, filmes de J. Grierson, O Homem da Câmera, de Dziga Vertov, O Triunfo da Vontade, de Leni Riefensthal .
5. O Cinema Moderno: Filmes: Cidadão Kane, de Orson Wells, Roma Cidade Aberta, de Rossellini.
6. O cinema moderno e as transformações da linguagem:
  - 6.1. Neo-realismo italiano. Filmes: Roma, cidade aberta (1960), de R. Rossellini; Ladrão de Bicicleta (1948), de Vittorio de Sica;
  - 6.2. Nouvelle Vague francesa. Filmes: Acossado (1980), de J. L. Godard, Os Incompreendidos, de Truffaut.
7. Cinemas Nacionais e o contexto histórico:
  - 7.1. Cinema Novo e as questões estéticas e políticas. Filmes: Terra em Transe, de Glauber Rocha, Macunaíma, de Joaquim Pedro de Andrade, Os Cafajestes, de Ruy Guerra;
  - 7.2. Nouvelle Vague Japonesa e o moderno cinema alemão.
8. Os diferentes modelos e linguagens do Cinema Contemporâneo.
9. Novas Tecnologias e Estéticas: video arte
10. O cinema digital.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AUMONT, Jaques; BERGALA, Alain; MARIE, Michel; VERNET, Marc. *A estética do filme*. São Paulo: Papyrus, 1994  
CURSINO, Adriana. *História do Audiovisual*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. **(LRD)**  
STAM, Robert. *Introdução à teoria do cinema*. São Paulo: Papyrus, 2003.

## 26. FOTOGRAFIA E ILUMINAÇÃO

### OBJETIVO

Apresentar o uso da iluminação, das cores, dos ângulos e do enquadramento como elementos da linguagem da imagem movimento e sua relação com o som.

### PROGRAMA

1. Câmera: operação e funcionamento.
2. Imagem: composição, narrativa e linguagem.
3. Formatos e sistemas.
4. Iluminação.
5. Análise de cores.
6. Gravação: plano e contraplano, cena de corte, regra de 180°, edição.
7. A relação som-imagem

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARONOVICH, Ricardo. *Expor uma história. A fotografia do cinema*. São Paulo: Gryphus, 2004.  
DURAN, J. J. *Iluminação para vídeo e cinema*. São Paulo: [s.n.], 1993.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MONCLAR, Jorge. *O diretor de fotografia*. Rio de Janeiro: Solutions Comunicações, 1999.  
\_\_\_\_\_. (Org.). *As formas do sentido*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.  
SANTOS, Rudi. *Manual de vídeo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.  
CARVALHO, Walter. *Fotografias de um filme*. Rio de Janeiro: Cosac Naify, 2003.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

## 27. TEORIA DAS IMAGENS E DA PERCEPÇÃO

### OBJETIVO

Apresentar os aspectos formais das imagens audiovisuais, as principais teorias da percepção e a análise estética da imagem, bem como as linguagens digitais e novas mídias que influenciam a percepção.

### PROGRAMA

1. Estudo e Elementos da Percepção – as áreas que estudam a percepção, os conceitos relacionados à percepção, os elementos da percepção.
2. Luz e Cor – a visão como sentido principal, história do estudo da percepção visual através da teoria das cores e de estudos sobre ótica.
3. Imagem e espectador – o papel do espectador, a relação entre espectador e imagem, as teorias da gestalt.
4. Ilusão e representação – a manipulação do olhar, fatores externos que influenciam a percepção.
5. Visão e Interpretação – o que olhamos e o que vemos, as diferentes influências na interpretação do real, fatores internos que influenciam a percepção
6. Análise de imagens, Arte e Composição – o papel da arte no desenvolvimento da percepção. Estética e significado das pinturas.
7. Tempo e Movimento – a multiplicação do significado da arte, a influência de invenções como a fotografia, o cinema, a TV e o vídeo na percepção.
8. Linearidade e não-linearidade – as diferentes noções de tempo, sua influência na percepção e nas diferentes formas de narrativa. Quadrinhos, hipertexto, internet.
9. Tecnologia e Convergência de Mídias – a evolução da tecnologia como multiplicadora de métodos de criação. Arte, tecnologia e design.
10. Linguagens Digitais – continuação da unidade anterior
11. Sensores e Percepção – a tecnologia como ferramenta. Como a tecnologia estende a nossa percepção.
12. Instalações em Arte e Educação – exemplos do desenvolvimento de instalações multimídia e interativas como novas formas de expressão em cultura e educação.
13. Instalações em Entretenimento e Propaganda – exemplos do desenvolvimento de instalações multimídia e interativas como novas ferramentas em entretenimento e publicidade.
14. Futuro da Percepção – o que percebemos como atual e quais visões temos do futuro.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AUMONT, Jacques. *A imagem*. São Paulo: Papyrus, 1993.

BRASIL, Liana. *Teoria das imagens e da percepção*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. (LRD)

DOMINGUES, Diana. *Criação e interatividade na ciberarte*. São Paulo: Experimento, 2002.

## 28. CRIAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS I

### OBJETIVOS

Apresentar o aluno ao 3ds max, software mais utilizado no mercado nacional para animação 3d e modelagem digital. Capacitar o aluno a manipular as ferramentas básicas de criação de cenas em 3d para geração de imagens e vídeos para diversas mídias.

### PROGRAMA

Introdução ao 3ds max

- Apresentação da interface de trabalho.
- Navegação em ambiente tridimensional: Viewports.
- Transformação de objetos: Mover, Rotacionar e Escalonar.

Modelagem Básica

- Criação de objetos tridimensionais
- Modificadores paramétricos.
- Ferramentas de modelagem em 3d.
- Criação de objetos bidimensionais.
- Edição de objetos bidimensionais.
- Modificadores para objetos bidimensionais.

#### Materiais

- Aplicação de materiais prontos da biblioteca do 3ds max.
- Criando materiais (material editor);
- Utilização de imagens em materiais: texturização.
- cores, brilhos, reflexões, refrações e relevos;
- mapas procedurais;
- mapeando texturas (UVW Map)

#### Luz, Câmera, Ação

- Iluminação Básica
- Câmeras
- Animação Básica
- Cinemática direta para manipulação e animação de produtos (links).

#### Renderização

- Salvando imagens estáticas.
- Salvando vídeos – animações.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Autodesk. *3Ds max 8. Guia autorizado Autodesk*. São Paulo: Campus, 2006.

Boardman, Ted. *3Ds max 5: fundamentos*. São Paulo: Campus, 2003.

ROSA, Gustavo. *Criação em Mídias Digitais I*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. (LRD)

## 29. LABORATÓRIO DE ARGUMENTO E ROTEIRO

#### OBJETIVO

Apresentar as noções para elaboração de textos para os meios audiovisuais.

#### PROGRAMA

1. A linguagem audiovisual:
  - 1.2. som e imagem;
  - 1.3. gêneros.
2. A narrativa:
  - 2.1. a construção da idéia;
  - 2.2. *story-line*;
  - 2.3. a construção narrativa.
3. Sinopse e argumento:
  - 3.1. temporalidade;
  - 3.2. localização;
  - 3.3. perfil do personagem;
  - 3.4. percurso da ação dramática.
1. Estrutura:
  - 1.1. macro e microestrutura;
  - 1.2. cena e seqüência;
  - 1.3. antecipação, suspense e surpresa;
  - 1.4. plots.
2. Tratamento do roteiro final:
  - 2.1. elaboração do script;
  - 2.2. diálogo;
  - 2.3. imagem: enquadramento, ângulo e movimento de câmera;
  - 2.4. características dos diversos tipos de roteiro: adaptação, documentário, humor, musical, infantil etc.
  - 2.5. relação entre roteirista e outros profissionais: o trabalho de equipe.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHION, Michel. *O roteiro de cinema*. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

FIELDS, S. *Manual do roteiro*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

## 30. WEBDESIGN I

### OBJETIVO

Introduzir os princípios e a técnica para construir sites consistentes para Internet.

### PROGRAMA

1. Linguagem da web
2. Conceitualização de projeto
3. Criação de um esquema de informação e interação (arquitetura de informação)
4. Usabilidade
5. Desenvolvimento de Interface - elementos básicos de design
6. Produção e preparação do conteúdo
7. Desenvolvimento de páginas usando HTML
8. Desenvolvimento de páginas usando Flash
9. Desenvolvimento de páginas com conteúdo dinâmico
10. Publicação na web

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- DAMASCENO, Anielle. *Webdesign – Teoria e Prática*. São Paulo: Visual Books, 2003.  
FIGUEIREDO, Renata. *Web design I*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. (LRD)  
MEMÓRIA, Felipe. *Design para a Internet*. São Paulo: Campus, 2005.

## 31. 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. **(LRD)**  
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.

## 5º Período

### 32. HISTÓRIA DO AUDIOVISUAL BRASILEIRO

#### OBJETIVO

Apresentar uma visão histórica e crítica dos ciclos de cinema no Brasil, dos projetos de imitação do cinema hollywoodiano às propostas de um cinema nacional e os diferentes modelos e estéticas no audiovisual brasileiro contemporâneo. Identificar as perspectivas do audiovisual contemporâneo e as políticas públicas para o cinema e o audiovisual.

#### PROGRAMA

1. A chegada do cinema no Brasil e os pioneiros.
2. O cinema dos anos 20.
3. Carmem Santos, Mário Peixoto, Humberto Mauro.
4. O projeto Vera Cruz e o modelo hollywoodiano.
5. O cinema popular das chanchadas e a Atlântida.
6. A televisão e o novo imaginário urbano.
7. O Cinema Novo e as questões estéticas e políticas
8. Glauber Rocha e a Estética da Fome
9. O documentário no cinema brasileiro
10. O cinema da retomada e os diferentes modelos e linguagens (a televisão como modelo)

11. O digital e as novas Estéticas
12. Vídeo Arte no Brasil
13. Políticas públicas para o audiovisual.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CANUTO, Roberta. *História do audiovisual brasileiro*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. **(LRD)**  
GOMES, P. E. Salles. *Cinema trajetória no subdesenvolvimento*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.  
MATTOS, Sérgio Augusto Soares. *História da Televisão Brasileira — Uma Visão Econômica, Social e Política*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

### 33. DIREÇÃO EM CINEMA, VÍDEO E TV

#### OBJETIVO

Levar o aluno a analisar o processo de realização do produto audiovisual sob a perspectiva da função de direção.

#### PROGRAMA

1. Elementos filmicos não específicos:
  - 1.1. Iluminação
  - 1.2. Figurino
  - 1.3. Maquiagem
  - 1.4. Cenário
  - 1.5. Som
2. Planos, ângulos, enquadramento, ritmo.
3. Espaço e profundidade de campo
4. Tempo, ritmo e montagem
5. Antes de filmar:
  - 5.1. Decupagem do roteiro
  - 5.2. Definindo locações e elenco
  - 5.3. Planta baixa e storyboard
  - 5.4. Ensaios
6. Direção e elenco (ator ou não-ator):
  - 6.1. Discutindo o roteiro com o elenco
  - 6.2. Discutindo o personagem com o ator/atriz
  - 6.3. Direitos e obrigações dos atores/atrizes
7. Filmando:
  - 7.1. Funções de cada um na equipe:
  - 7.2. Ensaio no set e marcações
  - 7.3. Dando ação
  - 7.4. Avaliando interpretações
8. Depois de filmar:
  - 8.1. Copião e seleção das tomadas
  - 8.2. Montagem:

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CARRIÈRE, J. C. *A linguagem do cinema*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.  
WATTS, Harris. *On câmera*. Curso de produção de filmes e vídeos da BBC. São Paulo: Summus, 1990.

### 34. CAPTAÇÃO E EDIÇÃO DE ÁUDIO E IMAGENS

#### OBJETIVOS

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

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

### 35. CAPTAÇÃO E RECURSOS ELETRÔNICOS PARA SOM

#### OBJETIVOS

Introduzir o aluno na história e no desenvolvimento da montagem pela perspectiva do som. Capacitar o aluno para análise, composição, crítica e prática do som no cinema, televisão e nas novas mídias de comunicação. Introduzir o aluno ao uso, às técnicas e aos equipamentos das produções sonoras.

#### PROGRAMA

1. Os fundamentos do Som. Áudio analógico e áudio digital.
2. Relação imagem e som.
3. História da Montagem sonora no cinema.
4. Imagem e som. Os ritmos da edição.
5. Técnicas de Edição para Cinema e Vídeo
6. Teoria de edição de som em relação a imagem.
7. Análise de obras audiovisuais clássicas e contemporâneas
8. A narrativa sonora na obra de Alfred Hitchcock.
9. Som de cena.
10. Captação, produção e finalização de obras audiovisuais.
11. Experimentações sonoras, teoria e prática.
12. Informática e produção sonora.
13. Masterização e remasterização.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MANZANO, Luiz Adelmo F. *Som e imagem no cinema*. São Paulo: Perspectiva, 2003.  
 SCHAFFER, Murray. *O ouvido pensante*. São Paulo: Unesp, 2000.

### 36. ORGANIZAÇÃO DE PRODUÇÃO

#### OBJETIVOS

- Conhecer todas as etapas da produção audiovisual;
- Elaborar e executar um plano de produção;
- Conhecer os sistemas de produção da política audiovisual, suas formas de incentivo e suas relações mercadológicas.

#### PROGRAMA

##### Unidade I

- 1.1. Panorama geral do processo de realização audiovisual: preparação, pré-produção, produção e pós-produção.
- 1.2. Equipe técnica: estrutura e funções dos diversos departamentos e membros de uma equipe técnica.
- 1.3. Películas e laboratório: tipos de película (bitolas) e outros formatos. Mídias digitais alternativas: câmera fotográfica digital, celular etc.
- 1.4. Equipamentos: câmera, som, iluminação e maquiagem.

## Unidade II

- 2.1. Análise técnica: a produção departamento por departamento, as necessidades específicas de cada setor.
- 2.2. Plano de filmagem: especificação de todos os dias de filmagem.
- 2.3. Mapa, cronogramas e fluxogramas de produção.
- 2.4. Ordem do dia: a filmagem dia-a-dia.
- 2.5. Orçamento detalhado: planilha discriminando todos os custos do projeto.
- 2.6. Formulários, boletins, cartas e contratos diversos.

## Unidade III

- 3.1 A Política Nacional do Audiovisual: Produção, distribuição, exibição.
- 3.2. O papel da Ancine e a regulação do mercado. As formas atuais de fomento da atividade e as leis de incentivo.
- 3.3. O mercado audiovisual brasileiro. As janelas disponíveis – cinema, DVD, TV por assinatura, TV aberta, internet, celular – e as novas perspectivas diante da convergência digital.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KELLISON, Cathrine. *Produção e direção para TV e vídeo: uma abordagem prática*. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2006.

MARQUES, Aída. *Ideias em movimento: produzindo e realizando filmes no Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007

## **37. CRIAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS II**

### OBJETIVOS:

Apresentar o aluno ao 3ds max, software mais utilizado no mercado nacional para animação 3d e modelagem digital. Capacitar o aluno a manipular as ferramentas básicas de criação de cenas em 3d para geração de imagens e vídeos para diversas mídias.

### PROGRAMA

- Introdução ao 3ds max
- Modelagem Básica
- Materiais
- Luz, Câmera, Ação
- Renderização

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Autodesk. *3Ds max 8. Guia autorizado Autodesk*. São Paulo: Campus, 2006.

Boardman, Ted. *3Ds max 5: fundamentos*. São Paulo: Campus, 2003.

## **38. WEBDESIGN II**

### OBJETIVOS

Introduzir as práticas e as linguagens do Web-design. Apresentar os usos do digital em diversas mídias e na produção de sites.

### PROGRAMA

1. Características do documento digital.
2. Linguagem audiovisual.
3. Cliente-servidor.
4. Protocolos da Web.
5. Hipertexto.
6. Navegação e orientação de sites.

7. Web-design: técnicas e estilos.
8. Processos de produção digital.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FIGUEIREDO, Renata. *Web design II*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. **(LRD)**  
GORDON, Bob; GORDON, Maggie. *Guia completo do design gráfico digital*. Livros e livros, 2003.  
NIEDERST, Jennifer. *Aprenda web design*. Ciência Moderna, 2002.  
WILLIAMS, Robin. *Design para quem não é designer*. São Paulo: Callis, 1995.

### 39. COMUNICAÇÃO ORAL E TÉCNICAS DE VOZ

#### OBJETIVO

Exercitar as técnicas básicas da comunicação oral.

#### PROGRAMA

1. Código verbal e sua função.
2. Elementos e características da comunicação oral.
3. Técnica vocal:
  - 3.1. respiração, voz e expressão;
  - 3.2. emissão e articulação.
4. Leitura expressiva.
5. Idéia e Expressão.
6. 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.

## 6º Período

### 40. ÉTICA E LEGISLAÇÃO DO AUDIOVISUAL

#### OBJETIVO

Compreender as normas legais que regulam as atividades audiovisuais e em multimídia.

#### PROGRAMA

1. Princípios éticos da comunicação.
2. A legislação internacional em comunicação: direitos autorais.
3. A legislação brasileira em comunicação: direitos autorais.
4. As leis do audiovisual.
5. A legislação internacional e brasileira para a Internet e a atividade multimídia.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BITTENCOURT, Renato. *Ética e Legislação do Audiovisual*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2008. **(LRD)**  
KOSOVSKI, E. et alii. *Ética na comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.  
MANSO, Eduardo J. Vieira. *O que é Direito Autoral*. São Paulo: Brasiliense, 1992.

### 41. PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RTVC

## OBJETIVOS

Estudar e exercitar a linguagem, as técnicas e os processos de produção publicitária no rádio, TV, cinema e vídeo.  
Familiarizar o aluno com as funções e atribuições do profissional de RTVC.

## PROGRAMA

A importância da publicidade em mídias eletrônicas.

Conceito de produção publicitária aplicada aos meios eletrônicos.

O profissional de RTVC nas agências de propaganda e sua relação com os outros departamentos.

O processo de produção de peças publicitárias sonoras e audiovisuais: da criação à finalização do material.

A campanha publicitária no rádio:

5.1. características;

5.2. recursos.

6. A produção publicitária para rádio:

6.1. sonorização, sonoplastia e vozes;

6.2. *spot*, *jingle*, foguete, vinheta;

6.3. modelos de roteiros para *spots*;

6.4. gravação e edição de peças publicitárias para Rádio.

7. A produção publicitária para TV e Cinema:

7.1. linguagem técnica e cênica para TV e cinema;

7.2. planos de câmera: planos de enquadramento e planos de movimento;

7.3. modelos de roteiros para comerciais de TV e cinema;

7.4. efeitos especiais e estéticas nos comerciais de TV e cinema;

7.5. direção, gravação e edição de peças publicitárias para TV e cinema.

8. Fornecedores, cotação de preços e orçamentos de produção.

9. Produção de peças e / ou campanha publicitária para Rádio, TV e Cinema a partir de *briefings* dados em aula.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FERRARETTO, L. A. *No ar rádio* — o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra DC Luzzatto, 2000.

HARRIS, W. *On camera*. São Paulo: Summus, 1990.

## 42. VIDEOGRAFISMO E COMPUTAÇÃO GRÁFICA

### OBJETIVO

Apresentar e capacitar o aluno a corrigir, animar, compor, aplicar efeitos e manipular imagens e vídeos. Utilizando o *after effects* e sua integração com o *photoshop*, dois softwares profissionais usados em agências, produtoras de vídeo ou estúdios, o aluno poderá produzir um vídeo para diversas mídias audiovisuais.

### PROGRAMA

Áreas de trabalho

Conceitos da Composição Digital

Formatos de saída e Render

Importação

Conceito e administração do Projeto e organização

Keyframes

Animação

Texto e Tipologia

Máscaras, transparências e sobreposição

Efeitos em Vídeo

Canal alpha

Tratamento de Imagem

Conceitos da Pós-Produção

Efeitos especiais

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AZEVEDO, Eduardo. *Computação gráfica* — teoria e prática. Campus, 2002.

HOLZSCHLAG, Molly E. *250 segredos para webdesigners*. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

## 43. CURTAS DIGITAIS

#### OBJETIVO

Fornecer ao aluno fundamentos teóricos e práticos para realização de curtas digitais utilizando filmadoras, celulares e máquinas fotográficas digitais. Deste modo, o aluno realiza um vídeo em cada formato (câmera fotográfica, celular e mini-dv) passando por todas as etapas de produção de um curta: da idéia até sua distribuição.

#### PROGRAMA

Fundamentos teóricos para realização de um curta digital.  
Narrativa Cinematográfica, argumento, pesquisa e roteiro.  
Técnicas narrativas, divisão de planos, produção, direção de atores, câmera e edição digital.  
Prática de curtas utilizando filmadora digital, celular e câmera fotográfica.  
Finalização dos trabalhos em Dvd.  
Técnicas de distribuição dos trabalhos em festivais nacionais e internacionais utilizando a internet.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BENTES, Ivana. De Lumière ao Digital. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2007.  
LUCA, Luiz Gonzaga Assis de. *Cinema Digital – um novo cinema?* São Paulo: Imprensa Oficial, 2007.

### 44. LABORATÓRIO DE ANIMAÇÃO

#### OBJETIVO

Utilizar ferramentas apropriadas para preparar personagens em 3d para animação. Apresentar ao aluno as técnicas clássicas de animação. Capacitar o aluno a criar personagens animáveis e desenvolver animações para diversos fins.

#### PROGRAMA

Preparação do Personagem  
- Construção do esqueleto de animação do personagem.  
- Interação entre o esqueleto de animação e os vértices do personagem 3d.  
- Expressões faciais

#### Teoria e Prática de animação

- Ferramentas de animação de objetos a partir de interpolação entre quadros chave.  
- Edição avançada de curvas de animação a partir do gráfico de curvas.  
- Conceitos Clássicos de animação  
- Exercícios de animação

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AZEVEDO, Eduardo. *Computação gráfica — Teoria e prática*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.  
LUCENA JÚNIOR, A. *Arte de animação*. São Paulo: Senac, 2002.

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

## 46. METODOLOGIA DO TRABALHO CIENTÍFICO

### OBJETIVOS

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. EDUCAÇÃO E TECNOLOGIA

#### OBJETIVO

Fornecer e levar o aluno a analisar os aspectos teóricos e práticos do uso das tecnologias nos processos educacionais.

#### PROGRAMA

1. Educação e comunicação.
2. Educação formal, continuada, profissionalizante.
3. TV e rádio educativos.
4. Tecnologias na educação.
5. Seleção da mídia.
6. Pré-produção, produção e pós-produção.
7. Educação não-presencial.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRAGA, José Luiz. *Comunicação e educação*. São Paulo: Hacker, 2001.  
SANDHOLTZ, J. H.; RINGSTGRAFF, C.; DWYER, D. C. *Ensinando com tecnologia*. Porto Alegre: Artmed, 1997.

## 48. CRÍTICA E ANÁLISE DO AUDIOVISUAL

### OBJETIVO

Introduzir a análise crítica das linguagens audiovisuais.

### PROGRAMA

1. Análise da linguagem e da retórica dos meios audiovisuais.
2. A crítica da TV e do cinema.
3. Os novos meios e suas linguagens.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Dicionário teórico e crítico de cinema*. São Paulo: Papyrus, 2003.  
PRADO, José Luiz Ridar (Org.). *Crítica das práticas midiáticas*. São Paulo: Hacker, 2002.

## 49. MARKETING E PUBLICIDADE DIGITAL

### OBJETIVO

Habilitar o aluno a entender, analisar e dominar o uso das principais ferramentas do marketing digital, de forma a ser capaz de criar e desenvolver projetos de publicidade na internet.

### PROGRAMA

1. Principais ferramentas do marketing digital.
2. Evolução histórica e mercadológica da internet.
3. Estrutura e recursos tecnológicos das ferramentas digitais.
4. Características e estratégias do *E-commerce*.
5. A linguagem publicitária na internet: características e modelos.
6. Recursos e programas para a WEB.
7. *Banners* e *pop-ups*.
8. Planejamento de uma página na WEB.
9. Texto, imagem e design na WEB.
10. Técnicas e medidas para aferição e retorno de ações na internet.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CASTRO, Álvaro. *Propaganda e mídia digital*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.  
CHLEBA, Márcio. *Marketing digital*. São Paulo: Futura, 1999.

## 50. 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

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

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. *Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

## 51. LABORATÓRIO DE MÍDIAS DIGITAIS

### OBJETIVO

Complementar as habilidades e as competências adquiridas pelo aluno durante o curso com a realização de projetos em Multimídia.

### PROGRAMA

1. Exercício de criação de projetos.
2. Desenvolvimento e realização de projetos.
3. Prática de laboratório.
  - 3.1. captação e edição de áudio e imagem
  - 3.2. sonorização
  - 3.3. realização de animações
  - 3.4. realização de videografismos

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LUCENA JÚNIOR, A. *Arte de animação*. São Paulo: Senac, 2002.

COSTA, Daniel Gouveia. *Comunicações Multimídia na Internet*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2006.

## 52. 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 a 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. *Shownarlismo – 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 Paulo: 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*. São Paulo: Quartet, 2002.

NOJOSA, Urbano e GARCIA, Wilton (orgs). *Comunicação e tecnologia*. São Paulo: Nojosa Edições, 2003.

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.

## 53. TÓPICOS ESPECIAIS

### EMENTA

Conteúdo extra a ser apresentado de acordo com o andamento do curso e da necessidade de complementação do conteúdo curricular. Podem ser oferecidas disciplinas extras, bem como seminários, simpósios, painéis e palestras sobre assuntos atuais e análise de cenários futuros relacionados à comunicação. Podem ser oferecidos também minicursos dinâmicos e atualizados, pertinentes à área de multimídia.

## 54. PROJETO EXPERIMENTAL EM MULTIMÍDIA - 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.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

SANTAELLA, L. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Hacker, 2001.